



NANI MARQUINA

“LAS ALFOMBRAS FORMAN PARTE DE LA VIDA COTIDIANA”

POR: DIEGO ZERPA CHANG
FOTOS: CORTESÍA DE NANIMARQUINA

Nani Marquina es una respetada diseñadora española que lleva casi tres décadas conectándose a centenares de hogares en su país natal y otras partes del mundo con sus coloridas e inimitables alfombras, cojines, mantas y sets de piezas creadas para perfeccionar el look de un hogar.

Su carrera comenzó estudiando diseño industrial en la Escuela Massana de Barcelona, en donde cultivó una curiosidad especial y un esfuerzo decidido a la tarea de investigar todo lo pertinente a las materias primas y a los asuntos de manufacturación. Esas cualidades que todavía forman parte de su rutina diaria, aunado a su creatividad, a su fe en sus enriquecidos valores estéticos y a su talante visionario –Marquina fue la primera en añadir colecciones de diseñadores de fama internacional a su catálogo y, en un momento sumamente clave para su empresa, decidió desplazar su producción al Norte de India– le han otorgado un carácter único a sus diseños y la han impulsado a conquistar importantes reconocimientos en España como el Premio Nacional de Diseño 2005 y el Premi Cambra a la Gestió Disseny 2005, así como el International Women Entrepreneurial Award 2006 de la Cámara de Comercio de Manhattan, Nueva York, por su iniciativa empresarial al mejor modelo de negocio.

Hoy día, la directora general de la marca nanimarquina y creadora de impactantes colecciones de alfombras como Bicicleta, Cuadros, Medina, Roses y Topissimo, es una mujer sumamente admirada y ocupada. Ella divide su tiempo entre descubrir artesanías alrededor del mundo –que bien pudiera decirse es su pasión–, trabajando en

su oficina con múltiples muestras de sus futuras obras de arte que se podrán pisar, compartiendo con su hija Maria Piera en su tienda en Barcelona o haciendo lo necesario para que el Proyecto Kala – una cooperación entre nanimarquina y la asociación Care & Fair en que un porcentaje de cada alfombra Kala vendida se reserva para el financiamiento de una escuela en India– avance en buena dirección. En esta entrevista con Hábitat Plus, Marquina habla abiertamente sobre su historia y sobre la reinención de la alfombra a su modo, un estilo en que experimentar, innovar y jugar con elementos como el color y la textura es la regla...

¿Cómo y cuándo se manifiesta su inquietud por la creación de alfombras?

Yo estudié diseño de producto y, en mis primeros trabajos, diseñé estampados para hacer tejidos: de esta manera empecé a combinar el diseño y las texturas. Cuando empecé, en los años 80, me di cuenta de que no había alfombras acordes con el diseño de la época. España empezaba a destacar en diseño y vi que había un sector en el mundo de la decoración no cubierto: las alfombras de calidad y con un diseño innovador y contemporáneo.

Además, siempre me han gustado las alfombras como objeto, ya que transmiten la historia y la cultura de los lugares de donde provienen. A través de los materiales y técnicas de fabricación puedes conocer un poco de las sociedades y sus gentes. Asimismo, tienen un gran significado como un lugar de reunión y comunicación entre las personas y hablan mucho de la personalidad de la gente que las tiene.



En otras entrevistas ha dicho que hubo un antes y un después en su vida tras su primera visita a la India en 1993. Por ello, entendemos que su empresa se asoció con artesanos de la India y pudo crecer y mejorar sus diseños. Aparte de esa decisión, ¿cuál ha sido el principal giro que ha experimentado su empresa durante todos estos años?

La decisión más grande que hemos tomado estos años fue ir a producir artesanalmente a la India, pero actualmente hemos tomado otras que también han sido muy importantes para la empresa como abrir una tienda propia en Barcelona y, este año, abrir una filial en Estados Unidos.

Hoy día, ¿qué papel juegan las alfombras en esos espacios interiores en donde lo importante quizás ya no sea admirar los objetos sino sentirlos como parte de nuestras vidas?

Las alfombras forman parte de la vida cotidiana, ya que tienen una carga plástica muy grande y acaban siendo uno de los puntos clave de nuestra casa. Cuando compramos una alfombra, adquirimos un compromiso emocional con ella, sus colores y texturas conectan inconscientemente con nosotros y despiertan la parte más íntima de nosotros.

Explíquenos un poco más cómo juegan los integrantes de su empresa con el color, la forma, la textura y la reinención de las alfombras, es decir, ¿cómo comienzan desde cero y logran conseguir tan complicado objetivo? ¿Qué sucede cuando un diseño y/o producto final no cumple con sus expectativas?

Nunca empezamos desde cero, porque nuestro trabajo es extraer las ideas que nos van rodeando continuamente. Es en ese momento cuando vas construyendo el proyecto, paso a paso. Acertar en un diseño implica cometer errores algunas veces.

Tenemos entendido que su empresa está comprometida con la organización Care & Fair y que juntos abogan por luchar contra el trabajo infantil, ¿puede explicarnos de qué trata este compromiso y cómo sus productos ayudan a esta causa?

Desde el primer momento que pisas la India, te das cuenta de que si quieres trabajar allí también tienes que implicarte con el país. Un año más tarde de ir a la India se fundó Care & Fair, una organización a la que estamos adheridos que tiene como principal objetivo erradicar el trabajo infantil en la manufacturación de alfombras de estas zonas. Y fue con esta organización que creamos el proyecto Kala. Primero organizamos un concurso de dibujo entre los alumnos de varias escuelas Care & Fair y, posteriormente, el equipo de diseño de nanimarquina desarrolló el dibujo ganador y lo convirtió en la alfombra Kala. Así, 150 euros de cada alfombra Kala vendida se destinan a la financiación de una escuela Care & Fair en Bhadohi. La alfombra está teniendo muy buena acogida y esperamos poder seguir financiando la escuela muchos años más.

¿Qué le depara el futuro a su empresa y cómo piensa mantener la identidad de la misma?

El futuro es seguir innovando y aportar calidad a través de la artesanía.





DETALLES PLUS SOBRE NANI MARQUINA
La particularidad de los productos nanimarquina es...
"La innovación en la utilización de los colores y las texturas".

El nombre de su alfombra favorita es... "Cuadros".

España es el país donde venden más alfombras,
mientras que el segundo es... "Estados Unidos de América".

¿Facebook, Skype o Twitter? "Mi Blackberry".

Una diseñadora o diseñador que admire... "Mariscal".

Describanos un día en la vida de Nani Marquina...
"Empiezo nadando, después voy a la oficina y tengo reuniones con mi
equipo durante todo el día, como alguna cosa cerca y normalmente
llego a casa sobre las 8 p.m. si no he tenido que acudir a ningún evento.
Pero este día tiene poco de normal, ya que viajo mucho".

CONTACTO

A través del portal www.nanimarquina.com usted podrá encontrar más información acerca de las actuales colecciones o eventos relacionados con la diseñadora catalana. La marca también posee un Blog que es actualizado con regularidad en <http://www.nanimarquina.com/blog/es>.