

**MADRID
DESIGN ▼
FESTIVAL
25**

A network diagram consisting of five yellow circles of varying sizes connected by thin yellow lines. The circles are positioned at approximately (10, 15), (40, 40), (15, 50), (70, 75), and (95, 95) in a 100x100 coordinate system. The lines connect these nodes in a complex web, with some lines extending towards the edges of the frame.

Tejiendo redes

La lana. Patrimonio en extinción

La octava edición de Madrid Design Festival se celebrará en febrero de 2025 manteniendo su propósito fundamental: dar voz y protagonismo a todos los agentes del diseño y mostrar el valor de esta disciplina como motor de cambio. Bajo el lema “Rediseñar el mundo”, seguimos destacando el diseño como una herramienta esencial para abordar desafíos y retos en múltiples dimensiones de la sociedad.

En 2024 lanzamos la iniciativa “Tejiendo redes”, un ejercicio transversal para poner en valor y visibilizar el papel del diseño frente a cuestiones sociales concretas. Iniciamos este ejercicio en la pasada edición con una aproximación por la despoblación y la mirada orientada a los entornos rurales como centros de creación.

En MDF25, nuestra mirada se enfoca en la situación de la lana en España. Con esta acción buscamos empoderar a los agentes implicados, demostrar que el diseño puede ser parte de la solución y visibilizar a los creativos que reflexionan y trabajan en esas soluciones.

Durante siglos, la lana ha sido una de las mayores fuentes de riqueza, orgullo y valor social en nuestro país. Sin embargo, hoy en día enfrenta un momento crítico. Como festival queremos crear un espacio en el que, a través del diseño, sus agentes puedan intervenir en esta realidad y aprovechar el gran altavoz que ofrece este encuentro para visibilizar y contribuir al cambio necesario.

Este proyecto es una reivindicación para recuperar un legado, resaltar el valor de un recurso sostenible y devolverle el lugar que cultural y tradicionalmente ha ocupado en España. Un proyecto clave para el país que implica mucho más que la recuperación de una tradición cultural: conlleva también la recuperación de un sector, el ganadero y el textil de producción lanar, y pone el foco en una actividad con un marcado carácter sostenible y de conservación de la biodiversidad de las especies en las vías pecuarias.

Con esta iniciativa queremos invitar a profesionales del diseño, artistas, empresas, instituciones y ciudadanos a unirse a este movimiento para proteger y revalorizar la lana española.

Un punto de partida

La situación actual de la lana en España

La lana, que en su momento fue conocida como el "Oro Blanco" de España, ha tejido un rico patrimonio cultural y económico que ha conectado desde hace siglos a comunidades rurales, artesanos, diseñadores y consumidores. La lana merina, en particular, simbolizaba la excelencia de nuestro país, exportada y valorada en todo el mundo por su calidad inigualable. Hoy, sin embargo, este recurso único enfrenta su momento más crítico: sólo representa el 1% de las fibras textiles a nivel mundial y el 90% de la lana española no encuentra un mercado adecuado, convirtiéndose en un subproducto sin valor que incluso acarrea pérdidas económicas.

La lana es mucho más que un material de calidad. Es un recurso 100% natural, renovable y biodegradable, cualidades que la posicionan como una opción mucho más sostenible frente a las fibras sintéticas que dominan el mercado actual. Además, la lana se descompone en pocos meses, aportando nutrientes al suelo. Esta fibra única regula la temperatura, es hipoalergénica, resistente al fuego, absorbe la humedad y, al mismo tiempo, es duradera y adaptable, capaz de mantener su calidad durante décadas.

Desde el diseño, la lana puede integrarse en múltiples sectores, aportando soluciones sostenibles y duraderas. Moda, mobiliario, decoración, acústica y artesanía contemporánea son solo algunos de los campos en los que esta fibra tiene un potencial increíble. Además, la lana promueve una economía circular que da valor a lo local, sostiene los empleos en el sector rural y refuerza el vínculo entre el campo y la ciudad, evitando el despoblamiento y preservando oficios que están en peligro de desaparecer.

Un patrimonio cultural y económico en extinción



A pesar de sus innumerables beneficios, la lana ha sido desplazada en un mercado que prioriza lo barato y desechable. Actualmente, España es el mayor productor de lana en la Unión Europea, pero esta fibra ha perdido el protagonismo y el valor económico que tuvo en el pasado.

El sistema ha convertido este recurso en un residuo y ha relegado a las personas que trabajan con ella a una situación de vulnerabilidad. Ganaderos, lavaderos, artesanos y pequeños productores enfrentan grandes desafíos para mantener viva esta tradición, mientras ven cómo su trabajo y su producto se consideran sin valor en el mercado.

Más de 300 millones de euros se pierden en España cada año por la falta de un mercado justo para la lana. Las estructuras necesarias para procesarla han desaparecido casi en su totalidad; solo quedan tres lavaderos en todo el país, un eslabón clave para que la lana pueda convertirse en una materia prima para trabajar.

En los últimos 20 años, España ha centrado el mercado de la lana en su venta en bruto sin procesar a países como China, ocupando más del 70% del mercado y olvidando así la conservación del know how y la cultura de transformación de lana local en nuestro país, algo que es vital proteger. Con cada lavadero y cada rebaño de ovejas que desaparece, se pierde un legado de saber hacer, de valores compartidos y de sostenibilidad que nuestros antepasados construyeron. Algo que si dejamos perder, será muy difícil recuperar.

Contradicciones

Mientras que la industria textil es uno de los principales motores económicos en España junto con el Turismo, el fast-fashion se ha disparado hasta un 300% en el último año en nuestro país. El 90% de la población española consume ropa sintética de menor calidad y menor precio. Esto se está convirtiendo en un problema de sostenibilidad que ya está dejando graves consecuencias también en España. La lana ha pasado de ser potencia textil a ser, simplemente, basura.

España es el mayor productor de lana en la UE, pero su lana representa menos del 0.5% de las fibras textiles utilizadas a nivel mundial. En términos globales, la lana representa menos del 1% de las fibras utilizadas en el sector textil, en comparación con el 70% que ocupan las fibras sintéticas.

Más del 90 % de la lana producida en el país o no encuentra mercado, o se vende a un precio muy bajo, lo que la convierte en un residuo que genera importantes pérdidas económicas para los pastores y para el estado.

A pesar de su bajo valor inicial, los procesadores enfrentan graves problemas de viabilidad para posicionar la lana en los mercados. Esta situación está agravada por el reducido costo de las fibras sintéticas y la competencia desleal, lo que frecuentemente provoca pérdidas económicas o incluso el cierre de operaciones.

Debido a esta situación, más del 85% del tejido empresarial productivo relacionado con la lana ha desaparecido, y de continuar esta tendencia, existe un serio riesgo de su desaparición total.

En el pasado, España contaba con más de un centenar de lavaderos de lana y miles de empleos vinculados a esta fibra. Sin embargo, actualmente sobreviven apenas tres lavaderos, que enfrentan enormes dificultades, habiéndose perdido más del 95% del sector.

En 1970, España tenía aproximadamente 23 millones de ovejas. Para 2022, este número se redujo a unos 15 millones, según el Ministerio de Agricultura. Entre 2010 y 2020, el número de explotaciones ovinas también disminuyó en un 20%. En 2019, cuando los precios ya eran bajos, el kilo de lana merina se compraba 2,40 euros y un año más tarde, en 2020, ese precio se desplomó hasta los 40 céntimos el kilo. En el 2024 la lana merina cotiza a 30 céntimos el kilo y el resto de las lanas a 0 o negativo.

La trashumancia de las ovejas: mucho más que economía.

Sostenibilidad, patrimonio y diversidad en juego.

Desde los años 90 a la actualidad, la trashumancia en España se ha reducido en un 80%. La situación crítica de la lana, la falta de reconocimiento social en el sector ganadero o la escasa incorporación de nuevas generaciones en el pastoreo son algunas de las causas de su gran deterioro, a pesar de la gran cantidad de beneficios que conlleva su práctica.

La trashumancia, actividad ganadera ancestral, implica el desplazamiento estacional de rebaños en busca de pastos óptimos. Su acción ha sido clave en la conservación de la biodiversidad de las especies en las vías pecuarias, tanto de flora como de fauna. Un estudio centrado en un rebaño de 3.000 ovejas de raza Merina, variedad Montes Universales, que transita por la Cañada Real Conquense, evidenció que estas ovejas transportan aproximadamente 27 millones de semillas viables durante su recorrido. Este proceso de dispersión de semillas, conocido como endozoocoria, facilita la regeneración y diversidad de los ecosistemas atravesados.

Además, este pastoreo reduce la biomasa inflamable y disminuye el riesgo de incendios. También repercute en el control de la erosión gracias al mantenimiento de la cubierta vegetal e, incluso, el paso de las ovejas supone una fertilización de las zonas que enriquece el suelo por sus defecaciones.

La puesta en valor de la lana y de las ovejas supone un empujón económico en zonas de España que están sufriendo un rápido abandono, conformando la España vaciada donde cada día menos personas habitan.

La trashumancia es mucho más que un fenómeno ecológico de enorme relevancia que presta numerosos bienes y servicios a la sociedad, entre ellos, la conservación del gran patrimonio público que supone la red de vías pecuarias, que a pesar del fuerte deterioro sufrido sigue constituyendo una red de caminos, auténticos corredores ecológicos y espacios públicos para el disfrute del paisaje y el desarrollo de actividades al aire libre.

1 Fuentes de la trashumancia: https://zaguan.unizar.es/record/76074/files/texto_completo.pdf

2025

Emergencia cultural, industrial y sostenible

En 2025 la lana ha alcanzado el momento más crítico de su historia como fibra y se encuentra en un punto de inflexión que plantea a la sociedad algunas preguntas cruciales:

¿Queremos que la lana sea un producto de valor y motor de economía y empleo, o un residuo que genere millones de euros en pérdidas anuales?

¿Queremos que España vuelva a ser una potencia en esta fibra o que se convierta en el país que la desperdició en favor de las fibras sintéticas?

¿Deseamos un sector primario rentable, sin necesidad de un excesivo gasto público, o preferimos ignorar el problema y financiarlo con dinero público?

¿Estamos dispuestos a proteger un patrimonio cultural como la lana, la trashumancia, y oficios en peligro de extinción, como el lavadero de lanas y los sorteadores de lana?

¿Queremos que estos elementos se conviertan en motores de empleo y en herramientas de economía circular o que se limiten a aparecer en los libros de historia?

¿Deseamos evitar los costes sociales y medioambientales de las fibras sintéticas (gastos en sanidad, medioambiente, y problemas sociales) o estamos dispuestos a seguir soportando estos costes?

¿Y qué podemos hacer?

Existen soluciones

La industria de la lana en España enfrenta importantes desafíos que han puesto en peligro su viabilidad, a pesar de ser una materia prima sostenible y esencial para las economías rurales. En la actualidad, la lana se enfrenta a dos caminos: cambio o desaparición. Es necesario tomar acciones para salvar este patrimonio cultural y medioambiental. Los expertos consultados proponen las siguientes soluciones:

1. Desindustrialización actual frente a nueva industrialización

La desindustrialización ha reducido drásticamente la capacidad del sector lanero español: actualmente solo existen tres lavaderos en el país, y cerca del 80% de la lana producida se exporta a China. Este fenómeno no solo limita la calidad del producto final, sino que también amenaza la transmisión de conocimientos tradicionales, esenciales para preservar la historia y cultura del tratamiento de la lana.

El alto coste del procesamiento también repercute gravemente en su comercialización, llevando a que grandes cantidades de lana sean desechadas como materia prima.

Ante este panorama, expertos del sector proponen soluciones para revitalizar la industria. Entre estas destacan incentivos económicos que fomenten la venta de lana almacenada en España y la creación de alianzas estratégicas con sectores como el diseño y la artesanía, que aporten valor añadido al producto final y lo acerquen a un consumidor más consciente y comprometido.

Se resalta también la importancia de digitalizar el comercio actual de lana, adaptándolo a los nuevos hábitos de compra-venta. De igual manera, se promueve el desarrollo de habilidades tecnológicas en el sector, impulsando su inclusión en el comercio electrónico y otros ámbitos relacionados.

Asimismo, se sugiere la implementación de certificaciones accesibles que, bajo una marca de calidad “Marca España”, garanticen tanto el bienestar animal como las condiciones laborales justas, fortaleciendo el posicionamiento de la lana en mercados sostenibles y éticos.

2. Formación para revitalizar el sector

Es esencial desarrollar programas específicos que mejoren la calidad lanar mediante el seguimiento en ganaderías y la optimización de la venta de lana a través de subastas online.

Paralelamente, es importante mejorar el conocimiento social sobre la ganadería y la trashumancia, destacando su relevancia como una profesión indispensable para la sostenibilidad ambiental y económica, además de dignificarla como un oficio valorado y bien recompensado.

3. Investigación e innovación

Establecer alianzas con universidades permitirá no solo perfeccionar los procesos industriales, sino también explorar nuevos usos para la lana, recuperándola como un material sostenible con múltiples aplicaciones que respondan a las demandas del mercado actual. La formación puede ser, a su vez, la puerta de entrada al talento internacional que encuentre en España el país capaz de suministrar de lana sus proyectos por todo el mundo. Proyectos de diseño de moda, producto, arquitectura –como aislante– o incluso en la creación de nuevos materiales ignífugos o acústicos.

4. Concienciación para un consumo responsable

La concienciación pública debe ser prioritaria. Incluir el valor de la lana en España desde los colegios, donde los más pequeños puedan entender su valor y crecer normalizando su prestigio.

Es necesario diseñar campañas específicas que pongan en valor las ventajas culturales, sociales, económicas y ambientales de la lana. Un ejemplo inspirador es la iniciativa de la Casa Real Británica, que ha promovido la lana inglesa a través de plataformas de difusión y campañas de dignificación del material.

La campaña por la lana británica se lanzó en 2010 para educar a los consumidores sobre los beneficios de la lana con el fin de hacer crecer la industria de la lana. Dirigida por una coalición de grupos de la industria convocados por Su Majestad el Rey Carlos III, en el momento en que aún era Príncipe de Gales, el proyecto intentaba motivar a los consumidores en la compra de la lana a través de actividades relacionadas con la moda, el interiorismo o la artesanía.

En el caso de España, estas campañas podrían incluir incentivos al consumo de lana local por parte de firmas nacionales, exposiciones en pasarelas de moda y ferias de diseño.

5. Fiscalización para equilibrar el mercado

Una solución como bajar el IVA a los productos fabricados con lana local o aumentar los tributos a las fibras sintéticas contribuiría a nivelar la balanza y promover alternativas más sostenibles, son algunas de las soluciones que podría aplicarse. Con estas estrategias, la lana española puede recuperar su protagonismo como un material clave para la economía circular, la sostenibilidad y la preservación de las tradiciones rurales.

El papel del diseño, el papel de Madrid Design Festival

Desde el diseño y la innovación, queremos promover un cambio en la concepción y valorización social de la lana. Madrid Design Festival es una plataforma de difusión del diseño, con más de 300.000 visitantes y más de 700 profesionales en la pasada edición. Es un altavoz y un punto de encuentro para la comunidad del diseño, así como el espacio aglutinador en el que tejer redes entre profesionales, empresas e instituciones públicas. “Tejiendo redes” se plantea como una iniciativa en la que podamos desarrollar nuevos usos para este material aprovechando el diseño como la herramienta de cambio, permitiendo a las empresas transicionar un negocio, el de la lana, hacia una industria viable y sostenible en el siglo XXI.

Madrid Design Festival

a través de la iniciativa “Tejiendo redes”, pretende:

Convertirse en un altavoz: aglutinar, impulsar y difundir todos aquellos proyectos e iniciativas que, desde el diseño, trabajen la temática anual, como la lana en esta edición. Para ello, hemos creado la fuente de información que dé a conocer a los distintos profesionales e iniciativas y usaremos nuestros canales de comunicación para conseguir un mayor alcance.

Generar actividades de concienciación: durante el festival, realizaremos talleres, instalaciones y actividades en vivo que mostrarán todo el proceso de la lana, desde la esquila hasta el tejido. Queremos que el público entienda y valore cada paso y que descubra cómo el diseño puede ayudar a crear una cadena de valor sostenible y justa.

Fomentar alianzas estratégicas: Estamos trabajando para establecer colaboraciones con empresas, instituciones y creadores que compartan nuestros valores. Queremos que estas alianzas sean una fuente de innovación y que ayuden a encontrar nuevos usos y aplicaciones para la lana en diferentes industrias. Generar una comunidad de apoyo que impulse el cambio.

Estimular el cambio a través de la comunicación: Durante el festival y en los meses previos, lanzaremos una campaña de concienciación que explique la situación de la lana en España, sus beneficios y la necesidad de un cambio en su valoración. Queremos que la sociedad comprenda la importancia de proteger este patrimonio y que se sume a nuestra causa. También daremos voz y difundiremos en medios de comunicación el trabajo de muchos creadores que con sus prácticas ejemplares están trabajando la lana y dándole valor.

Crear un espacio de encuentro y activismo, donde se tejan redes entre profesionales, empresas, instituciones y público general, basadas en la confianza y en la verdad de este proyecto. Para ello queremos ser escuchados con un ejercicio de visibilidad y encuentro con las instituciones públicas capaces de impulsar medidas necesarias para el ámbito de la lana, sus creadores, ganaderos y empresarios.

Primera activación

Oro Blanco. Colección e instalación

Madrid Design Festival y Amazon presentan “Oro Blanco”, un proyecto de desarrollo de productos a partir de la lana con salida real en el mercado. La iniciativa cuenta con el trabajo de dos diseñadoras textiles, Regina Dejiménez e Inés Sistiaga, junto con el equipo de Wool4Life, proyecto artesanal de Wooldreamers con Ramón Cobo, productor y fundador, a la cabeza.

Wool4Life es una de las pocas empresas familiares que quedan en España en el mundo donde se mantienen todos los oficios relacionados con la lana en la misma localidad, Mota del Cuervo. Es allí donde, desde hace más de 100 años, han lavado, cardado, hilado y comercializado el tejido de la lana en telares artesanales de madera.

De la mano de Regina, Inés y en colaboración con Wool4Life, el proyecto consiste en trabajar todo el proceso de la lana (limpieza, secado, hilado) de distintas especies autóctonas españolas de ovejas, algunas de ellas en riesgo de extinción y localizadas por toda la geografía nacional. A partir de esta primera fase y con el foco desde el diseño, se presentará una colección especial de objetos que se podrán adquirir a través de una página web directa de venta en Amazon, creada en especial para este proyecto.

La colección de objetos, junto con una instalación física y artística en la Institución Libre de Enseñanza -en el marco de Fiesta Design del 12 al 23 de febrero- serán los resultados de este proyecto colaborativo con el que poder demostrar el valor del diseño aplicado a la industria de la lana. Todo ello con el apoyo de Amazon que además estará involucrada en la facilitación de venta directa que proporciona su tienda.

Un proyecto que busca reflejar la vitalidad económica y creativa del diseño y promover la conexión global mediante la digitalización. Y cómo la combinación de técnicas artesanales tradicionales, creatividad contemporánea y un enfoque tecnológico es esencial para revitalizar la industria, en este caso la de la lana.

Situación de emergencia

Apelamos a todos los agentes activos de la sociedad española.

La salvación de la lana nos apela a todos. Consumidores, agentes del diseño, empresas, instituciones, ganaderos... todos tenemos manera de revertir esta situación desde nuestro margen de actividad, así como desde el consumo activo. Queremos sumar voces que apoyen y difundan este movimiento y nos ayuden a generar un gran mapa de prácticas ejemplares relacionadas con la lana que sirvan como punta de lanza de nuevos proyectos duraderos, solventes y responsables.

Si conoces un proyecto de este tipo, no dejes de compartirlo con nosotros a través del formulario. Si quieres apoyar esta iniciativa y sumarte a nuestro altavoz sin compromiso alguno, déjanos tus datos en este otro formulario. Súmate y apoya a este grupo de personas, instituciones y empresas que, de manera voluntaria, apoyan esta iniciativa y comparten conocimiento. El apoyo del sector de la creatividad puede ser el cambio necesario para movilizar a un sector que ha sido clave en la historia de nuestro país y que se fundamenta en principios necesarios para nuestro futuro: sostenibilidad, economía circular y biodiversidad.

Compartamos ideas, iniciativas y trabajemos juntos en este camino que nos ilusiona muchísimo y da sentido al objetivo del festival de rediseñar el mundo.

Impulsores

Tomás Alía
Marta Alonso
Fernando Antón
Imanol Calderón
Andreu Carulla
Ramón Cobo
Regina Dejiménez
Blanca Entrecanales
Alberto Fesser
Elena Goded
Paul García de Oteyza

Sheila Loewe
Pilar Marcos
Álvaro Matías
Mapi Millet
Macarena Navarro-Reverter
Carmen Palacios
Caterina Pañeda
Marta Sáez de la Higuera
Mónica Sánchez-Robles
Inés Sistiaga

**MADRID
DESIGN ▼
FESTIVAL
25**