

Existe *otra forma* de hacer las cosas

Lucas Zaragosí
Estudio Savage



RESUMEN

Estudio Savage es un equipo creativo que desde 2010 apuesta por la innovación en el diseño a través de un enfoque contemporáneo de la tradición artesanal española. Durante la **Bienal Ardis**, expusieron los valores que guían su marca: **sostenibilidad, amor, belleza y calidad**. Su enfoque se basa en la innovación adaptativa, la transmisión de conocimientos y la conexión emocional con el consumidor. Bajo el lema “**Global needs local, local means culture**”, han desarrollado el primer máster en artesanía contemporánea y colaborado con marcas de prestigio internacional, promoviendo un diseño que integra sostenibilidad social, ecológica y económica. Estudio Savage redefine el lujo a través de la **artesanía**, creando piezas que combinan **belleza, funcionalidad y significado cultural**.

Estudio Savage habla de la naturaleza más salvaje, de la vuelta a los orígenes y de mirar al pasado para afrontar el futuro, de la curiosidad por descubrir cosas nuevas y la pasión por resolver las incertidumbres de forma sostenible. **Estudio Savage** es un equipo creativo que ofrece sus servicios desde 2010, en Valencia. Además, diseñamos y producimos en colaboración con artesanos locales, ofreciendo ediciones limitadas de ropa, complementos y objetos. Nuestra pequeña producción nos permite estar íntimamente involucrados en todos los niveles del proceso de creación. Conscientes de nuestra responsabilidad por preservar la tradición centenaria de la artesanía española desde una visión contemporánea, cada producto está diseñado y hecho a mano en España. **Creemos en la belleza. Sin excepción.**

La cultura de la innovación implica una habilidad para el cambio, lo que supone una constante búsqueda de oportunidades, una innovación adaptativa [**idear, redefinir, prototipos, testar, definir**] y una transmisión de mensajes.

Desde hace años junto a **Adrián Salvador**, director creativo de **Estudio Savage**, y el resto de nuestro equipo desarrollamos un proyecto para EAU a través del cual trabajamos la piel española con una técnica emiratí de pasamanería para dar lugar a unas piezas escultóricas que con el tiempo hemos desarrollado además para marcas como Cartier.

“*Global needs local, local means culture*” es la frase que preside nuestro estudio en Valencia y esto para nosotros es un reflejo de la importancia de la transmisión del conocimiento local y global a través de la cultura. Bajo esta premisa, creamos hace 7 años el **primer máster en artesanía contemporánea del mundo**, desde el que formamos a profesionales de distintas disciplinas vinculadas al diseño en técnicas y procesos artesanales para el desarrollo de sus propios proyectos.

Los satélites, aquellas personas que tienen la capacidad de ir un paso por delante o mirar donde otros todavía no han mirado, impactan sobre el mercado y la sociedad configurando un nuevo imaginario social, un nuevo renacimiento, un nuevo contexto, un nuevo paradigma sobre el que construir el futuro. La artista **Marusela Granell** lo expresa con estas palabras **“Necesitamos un contexto armónico, ese pequeño capricho donde soltar nuestras pasiones”**.

Este contexto armónico tiene que estar vinculado necesariamente al **desarrollo sostenible del diseño** que implica una sostenibilidad social, ecológica y económica para alcanzar un mundo viable, vivible y equitativo.



Nota. Recuperado de:

<https://www.furioso.studio/magazine/estudio-savage>

“Necesitamos un contexto armónico, ese pequeño capricho donde soltar nuestras pasiones”.

Respecto a este tema, **Enrique Loewe**, presidente honorífico de **Fundación Loewe**, dice:

Me hace ilusión pensar en el **desarrollo de la sostenibilidad**, de cambiar necesariamente los valores porque los que hemos tenido hasta ahora no son posibles, porque el lujo no tiene sentido tal y como lo hemos entendido hasta el momento, porque hay otras alternativas que definen mejor el alma humana. Una serie de ilusiones que son siempre búsqueda y encuentro dentro de la incertidumbre. Estamos en un momento de lucidez, de verdad. La artesanía está de moda porque está, porque la necesitamos, porque en una situación de pérdida de horizontes y de valores, en una situación tan ambigua y tan tremadamente anodina como la que estamos viviendo en estos momentos, agarrarse a estas tradiciones, agarrar la tierra, agarrar la historia, agarrar todas estas cosas parece que es una muy buena alternativa y también pueden ser una salvación. Yo no entiendo mucho lo del diseño emocional porque entiendo que sin emoción no hay diseño.

Sentimiento, afecto, apego, actitud, emoción y experiencia considero que es siempre un buen punto de partida a la hora de crear e innovar desde cualquier disciplina, pero mucho más desde aquellas que giran en torno a la creatividad, al diseño y a la artesanía. De aspirar a inspirar, pasamos de aquellas marcas aspiracionales [un concepto caduco] a otras mucho más contemporáneas que apuestan por la inspiración [un concepto mucho más inclusivo]. **¿Y cuando hablamos de valor?** La artista **Rosalía** dice que para ella es volver a los archivos originales del flamenco, de hace más de 100 años. Para marcas como **Loewe** es recuperar y potenciar las técnicas tradicionales

de cestería contemporánea de la mano de creadoras como Idoia Cuesta, por ejemplo, entre muchas otras, y apoyar a las nuevas generaciones a través del **Loewe Foundation Craft Prize**.

La **teoría de las 3 eses** habla de que aquello que hacemos debería ser **sencillo, sorprendente y sexy**. Sencillo para que sea comprensible, sorprendente para captar la atención de un público cada vez más impactado por cientos de estímulos y sexy porque queremos enamorar, queremos que se queden a nuestro lado.

Conocimiento del consumidor, conexión emocional, conexión cultural, de vender un producto a vender una identidad. Hace un tiempo, la arquitecta Izaskun Chinchilla lo expresaba así:

Li Edelkoort, experta en tendencias, decía hace poco que “**el consumo ha ganado la partida a la imaginación. Ya no hay sitio para la poesía ni para el teatro. Tampoco para la angustia. Solo para el negocio**”. Esto nos lleva a la idea de que tenemos que inventar un modo distinto de estar en el mundo. ¿Entonces por qué la artesanía contemporánea? En palabra del sociólogo **Juan Carlos Santos**:

La artesanía es un **concepto vivo y dinámico**, que ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Generalmente resurge en los momentos de cambio social como un modo de producción y consumo enfrentado al modelo dominante, desempeñando un rol estratégico en la exploración de nuevos paradigmas, de nuevos imaginarios. **Trabajar con las manos es trabajar con las estructuras más profundas del cerebro**, es necesario emocionar para vender artesanía.

Creo que mucha gente identifica artesanía con tradición y yo identifico artesanía con futuro.

Nota. Recuperado de:
<https://www.instagram.com/masterartesanía/>

