

Conversando con...

Por María Sanz

Laura Morata

MADRE MÍA
DEL AMOR HERMOSO

LAURA MORATA
PROVIENE DEL MUNDO
DEL DISEÑO INDUSTRIAL, DON-
DE HABÍA SIDO JEFA DE PROYECTO
Y HABÍA DIRIGIDO EQUIPOS DE HASTA
15 PERSONAS. HACE DOS AÑOS Y MEDIO
DECIDIÓ DAR UN GIRO A SU CARRERA PRO-
FESIONAL Y DEDICARSE A OTRA DE SUS PA-
SIONES, LA MODA. Y NACIÓ MADRE MÍA DEL
AMOR HERMOSO (MMAH), UN SELLO QUE IN-
TENTA CREAR MODELOS ELEGANTES, CON-
TEMPORÁNEOS Y PERSONALES, MODELOS
QUE NOS PERMITAN DIFERENCIARNOS.
MODELOS QUE NOS AYUDEN A SEN-
TIR Y A SENTIRNOS NOSOTROS
MISMOS.

Referencias

www.madre-mia.com/blog

Vestir es más que una necesidad.

Vestir es una herramienta de comunicación total. Necesitamos vestirnos, pero deberíamos ser conscientes de lo que nos ponemos, porque es nuestro mensaje más inmediato cuando nos encontramos con alguien. Sin embargo, muchas veces nos escondemos detrás de nuestra ropa. Es muy importante aprender a expresarnos como realmente somos y queremos, ser conscientes de lo que llevamos encima para comunicar y para sentir.

Difícil. Los diseños diferentes son caros y la moda asequible la dictan las grandes marcas a toque de corneta. Al final vamos todos iguales.

Yo estoy totalmente en contra de la rigidez del mercado textil con sus temporadas, sus rebajas y sus pasarelas. Mi ritmo de creación es otro: voy sacando piezas diferentes cada tres meses. Además, las tiendas te lo agradecen porque tener la misma oferta toda una temporada cada vez es más insoportable. Pero es cierto que casi ha desaparecido la tienda pequeña de moda, y que no hay alternativa entre la ropa muy cara y la de uniforme de las grandes marcas de ropa. Además, al no haber prácticamente industria textil, no hay tantos acabados como antes, tanta variedad de bordados y de estampados.

Los chinos, los chinos...

En parte, sí. Pero no sólo. Yo siempre digo que a China no hay que ir a confeccionar sino a vender. Aquel es un mercado enorme, igual que países de la península Arábiga, etc. Debemos salir al exterior. Yo quiero venderle a cualquier persona que le gusten mis creaciones y darle mi particular visión local de donde yo soy y de mi manera de hacer las cosas. Intento crear para cualquier persona que busca prendas que la diferencien, ese es mi nicho de mercado. Pero manteniendo unos precios asequibles, aunque mis producciones sean pequeñas. No vendo ropa, vendo sensaciones.

¡Mmmm!

Busco sobre todo las texturas, que transmiten muchas sensaciones. Para mí son muy importantes las formas simples, pero acabadas exquisitamente, los colores y los tejidos, siempre naturales. Elegir los tejidos es en lo que más tiempo invierto. Y cuando hago una pieza, bien es fruto de mi línea creativa en ese momento o bien la hago expresamente para una clienta y una ocasión. Por ejemplo, si necesitas un traje para el trabajo, para sentirte cómoda cuando lideras una reunión, intentaría buscar un tejido ligero, con un color alegre y un diseño que no te apretara, que te hiciera sentir libre y segura. Hago diseños pensados como pequeñas obras de arte.

«VESTIR ES UNA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN TOTAL»

Quizá otro problema es que no nos permitimos sentir:

Yo no soy una persona alocada, pero creo que no nos hemos de poner límites marcados por las tendencias y la moda de turno, no debemos dejarnos clasificar. Especialmente las mujeres, que estamos sometidas a una estética, unos cánones de belleza muy rígidos. No debemos ponernos impedimentos para disfrutar, experimentar y sentir.

Ahora estás experimentando con tejidos innovadores.

La innovación en los tejidos está muy centrada en situaciones de uso extremas como, por ejemplo, tejidos ignífugos para bomberos. Yo intento aprovechar las características de estos tejidos innovadores para ropa normal. Imagínate olor en los vestidos; una prenda que cambie de color con la luz del sol, que permitiría diseñar un bañador que fuera más oscuro en la sombra y más alegre y brillante al sol, tejidos con luces de LEDS... Colaboro con Leitat, un centro de investigación especializado en el sector textil, y ya hay un proveedor que quizá estaría interesado en la producción de este tipo de piezas. Veremos.

«DEBEMOS HABLAR CON NUESTRA ROPA, PORQUE LO QUE LLEVAMOS PUESTO NOS REPRESENTA»

La manera de vender también es parte del mensaje.

Sí. Yo vendo directamente a clienta y también a tiendas. Pero siempre he cuidado mucho los *show rooms*. Acostumbro a hacerlos en un hotel, pero en las habitaciones. Intento recrear la situación real de cada mañana cuando nos enfrentamos al armario y tenemos que decidir qué nos ponemos. Es muy divertido, porque las clientas acaban comportándose realmente de esa manera y probándose la ropa como si estuvieran en su casa. Ahora estoy pensando en un espacio propio que me permita vender de una manera personalizada, creando un clima y un ambiente propicio para que el cliente encuentre lo que realmente necesita comprar. Debemos hablar con nuestra ropa, porque lo que llevamos puesto nos representa. •