



▶ 23 Julio, 2019

Hilvana: la marca de ropa que busca empoderar a inmigrantes en Zaragoza

El proyecto femenino se enmarca en un programa nacional de intervención en acción social

Rebeca Oliva Aznar
Zaragoza

¿Es posible fomentar el empoderamiento y emprendimiento femenino, las habilidades sociales, la autoestima y la inclusión social a través de la costura? Así lo ha logrado Hilvana, la marca de ropa elaborada por mujeres inmigrantes en Zaragoza, quienes han logrado hacerse un hueco en la sociedad aragonesa a través de la elaboración y venta de prendas, bolsas o riñoneras.

La marca, que forma parte del proyecto Hilvanando culturas, confeccionando el futuro y financiado por Obra Social La Caixa Aragón, se desarrolla dentro de Aquí También, un programa nacional de intervención en acción social con infancia adolescencia y familia puesto en marcha en 2013 a raíz de la crisis económica y que se realiza en los centros educativos.

Es por lo que todo el trabajo realizado desde Hilvana se lleva a cabo en las instalaciones de los colegios tanto en horario escolar como extraescolar.

Isabel Neila, la representante de organizaciones institucionales de la fundación Ayuda en Acción, explica que la iniciativa comenzó en 2013 en el colegio Ramiro Solans del barrio Oliver antes de que llegara Ayuda en Acción. Nació a petición de las mujeres de etnia gitana, quienes solicitaban poner en marcha un taller de confección con el objetivo de arreglar las prendas de ropa que poseían para no gastar más recursos económicos. Ellas eran quienes llevaban las telas y materiales de casa y cosían en conjunto.

En 2015, Ayuda en Acción buscó dar una vuelta a ese proyecto y se planteó que no fuera una iniciativa únicamente de carácter asistencialista sino que



Isabel Neila, la representante de organizaciones institucionales de la fundación Ayuda en Acción. EFE/Javier Cebollada

permitiera generar ingresos. Así nació Hilvanando culturas, confeccionando el futuro.

Actualmente, el proyecto se lleva a cabo cuatro días a la semana tanto en el barrio Oliver en el colegio Ramiro Solans, con un total de 15 participantes, como en la zona Centro en el colegio Joaquín Costa con 20 mujeres.

La esencia del proyecto es el emprendimiento femenino textil y de carácter social, buscando siempre la innovación social y personal de las mujeres para que no que aprendan solo a confeccionar sino a tener todo tipo de competencias que les permita desarrollarse y empoderarse como mujeres, señala Neila.

Las integrantes del proyecto Hilvanando culturas, confeccionando el futuro y la marca Hilvana son mujeres muy variadas,

que abarcan edades desde 20 hasta los 60 años. La más mayor, comenta, es Mari Carmen, una "abuelita" del Ramiro Solans que tiene 63 años y 18 nietos y sus hijos y nietos, todos escolarizados en este centro educativo. Para ella el taller es como "su segunda casa" y el punto de reunión con otras mujeres donde se cuenta "las penas y alegrías".

Neila subraya que todas las ellas son madres, abuelas, tías y familiares del alumnado escolarizado en el centro y son familias en situación de vulnerabilidad. Además, muchas padecen discriminaciones, lo que les impide acceder a trabajos "en condiciones" a los que podría optar cualquier otro tipo de mujer.

Los orígenes de las participantes del proyecto son muy diversos: en el Ramiro Solans son

fundamentalmente de etnia gitana y de Marruecos y en el Joaquín Costa las hay de Venezuela y fundamentalmente de África del Norte como Marruecos o Argelia. Además, las situaciones socioeconómicas de todas ellas son muy diversas. Algunas reciben ayudas sociales o tienen empleos muy precarios, sobre todo por las dificultades idiomáticas que se da en la población norteafricana.

El proyecto Hilvanando culturas, confeccionando el futuro no es casual. Todo ello hace alusión al doble objetivo fundamentales del proyecto. El primero de ellos, hilvanando culturas, busca integrar la interculturalidad a través de los diversos orígenes de las participantes. Confeccionando el futuro va ligado a la idea de emprendimiento femenino textil,

enfocado en términos de generación de ingresos, y de tejer un futuro económicamente sostenible para todas ellas.

Además, todo el proceso de elaboración de los productos está perfectamente organizado a través de cuatro comisiones de trabajo que las propias participantes integran: Lazos y Afectos, para fomentar la cohesión de grupo; Cuéntame, principalmente para reforzar el uso del español; ¿Lo bordamos?, que valora unos estándares de calidad del trabajo; y Sostenibilidad, que busca el equilibrio sostenible tanto a nivel medioambiental como en el propio trabajo de elaboración de los productos.

Gracias a todo el trabajo, la marca Hilvana ha logrado colaborar con numerosos proyectos aragoneses como el festival internacional de arte urbano Asalto, el festival internacional de Danza Trayectos, la conmemoración del centenario del barrio Oliver y, de forma asidua, en el mercado del Cierzo.

Pero el último logro de Hilvana fue la presentación de su marca en marzo de 2019 durante la Aragón Fashion Week, en la que, de la mano de cinco jóvenes diseñadores y diseñadoras, presentaron sus propuestas elaboradas con telas de estampados elaboradas por ellas.

Según explica Neila, este hito en Hilvana ha supuesto el impulso final que necesitaba, ya que se plantean lanzar la marca al mercado para 2020, con prendas y accesorios, todo ello elaborado por las mujeres del taller.

De este modo, este pequeño proyecto que nació en un colegio del barrio Oliver, a través de la constancia y dedicación de las mujeres que lo componen podrá convertirse en una de las marcas de tendencia aragonesa en el futuro.