

Creació d'una col·lecció de moda independent



Robert Duran Esteban
Tutora: Mercè de Miguel
INS Miquel Biada, Mataró
2n de batxillerat social
2013/2014

Índex

1.Introducció	pàg 2
1.1 Definició de moda	pàg 4
1.2 Definició de moda independent i free-lance	pàg 5
1.3 080 Barcelona Fashion	pàg 6
1.3.1 080 Barcelona Fashion 13 de Juliol	pàg 7
1.4 Dissenyadors del panorama independent	pàg 8
2.Passos per crear una col·lecció de moda independent	pàg 12
2.1 Briefing	pàg 12
2.2 Inspiració i investigació	pàg 13
2.2.1 Investigació sobre el concepte	pàg 13
2.2.2 Investigació de materials i composició de les peces	pàg 16
2.3 Procés creatiu	pàg 24
2.3.1 Il·lustració de peces definitives	pàg 24
2.3.2 Pla de peça	pàg 25
2.4 Patronatge	pàg 26
2.5 Confecció	pàg 27
2.6 Fitting	pàg 28
2.7 Resultat i presentació	pàg 28
2.7.1 Desfilada	pàg 28
2.7.2 Lookbook	pàg 29
3.Creació d'una col·lecció de moda independent	pàg 30
3.1 Briefing	pàg 30
3.2 Inspiració, influències i investigació del concepte	pàg 31
3.2.1 Panell de tema	pàg 31
3.2.2 Desenvolupament de les idees: Esbossos	pàg 33
3.3 Investigació de materials, composició de les peces i procés creatiu	pàg 34
3.3.1 Investigació de materials, composició de les peces i il·lustracions definitives	pàg 34
3.3.2 Pla de peça	pàg 39
3.4 Patronatge	pàg 40
3.5 Confecció i fitting	pàg 40
3.6 Resultat i presentació	pàg 41
3.6.1 Desfilada	pàg 41
3.6.2 Lookbook	pàg 42
4. Conclusió	pàg 44
5. Bibliografia	pàg 46
6. Annex	pàg 48

1.Introducció

El treball de recerca és una de les inquietuds més grans pels alumnes, fins i tot abans d'arribar al batxillerat. En el meu cas, tot i haver dubtat en algunes ocasions, quasi sempre he tingut clar quin havia de ser el meu objecte d'estudi. Era conscient que hauria de dedicar-hi moltes hores, i que no tenia sentit fer-lo si no en gaudia. Així que vaig apostar per fer-lo relacionat amb el tema que més m'agrada i amb el que més còmode em sento: la moda.

Un cop escollit el tema, l'entrebanc més gran ha estat centrar-lo en un aspecte en concret, ja que la moda és un tema molt ampli, amb moltes possibilitats i molt diferents entre si.

Inicialment volia centrar-lo en la vessant econòmica, cosa que em permetia relacionar-lo amb l'assignatura d'economia, però vaig adonar-me que seguia sent un tema excessivament ampli. Seguidament vaig pensar a centrar-me en una visió històrica, però em va semblar molt típic i poc creatiu.

És per això que finalment em vaig qüestionar si em veia capaç de dur a terme un treball on hagués d'abocar tota la meva creativitat. Al començament no n'estava segur, però com que volia encarar-lo com un repte personal, vaig decidir centrar-lo en el disseny de moda independent.

Em vaig decantar per la moda independent perquè trobo molt interessant la intenció dels dissenyadors per diferenciar-se de la resta. Allò que persegueixen és desmarcar-se.

He enfocat el treball en les col·leccions de moda independent, concretament en la creació i disseny d'aquestes i tot el que comporten. És a dir he volgut resseguir tots els passos que segueix un dissenyador fins a aconseguir el resultat final.

Finalment, com a part pràctica, m'he posat en el cos d'un dissenyador per, seguint tots els passos estudiats al marc teòric exposat, elaborar la meva pròpia col·lecció de moda independent.

Objectius

Conèixer tots els processos que du a terme un dissenyador a l'hora de crear una col·lecció de moda, i posar-los a la pràctica creant-ne una de pròpia, que hipotèticament estarà dirigida al mercat. Aquest és l'objectiu principal del treball.

És cert però, que a mesura que avançava el treball, m'he anat fent algunes preguntes relacionades amb la moda independent i els seus dissenyadors, que he pogut respondre gràcies als coneixements que m'ha aportat aquesta recerca.

Analitzar les dificultats que comporta crear una col·lecció de moda començant des del no res. Verificar si es possible fer-ho amb pocs recursos. Comprovar que es tracta d'una feina molt laboriosa i possiblement poc valorada, i entendre per què és tant difícil que la moda independent aconsegueixi tenir renom a escala mundial.

Metodologia

Al començar el treball no tenia gaire clar quines fonts d'informació utilitzar ni quins procediments dur a terme, però vaig voler auto imposar-me no utilitzar la xarxa electrònica com a font principal d'informació. Vaig informar-me i vaig descobrir l'editorial GG Moda, una editorial que només publica llibres relacionats amb la moda. Per sort vaig tenir-hi accés fàcilment i he pogut fer ús de tota aquesta bibliografia. Han estat de gran ajuda, no només en la estructura sinó que en tot el treball.

Aquests han estat doncs, els meus pilars principals pel que fa a la informació, encara que en tot moment he hagut de recórrer a Internet i a altres fonts d'informació.

A més vaig anar dirigir-me a l'ESDI (**Escola Superior de Disseny Industrial**), un institut de moda on vaig posar-me en contacte amb l'alumne Oriol Robert que em va facilitar molta informació pel que fa als processos creatius d'un dissenyador, just el que ell mateix aspirava a ser.

També he recorregut a alguns dissenyadors de moda i professionals del sector que m'han ajudat a perfeccionar algunes parts del treball.

Estructura del treball

El treball està dividit en tres parts: introducció, àmbit teòric i apartat pràctic. A la introducció hi he inclòs les definicions de moda i moda independent, per tal d'establir la diferència entre ambdues. També hi he afegit informació referent a la temàtica principal, com la *080 Barcelona Fashion* i la informació sobre alguns dissenyadors, per tal d'introduir una mica el món de la moda independent. A l'apartat sobre la 080 també hi he englobat la meva experiència personal, per tal de reforçar la meva visió sobre aquest món.

La part teòrica està titulada “Passos per crear una col·lecció de moda independent”. En aquest apartat hi he introduït tots els passos que segueix un dissenyador a l’hora de crear una col·lecció. He reforçat aquest apartat afegint algunes fotos que clarifiquen les explicacions.

La part pràctica porta el mateix títol amb que es presenta el treball, “Creació d’una col·lecció de moda independent”. En aquest apartat explico la meva experiència posant-me en la pell d’un dissenyador i exposo tots els passos que he dut a terme per obtenir el resultat final.

Totes les explicacions van acompanyades dels dibuixos o les fotos corresponents per tal de mostrar la feina realitzada.

Finalment el treball es clou amb una conclusió, on explico tot el que he après d’entendre a terme aquest treball i quines lliçons en puc treure.

1.1 Definició de moda

Abans de parlar sobre moda cal analitzar el concepte per centrar-ne el seu abast i fixar quina és la realitat que defineix.

Segons l’Institut d’Estudis Catalans, la paraula moda designa “l’ús passatger que regula, segons el gust del moment la manera de vestir-se, de viure, etc.” Deriva del llatí *modus*, que significa “manera, norma, regla, temps, melodia, ritme...”. Per tant, si apliquem aquest significat a la indumentària¹ podríem dir que és “l’ús social que la condiciona segons unes normes preestablertes basades en uns criteris de gust que varien d’acord amb l’època i la civilització a cada cultura

Es refereix, per tant, als seus efectes al cos, no tan sols són en la indumentària sinó també en els complements, el maquillatge, el perfum i fins i tot les pròpies modificacions del cos.

Concretament la moda en el “vestir”, designa la manera de vestir-se d’acord al gust d’una època en una zona determinada. Es tracta d’un fenomen que afecta a la col·lectivitat a través de la societat i a la visió individual que es té dins d’aquesta. De fet, la moda sempre s’ha desenvolupat en relació amb un conjunt de fenòmens creatius, mediàtics, industrials i comercials, que l’han fet un element de certa complexitat que pot ser vist com un reflex social i cultural.

¹La indumentària és el conjunt d’induments (vestidures); és a dir, és el nom genèric per a tota mena de peces que s’usen per a vestir.

Durant molt de temps es tractava d'un privilegi de l'aristocràcia, de la cort i dels rics que pretenien imitar les formes de grups socialment superiors. Més tard es va popularitzar i es va convertir en el fenomen de masses actual.

La seva evolució està íntimament relacionada amb diversos factors, amb els que la uneix un fort vincle, com són la producció en sèrie, l'aparició de poblacions més nombroses a les ciutats i la capacitat de difusió de la premsa i altres mitjans de comunicació.

La seva expansió va ser lenta fins que a partir del segle XVII van aparèixer les primeres publicacions periòdiques.

La Ruta de la seda, també va tenir un gran paper, però sempre sota el secretisme de l'elaboració d'aquests tipus de teixit.

La moda pot ser observada des d'un punt de vist artístic o artesanal, però també pot ser analitzada com un instrument del desenvolupament econòmic.

1.2 Definició de Free-lance

S'atribueix el terme freelance a la persona que produeix una activitat que consisteix a realitzar treballs propis de la seva ocupació, ofici o professió de forma autònoma per a tercers que requereixen els seus serveis per a tasques determinades. La retribució d'aquest no serà en funció del temps emprat, sinó del resultat obtingut.

Definició de moda independent

Creativitat i innovació són sinònims de moda independent, ja que són la base de qualsevol de les col·leccions.

Per al dissenyador independent, la moda és una forma d'expressió personal. És per això que posiciona la llibertat creativa com a principi fonamental a l'hora d'expressar la seva pròpia creativitat.

Un dissenyador de moda plasma els sentiments i les inquietuds pròpies dels creadors, experimenta formats i desenvolupa constantment idees i, per a fer-ho, dona especial importància a la llibertat d'inspiració com a base en les seves col·leccions, sense fixar-se només en la seva posterior comercialització.

És a dir, en la moda independent no existeix una base comercial que domini les col·leccions per seguir les tendències.

1.3 080 Barcelona Fashion

La 080 Barcelona Fashion neix el juliol de 2007 amb l'objectiu de donar a conèixer els dissenyadors independents i esdevenir un referent del disseny i la moda d'avantguarda a escala internacional.

Creativitat i innovació són els conceptes que la inspiren -com també inspiren la moda independent-, sense oblidar però, la importància del mercat i la necessitat de donar sortida comercial a la moda.

La 080 s'emmarca dins el "Pla de Dinamització de la Moda Catalana 2007-2012", que impulsa el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

Aquest pla es va crear amb la intenció de reactivar el sector del tèxtil cooperant amb el disseny de moda que es fa avui en dia a Catalunya, al mateix temps que es donava resposta a les dificultats dels creadors independents per materialitzar i comercialitzar les col·leccions, tant dins com a fora de les nostres fronteres.

El Pla de Dinamització de la Moda actua al voltant de cinc eixos:

-La internacionalització.

-La vinculació entre creativitat i indústria.

-El suport financer.

-El suport al talent emergent.

-L'organització d'un esdeveniment de moda a la ciutat de Barcelona, que situï la capital catalana en el panorama internacional del disseny i l'avantguarda.

Concretament la 080 s'enquadra en l'últim eix. Amb la intenció d'ocupar un espai en el circuit de la moda independent, aquest esdeveniment intenta convertir Barcelona en un aparador de primer ordre a escala mundial i en una cita ineludible de la moda i el disseny d'avantguarda.

És per aquesta raó que aposta per la "cultura de la moda" en un sentit integral i pretén ser més que una passarel·la de moda.

1.3.3 Experiència personal a la *080 Barcelona Fashion* (Juliol de 2013)

El passat juliol del 2013 vaig tenir l'oportunitat d'assistir a la 080, ja no només per plaer, sinó per introduir-me en el món de la moda independent amb l'objectiu d'absorbir informació per a realitzar aquest treball.

Vaig assistir-hi com a convidat de les desfilades *Schipper Arques, Guillermina Baeza Yiorgos Eleftheriades i Alexys Reyna*.

Les sessions es varen portar a terme en l'edifici Dhub, al llarg dels dies 8-12 de juliol. Puc dir clarament que va ser una experiència molt satisfactòria. No només perquè vaig poder estar en un ambient amb els millors dissenyadors de Catalunya (i Internacionals), sinó que també amb milers de persones que comparteixen el mateix gust que jo per la moda, fet que em va ajudar encara més a gaudir d'aquest esdeveniment.

Em vaig endur la càmera per tal de captar bé l'essència de les desfilades i així poder plasmar-ho en el meu treball. A continuació un recull de fotografies. (Ordenades de dalt a baix segons l'ordre esmentat anteriorment) -Veure annex 1-



1.4 Dissenyadors del panorama independent

Abans d'anomenar tots els passos que cal seguir per crear una col·lecció de moda independent, vull fer esment d'alguns dels dissenyadors més anomenats del panorama independent per poder explicar quines han estat les recerques i inspiracions a què han recorregut en el seu procés creatiu.

Carta e Costura

Alessandra Carta i Stefano Fornari són el duo que hi ha darrere de Carta e Costura. Ella és la força creativa de la marca, i ell un dels patronistes més bons de Milà. Creen peces que combinen estètica de diferents períodes històrics, que poden abraçar des de l'edat medieval fins al futur. Són coneguts pel seu luxe senzill i la seva elegància sense esforç. El seu estil lliga patrons complexos i detalls esculturals, que es conjuguen en peces idònies per portar a la vida quotidiana. Establerts a Milà, la seva popularitat va anar creixent després de guanyar el concurs *Who's Next* el 2007.

Des d'aleshores les seves col·leccions es distribueixen a les botigues més selectes i han aparegut diverses vegades en la premsa especialitzada.



Models desfilant amb dissenys de la marca. Col·leccions 2012/13, 2011/12 i 2010/2011

Yiorgos Eleftheriades

Amb quaranta col·leccions per dona i vint-i-dos per home, Yiorgos Eleftheriades ha passejat els seus dissenys per Atenes, París, Londres i Barcelona. La seva filosofia es basa en l'interès per les formes clàssiques, buscant l'elegància contemporània. Així, el dissenyador grec intenta crear un estil urbà alternatiu, amb formes interessants, una ferma sastreria i combinacions de diferents teles i textures. La contraposició d'elements és una altra de les seves marques creatives. Amb una gran consciència mediambiental, ha utilitzat teixits naturals i ecològics des de l'inici de la seva trajectòria professional en la confecció dels seus dissenys. Les seves col·leccions han estat publicades a *Número*, *Harper's Bazaar*, *Zoo Magazine*, *i-D* i *Glamour*.

L'última col·lecció presentada per Yiorgos Eleftheriades a la 080 del juliol 2013 estava plena de minimalisme postmodern. Es tracta d'una col·lecció basada bàsicament en un seguit de siluetes esculpides.

L'objectiu principal d'aquesta col·lecció era crear un vestuari informal i imponent alhora. Una dona contemporània i elegant. Va aconseguir-ho a través de formes elegants, amb l'aplicació de detalls, retalls i efectes similars al paper.



Models desfilant a la 080 del juliol. Col·lecció primavera/estiu 2014.

Miriam Ponsa

Diplomada en disseny de moda per la Universitat de Southampton i posteriorment especialitzada en disseny i en tècniques de punt a Igualada.

El procés artesanal defineix la seva obra, amb tècniques poc utilitzades actualment com és el brodat a mà, la tapisseria, la cristalleria i el macramé.

La seva és una trajectòria vital i apassionada. No segueix tendències, sinó que crea col·leccions independents, definides com a roba d'autor.

Les seves col·leccions es produeixen en tallers catalans. Valors com l'esforç, el treball en equip, l'autenticitat i la recuperació de tècniques artesanals formen part del seu manifest.

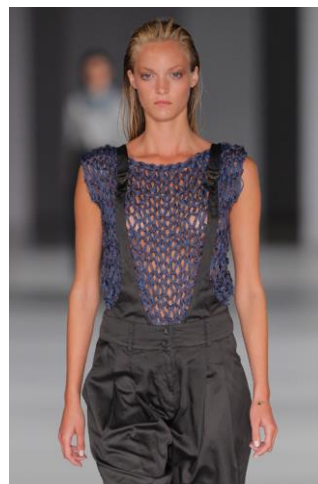
El darrer premi d'una llarga llista, és el "Premi La Roca Village" a la millor col·lecció de la Passarel·la 080 de Tardor/Hivern 2012/13.

La última col·lecció presentada per Miriam Ponsa a la 080 Barcelona Fashion està inspirada en l'ofici de raier, que consistia en la construcció de rais (embarcacions de troncs). La manera amb què es lligaven els troncs inspira les tècniques que treballen amb nusos com el macramé i la tècnica del nus espanyol. Part de la investigació d'aquesta col·lecció recau en el tractament del teixit i en l'erosió de la peça un cop confeccionada.



Escenografia de la desfilada de Miriam Ponsa inspirada en l'ofici dels raier, a la 080 del juliol 2013. ◀

Models desfilant a la 080 del juliol 2013. Col·lecció primavera/estiu 2014. ▽



Juan Pedro Lopez

Graduat en disseny l'any 2000. Guanyador del "1r Premi Smirnoff Fashion Awards Espanya" al 1999 i finalista a la final internacional d'aquest mateix premi a Hong Kong. També finalista al 2002 del "Mittelmoda Fashion Award a Itàlia".

Des de l'any 2000 el dissenyador ha presentat sis col·leccions a la Passarel·la Gaudí Joves Dissenyadors. El 2005 debutà a París per primera vegada. Convidat a la primera edició de la *080 Barcelona Fashion*, hi va retornar a partir del 2011.

A més de dissenyador, també treballa d'estilista. El 2010 va obrir la seva pròpia botiga a Barcelona.

La seva última col·lecció presentada a la 080 evoca els capvespres de Santorini, mitjançant siluetes, estampats i volums trets del folklore hel·lènic.

Juga amb les transparències, textures, brillantors i imatges. Un look sofisticat per a una dona chic i elegant.



Models desfilant a la 080 del juliol 2013. Col·lecció primavera/estiu.

2. Passos per crear una col·lecció de moda independent

Quins són els passos per crear una col·lecció de moda independent? Què ha de fer el dissenyador?

A continuació relacionaré el conjunt de processos creatius i de disseny necessaris per a la creació d'una col·lecció de moda independent des d'un punt de vista teòric. Els diferents processos són els necessaris per a qualsevol col·lecció, però també podem diferenciar quins trets són propis per a la moda independent.

2.1 Briefing

Es tracta del primer pas en la creació d'una col·lecció de moda perquè aquí s'estableix tot el que serà necessari en els següents processos de la creació.

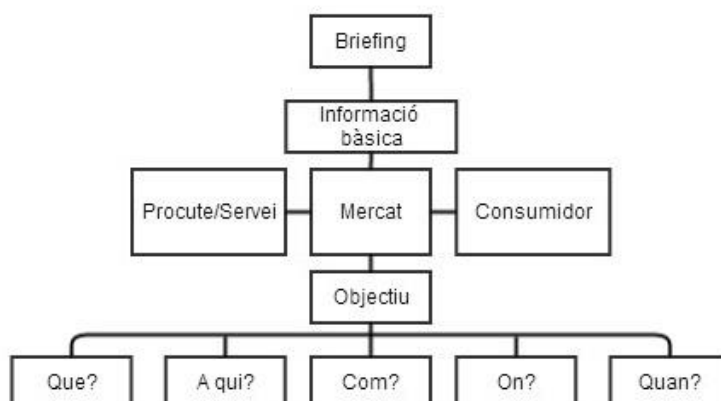
A grans trets, un *briefing* és una descripció escrita i concisa dels paràmetres en els que s'ha de basar un producte per arribar a satisfer en la mesura del possible les necessitats de la demanda.

És una eina molt important a l'hora de concebre un producte, ja que ajuda a ordenar i planificar totes les seves possibilitats, la viabilitat per enfrontar-se al mercat, i al mateix temps, marcar els criteris sobre els quals s'ha de basar la seva creació.

En la moda, el començament de qualsevol procés creatiu ve marcat sempre pel *briefing*, que pot ser plantejat tant a dissenyadors com a estilistes, directors d'art o altres professionals del sector.

Aquesta fase respon a preguntes com: Quin productes es pretenen llençar? Per a qui? Per què? Com s'elaboraran?

En el cas de la moda independent el *briefing* creatiu és molt més obert ja que el dissenyador no té cap tipus d'exigència comercial, sinó que es regeix només per la pròpia creació. Tot i així també estudia mínimament quin és el consumidor i quina és la demanda. Per tant, té molta més flexibilitat en la recerca de solucions creatives.



2.2 Inspiració i investigació

Després d'establir el *briefing*, en la creació d'una col·lecció de moda el dissenyador ha de dur a terme una investigació conceptual. Ha de centrar la seva col·lecció, i vincular-la amb el seu marc d'inspiració, els sentiments i les emocions.

Tota col·lecció de moda es desenvolupa a partir de un concepte, ja sigui aquell que estableixen en el *briefing* les grans marques, o aquell que escull el dissenyador en el cas de la moda independent.

La investigació de concepte i la inspiració són els primers esglaons de la cadena. Tenen un paper molt important en el producte final, ja que en ell quedarà reflectit tot el que dissenyador pretén transmetre a través d'aquest.

L'educació rebuda, l'entorn cultural, les referències històriques i les experiències personals, sumades a una exposició contínua als mitjans de comunicació, provoquen que la nostre ment es trobi submergida constantment en enormes cabdals d'informació i es vegi influenciada per cents d'estímuls, creant el que podríem dir la *inspiració*.

Podríem definir-la com un estímul rebut en un moment concret que afavoreix la creativitat.

Ara bé, per a què la inspiració ens porti al camí de l'èxit, sempre ha d'anar acompanyada d'un perfeccionament de la idea inicial.

Per aconseguir que tots els estímuls que inciten al dissenyador siguin encertats i el portin a una execució correcta de la peça, és necessària la *investigació*.

En aquest sentit, cal aprofundir en dos punts: el concepte i els materials.

Per tant, el dissenyador, d'alguna manera, reflecteix les seves emocions i els seus sentiments amb el que acabarà esdevenint la seva col·lecció, ja sigui amb els conceptes (inspiració, investigació..) o amb els materials (colors, teixits...)

2.2.1 Investigació sobre el concepte

Els dissenyadors de moda independent, quan comencen a idear la seva col·lecció, la sostenen sobre algunes influències, ja siguin culturals o històriques. Aquestes influències acaben esdevenint el que serà la futura inspiració de la col·lecció. Tot dissenyador, quan ha de crear una col·lecció, s'ha d'inspirar en alguna cosa que li permeti donar forma a les seves idees, tot expressant els seus sentiments i emocions.

Panell de tema

Per crear una col·lecció de moda, el dissenyador ha de tenir una idea prèvia, l'anomenat "panell de tema", la font d'inspiració. Aquesta inspiració pot ser fruit d'una influència històrica o bé cultural. El dissenyador s'informa sobre la idea, i amplia els seus coneixements sobre el tema en concret.

Un cop s'ha informat, aboca tot el coneixement en alguns dibuixos, on reflecteix el que sent quan pensa en el seu panell de tema. Aquests li serviran posteriorment com a inspiració per a dur a terme els seus esbossos.

Un cop ja té la idea i sap quina serà la base de la seva col·lecció, sol escollir una musa a la qual aniran dirigides les seves peces. És a dir, no només un cos, al que s'adapti la peça, sinó també una personalitat, un estil (el mateix per a les col·leccions d'home).

Influències culturals

Tot el que conforma la cultura d'un lloc, ja sigui la música, el cine, la literatura, la pintura o els vestits tradicionals, així com els corrents culturals o artístics d'un determinat moment de la història, poden acabar sent una font d'inspiració per al dissenyador de moda. Per a representar aquesta influència cultural, és precís investigar i buscar tota la informació necessària i després interpretar-la segons la filosofia i l'estil personal. Moltes firmes i dissenyadors es deixen endur per la cultura i resolen els seus projectes creatius basant-se en aquestes influències.

Els experts en sociologia afirmen que en els períodes d'economia pròspera es tendeix a apostar per la tecnologia, allò funcional o allò futurista, mentre que a les èpoques de recessió la moda indaga en les arrels culturals, en allò ètnic, en allò més pur del ser humà, que, inconscientment, busca refugi en els seus orígens.

Influències històriques

En qualsevol disciplina artística, la història és fonamental per enfrontar-se al present i al futur. Així com un individu necessita aprendre de les experiències personals passades per solucionar els problemes que poden sorgir, un dissenyador de moda necessita referències històriques per enriquir la seva visió de la indumentària i resoldre els problemes amb solucions que afavoreixin la creativitat.

Un clar exemple és el fet que la història del vestit estigui clarament relacionada amb la història de l'home.

Les societats primitives utilitzaven pells d'animals per abrigar-se i protegir-se. Tot i això no seguien cap moda, senzillament cobrien una necessitat.

Grans civilitzacions com la japonesa van perpetuar la forma de vestir sense a penes canvis durant segles. Podem dir que la moda es va forjar a Europa, i en la seva evolució destaquen tres moments: el segle XIV, amb la gran diferenciació entre el vestuari masculí i femení; el segle XIX, en el que neix l'alta costura a París, i la segona meitat del segle XX, quan s'estableix el sistema de moda actual.

Per tant, submergir-se en la història a través de la història del vestir pot resultar apassionant per a qualsevol dissenyador, i la seva interpretació pot donar resultats increïbles.

Un exemple de col·lecció amb influències culturals i històriques, és la col·lecció **“Con el Corazón en Kyoto” de Freddy Gaviria.**

A la tardor de 2008 el dissenyador Freddy Gaviria va tenir l'oportunitat de visitar per primera vegada Japó i el Museu de la Indumentària de Kioto, que alberga la col·lecció més completa i fabulosa a escala mundial.

L'atmosfera que hi havia allà encara està en la seva memòria, i des d'aleshores el seu esperit encara sembla passejar pels passadissos del museu i pels carrers del districte de Gion, famós per les “okiyas”, on viuen les aspirants a geishes. Ell, estudiós de la història de la moda, va començar a relacionar la silueta oriental amb l'estil proposat per Paul Poiret, el primer gran dissenyador, pioner i revolucionari de l'actual silueta femenina, que ja al 1910 va alliberar la dona de la cotilla i li va permetre (finalment) respirar.



Models vestides amb dos dels dissenys de Freddy Gaviria

Desenvolupament de les idees

Després d'investigar i recopilar la informació relativa al concepte de la col·lecció (panell de tema) o de la peça en que s'està treballant, el següent pas és dissenyar, convertir la informació en peces, donar forma i interpretar. Un cop el dissenyador ja té clara quina serà la seva inspiració per a la col·lecció, i a qui anirà dirigida aquesta, el creador comença a dur a terme el desenvolupament de les idees. Comença a dibuixar, a abocar la seva imaginació, a donar forma a les seves idees, emocions i sentiments, fins a treure els primers esbossos. Els primers esbossos són doncs, la primera forma que el dissenyador dóna a les futures peces de la seva col·lecció. Aquests estan fets normalment a llapis i sense color, ja que el dissenyador a aquestes alçades normalment encara en desconeix els colors i les textures.

Un dissenyador pot desenvolupar aquest procés de manera individual o en equip, i de forma més o menys elaborada, depenent de la magnitud del seu projecte.

2.2.2 Investigació de materials i composició de les peces

Un cop el dissenyador ja ha acabat amb el panell de tema, per poder dur a terme la il·lustració de peces definitives ha de passar a escollir els materials dels seus dissenys i la composició d'aquests, és a dir les teles, teixits, colors i estampats.

Escollir un teixit

A l'hora de dissenyar, és fonamental que el dissenyador faci una bona elecció pel que fa als teixits, ja que aquests determinaran la qualitat i la durabilitat de la peça.

Existeixen molts tipus de fibres, ja siguin d'origen natural (animals, vegetals i fins i tot minerals) o artificials, que són les que provenen de la transformació química de productes naturals mitjançant polímers de cel·lulosa, proteïnes i altres matèries. El teixit ha de concordar amb el concepte que es pretén transmetre, tant en la seva composició com en el seu ús o en la presència o absència d'estampats i altres acabats. Per exemple, en el cas d'una camisa inspirada en la tècnica japonesa de l'origami, s'hauria de buscar un teixit que disposés de suficient cos com per aguantar l'estructura desitjada.

Els teixits estampats són sempre més arriscats, però poden acabar convertint una col·lecció bona en una col·lecció sublim.

Les grans firmes i dissenyadors de prestigi tenen els seus propis departaments de disseny de teixits i estampats, encara que també en són molts els que realitzen les seves pròpies propostes, fet que afegeix més valor a la peça.

En la moda independent, els estampats solen estar dissenyats pel propi dissenyador, que com he esmentat anteriorment aporta més valor a la peça i la fa més especial.

Pel que fa a les tendències en teixits, un dels majors referents és el saló *Première Vision*, que es celebra a París dues vegades a l'any. Allà s'hi pot trobar la millor oferta de tèxtil internacional, que cada temporada gira entorn a quatre tendències.

Composició dels teixits

A l'hora d'escollir els teixits, el dissenyador ha de tenir en compte la composició dels teixits. Les fibres són els filaments que componen els fils i, per tan els teixits.

Es divideixen en dos grans grups: les fibres naturals i les artificials.

Les primeres són les de procedència animal o vegetal, i les segones són les fabricades industrialment.

Les més comunes són les següents:

FIBRES NATURALS D'ORIGEN ANIMAL:

-Seda. Fibra natural animal fina, suau, elegant i delicadament brillant. Hi ha referències del seu ús a la Xina des de fa 5000 anys, i és un teixit valorat en moltes cultures.

-Llana. Fibra que proporciona una sensació càlida i És bona aïllant tèrmica. És elàstica i s'arruga poc. Pel que fa al manteniment, s'ha de rentar en aigua tèbia i assecat-se en posició horitzontal o eixugar-se en sec.

-Alpaca. Fibra suau al tacte i brillant a la vista. És procedent del pèl de l'alpaca, un animal original dels Andes.

-Angora. Fibra molt suau i fina. Prové del conill de pèl llarg, original de la regió turca d'Angora. També existeix el pèl procedent de la cabra d'Angora, que per evitar confusions s'anomena *mohair*.

-Caixmir. Fibra suau al tacte, lleugera i sedosa. Prové de la cabra de la regió asiàtica de Caixmir. És una de les fibres animals més valorades a tot el món. Els articles realitzats amb caixmir es consideren de luxe.

FIBRES NATURALS D'ORIGEN VEGETAL:

-Cotó. El cotó és una de les fibres més utilitzades, ja que és també una de les més barates i alhora una de les més còmodes. Té a més una característica que afavoreix que sigui una de les fibres més utilitzades: es pot tenyir, és a dir que s'hi pot estampar.

-Lli. Fibra molt utilitzada en la confecció de peces de roba per a les estacions més caloroses ja que és molt transpirable i lleugera. Les peces confeccionades amb lli són fresques i còmodes.

FIBRES SINTÈTIQUES:

-Elastà/ Licra. Fibra molt flexible i resistent, que es pot estirar fins al 600%. Es sol afegir a altres fibres per aportar flexibilitat i comoditat.

-Niló. Fibra lleugera i molt resistent, que resisteix a l'absorció d'humitat i s'asseca ràpidament. És molt utilitzada per a la producció de mitges. També es combina amb fibres naturals per abaratir la producció i guanyar resistència de les peces. Pot ser mate o brillant.

-Polièster. Fibra elàstica de tacte càlid, més opaca que el niló, que pot ser brillant o mate. És fàcil de tenyir i molt transpirable.

-Vinil. Polímer molt elàstic i resistent que té un lleuger aspecte plastificat.

FIBRES ARTIFICIALS:

-Raió. Va ser la primera fibra manufacturada que es va produir a partir de la cel·lulosa i es venia com a "seda artificial". Les seves característiques són similars a les del cotó, però amb una qualitat inferior.

Teixits i teles

El dissenyador té un ventall molt ampli de teles entre les que pot escollir. És convenient que el teixit o tela que esculli vagi d'acord amb les necessitats d'aquella peça. Les característiques de la tela o teixit haurien de complementar les necessitats de la peça de roba.

-Xarol. Tela aconseguida mitjançant un procés sintètic. Té la característica de ser impermeable.

-Feltre. Tela feta sense teixir ni trenar, simplement de pèl sintètic.

-Polipell. Teixit sintètic que s'assembla a la pell.

-Texà. Teixit fet de sarga de cotó, amb la característica de ser molt resistent.

-Sarja. Tela de cotó molt resistent i que té molt de cos.

- Organdí. Tela feta de cotó sintètic, molt lleugera i transparent.
- Crepè. Teixit sintètic molt suau que té molta caiguda i s'enganxa al cos.
- Folre. Tela sintètica utilitzada normalment per a folrar peces.
- Loneta. Tela plana de cotó, que és molt rígida i resistent.
- Tul. Tela sintètica que és molt lleugera i que té aspecte de xarxa. Se sol utilitzar per donar un aire rígid a la roba.
- Vellut. Tela peluda feta a partir de qualsevol fibra en la qual els fils es distribueixen molt uniformement, amb un pèl curt i dens, que proporciona un tacte suau. El vellut fet a partir de seda és el més preuat.
- Pana. Teixit fet de cotó molt gruixut de tacte aspre, molt semblant al vellut. Pot ser llis o compost per fibres entrecruades.
- Arpillera. Teixit gruixut aspre fabricat a partir de diversos tipus d'estopa². Se sol utilitzar com a element cobertor i en la fabricació de sacs i peces d'embalatge.
- Encaix. Teixit ornamental i transparent que es fa a mà i s'adorna amb brodats.

Els colors

És molt important que el dissenyador tingui en compte la psicologia dels colors i el concepte sobre el que vol treballar a l'hora d'escollir els que predominaran en la seva col·lecció o en una peça. Depenent del que es pretengui expressar amb una peça el color pot ser un fantàstic aliat.

Pel que fa al concepte que estem treballant és precís fer un bon estudi per saber quins són els colors que s'hi identificaran més.

El color és tant important que fins i tot es converteix en l'emblema d'algunes cases de moda i arriba a prendre el nom de la pròpia firma. És el cas del llegendari vermell "Valentino", barreja de carmí i porpra utilitat durant dècades pel famós dissenyador italià del mateix nom.

Cada temporada la indústria de la moda imposa un nou color que es converteix en l'estrella d'aquesta. L'ús d'aquest es converteix sempre en l'aposta segura per als dissenyadors, però no cal que estigui present en les seves col·leccions si no s'identifica amb el concepte o filosofia de la col·lecció en el moment que és ideada.

² L'estopa és la part gruixuda del lli que queda al rastell quan es pentina.

Els caçadors de tendències³, després d'analitzar les desfilades a les passarel·les i repassar els colors que més popularitat han tingut durant la temporada, intenten encertar quins colors seran els dominants. El negre tendeix a estar sempre de moda perquè estilitza (aprima) i es pot combinar fàcilment amb altres colors.

És necessari desenvolupar una gamma de colors i teixits al dissenyar, ja que qualsevol elecció de color pot ser que en necessiti d'altres per omplir alguns espais. Per exemple l'elecció de cinc colors requerirà la d'altres dos addicionals per obtenir una paleta fluida, ja que pot ser que una selecció inicial no ofereixi la varietat necessària per al disseny de un determinat número de peces dins d'una col·lecció. Cal tenir present, però, que els dissenyadors independents, no sempre tenen en compte les tendències, sobretot les del color.

El color doncs ofereix la primera impressió d'una col·lecció, és un referent emocional i té la capacitat de crear una atmosfera i un missatge determinat. És doncs un dels elements més importants. Ara bé, ens referim no a tots els colors sinó als del cercle cromàtic: el groc, el vermell, el taronja, el rosa, el lila, el blau fosc, el blau cel, el turquesa, el verd fosc i el verd clar i la barreja d'aquests i el blanc.

A cadascun d'ells se li atribueix un significat

-Groc. És un color que aporta felicitat. És brillant, alegre i simbolitza luxe.

S'associa amb la part intel·lectual de la ment i l'expressió dels nostres pensaments.

-Vermell. És un color que simbolitza el poder. Es sol associar amb vitalitat i ambició.

Transmet sensualitat i passió, mentre aporta confiança en un mateix.

Té un aspecte negatiu, i es que pot expressar ràbia. Si estem envoltats de massa vermell pot influir negativament.

-Taronja. És un color alegre que allibera les emocions negatives. Fa sentir a qui la porta menys insegur, més comprensiu amb els defectes dels altres i aporta comprensibilitat. Es diu que estimula la ment i que és un perfecte antidepressiu.

També és ideal per a l'esperit.

³Caçador de tendències, persona que fa prediccions sobre canvis i nous sorgiments, referents a la cultura del consumisme i la moda

-Rosa. És un color que influeix en els sentiments convertint-los en amables, suaus i profunds; per tant, és emocionalment relaxat. Fa sentir afecte, amor i protecció. També ens allunya de la soledat i ens converteix en persones sensibles. Així com el vermell reflecteix més la part sexual, el rosa s'associa més a l'amor.

-Lila. És un color que té un profund efecte sobre la ment i és utilitzat pels psiquiatres com a ajuda per calmar i tranquil·litzar els pacients. És el color de transformació al més alt nivell espiritual i mental, capaç de combatre les pors i aportar la pau. També és un bon connector amb els impulsos musicals i artístics.

-Blau fosc i blau cel. És un color fresc i tranquil·litzant que s'associa amb la ment, igual que al groc.

El blau fosc fa sentir relaxat i tranquil a qui el porta, ja que ens fa recordar el mar de nit. Ens permet connectar amb la nostra part femenina i intuïtiva, tot i que massa blau fosc pot produir depressió.

El blau clar transmet tranquil·litat i protecció. Ajuda a controlar la ment i a ser creatius.

-Verd clar i verd fosc. És un color amb una forta afinitat amb la natura que ens connecta amb ella. El busquem instintivament quan estem deprimits o acabem de viure un trauma. Ens crea un sentiment de confort i relaxació, de calma i pau interior, que ens fa sentir equilibrats interiorment.

El verd fosc representa l'inici de la mort i és indescriptible, és la negació de la vida i de l'alegria.

-Turquesa. És relaxant i tranquil·litzant i l'associem amb el refrescant oceà. És aconsellable per a l'estrès mental, el cansament i el sentiment de netedat. Anima a començar de nou amb forces renovades i idees noves.

-Blanc. És el més pur de tots, per tant representa la puresa. Aporta protecció, pau i confort. Alleuja la sensació de desesperació i ajuda a netejar i aclarir les emocions. Fa sentir lliure a qui el porta i fa oblidar les opressions. Massa blanc quan no és necessari pot fer-nos sentir soledat i fredor, perquè ens separa de les altres persones.

Combinacions de colors

La manera d'utilitzar un color és generalment una opció de gust personal i existeixen poques regles en aquest àmbit, tot i que algunes combinacions s'haurien d'evitar.

Per exemple el negre i el vermell junts poden resultar molt tòpics i el blau marí i el negre no s'haurien de portar junts. El conjunt de molt colors primaris pot resultar una barreja molt cridanera o ordinària, tot i que en mans adequades podria funcionar.

Alguns colors no funcionen amb determinats tons de pell, per exemple el beix i altres tons "carn" fan que la pell sembli de color rosa o vermell.

Utilitzar una petita quantitat de color per accentuar o realçar. En contrast amb altres colors, pot provocar un major impacte que unes grans taques de colors contrastats.

Estampats i altres acabats

El dissenyador si vol estampar els seus dissenys, té la opció d'aplicar-los de diferents maneres.

Tant el dibuix, com el color, com la textura poden aplicar-se al teixit mitjançant l'estampació.

Tal com hem observat amb els teixits i els colors, una bona elecció de l'estampat o dels acabats poden fer que una col·lecció sigui inoblidable.

En el seu disseny sempre es tindrà en compte la coherència respecte al concepte de la col·lecció o de la peça. Els dibuixos que es realitzen damunt de les teles es poden pintar a mà o estampar-se.

Molts dissenyadors han fet treballs artesanals i han treballat alguna vegada amb peces molt exclusives pintades a mà. Tot i això el més habitual és l'estampat mitjançant diferents recursos: o bé segons la tècnica empleada per aplicar els colors i o bé segons la disposició del estampat.

SEGONS LA TÈCNICA:

Pel que fa a les tècniques, disposem d'estampats directes i estampats per reserva. N'existeixen altres tipus però són menys utilitzats.

Per a l'elecció adequada s'haurà de tenir en compte el tipus de teixit, la complicació del dibuix, el número de colors, etc.

- Els estampats directes són aquells que s'apliquen directament sobre el teixit mitjançant plantilles. Existeixen diferents mètodes d'estampació directa: el corró, la termo-transferència, la serigrafia, etc. Actualment estan molt desenvolupats industrialment, però també es poden realitzar de forma més manual.

-La serigrafia requereix un disseny, tinta, una regleta i una pantalla (peça de seda tensada sobre un marc o bastidor). El primer pas consisteix en fer una matriu del disseny que després s'aplica sobre la pantalla, de tal manera que la tinta només pot passar a la seda en les parts "positives" del disseny. Després, la pantalla es col·loca sobre el teixit i mitjançant una pressió uniforme amb la regleta es fa passar la tinta a través de la pantalla, amb el resultat que la imatge queda estampada en la superfície del teixit. Després es fixa l'estampat amb fonts de calor per tal que no desaparegui en rentar-se.

-L'estampació amb rodet produeix un disseny continu sobre el teixit. És útil per estampar sobre grans superfícies aquells dissenys en els que es repeteix el motiu. S'aconsegueix una estampació sense costures, de manera que les unions en el disseny resulten invisibles.

-Amb l'estampació per transferència s'obté un estampat únic. Es forma amb l'aplicació de les tintes sobre una superfície que és transferida al teixit, a l'inrevés. L'estampació manual es fa directament sobre el teixit amb l'ajuda de tota una sèrie d'instruments, com pinzells i esponges. Aquesta aplicació manual de la pintura dona a la peça de teixit una aparença artesanal. Tot i això és un mètode que per la seva lentitud no resulta adequat per a una gran longitud de teixit.

-L'estampació digital es pot aplicar directament sobre el teixit des de l'ordinador a través d'una impressora de xorro de tinta. Amb aquest mètode s'aconsegueixen imatges d'alta definició i a més es poden estampar molts colors sense la necessitat de múltiples pantalles. També s'utilitza la impressió per làser, encara que resulta un procés relativament costós.

Els estampats per reserva, en canvi, són tècniques manuals de llarga tradició, com és el cas del *batik*, una tècnica Índia que consisteix en realitzar delimitacions sobre el dibuix amb cera i aplicar diferents capes de color. Per acabar es retira la cera i el resultat és extraordinari.

SEGONS LA DISPOSICIÓ DE L'ESTAMPAT:

Els estampats continus són aquells que utilitzen una imatge i es reproduïxen de manera continuada per formar una trama. Són els que conformen les teles estampades que es poden trobar a les botigues de tèxtils, tot i que cada vegada són més les firmes que aposten pel seu propi dissenyador d'estampats.

Per altre banda, els estampats posicionats són aquells en els que s'ubica una imatge de manera estudiada en un lloc concret de la peça.

Pel que fa als acabats, existeixen innumerables tècniques que poden convertir un mateix teixit en molts altres amb aspectes i textures diferents. Els més comuns són els acabats àcids, que són aquells que provoquen efectes desgastats o apergaminats als teixits i que es creen mitjançant l'ús d'àcids. Els acabats recoberts, com els emmidonats serveixen per aportar noves propietats al teixit (rigidesa, en aquest cas).

Finalment els acabats estètics serveixen per modificar l'aparença i el tacte de la tela.

2.3 Procés creatiu

2.3.1 Il·lustració de peces definitives

Un cop el dissenyador ja ha acabat els primers esbossos i ja té les idees ben clares, passa a il·lustrar les que seran les seves peces definitives. En aquestes il·lustracions el dissenyador presenta els diferents atributs de cada disseny, les formes, els estampats, els colors i les textures de les teles.

La il·lustració pot utilitzar-se per expressar un estat d'ànim o per donar a la roba un context mitjançant la representació d'una escena en la que aquestes peces puguin portar-se o del tipus de persona que podria portar aquesta roba a través del seu estil, maquillatge, pentinat i posició. Una il·lustració de moda no necessita mostrar la totalitat d'una peça, sinó que mostra com lluiria aquesta damunt d'un cos.

La aplicació del traçat i l'ús d'una gran varietat de materials artístics és molt important. El millor traç és el segur, fluït i ple de moviment, i això s'aconsegueix amb pràctica.

La il·lustració ha de comunicar les idees del disseny, encara que també pot captar l'esperit de la roba.

Aquestes il·lustracions es poden presentar en color o no, i en diferents tècniques com el grafit, la tinta, la aquarel·la, el guaix i fins i tot mitjançant programes informàtics, com el CorelDRAW (no tots els dissenyadors saben dibuixar perfectament), però sempre s'hi reflecteixen els trets més característics i també s'hi fan anotacions que serviran per al posterior plànol de peces. Els diferents tipus de materials artístics també ajuden a expressar les diferents textures dels teixits.



Dos exemples de il·lustracions de peces definitives del dissenyador Christian Dior

2.3.2 Pla de peça

La creació del pla de peça és l'últim pas que fa el dissenyador abans d'enviar el seu disseny al patronista, és a dir que és el que li entregarà perquè aquest creï la peça.

Un cop aquest ja té les il·lustracions definitives acabades i ha pres decisions pel que fa als teixits, els estampats i els colors, passa a dur a terme el plànol de cada peça. El pla de peça consisteix en el dibuix pla de cada disseny, amb les diferents parts d'aquest i les mesures. Aquest no sol estar a color, sinó que hi solen aparèixer indicacions pel que fa als colors i els teixits.

Les diferents parts d'aquest plànol són: espatlla, pit, cintura, maluc i genoll, i en el cas dels pantalons turmell.

A partir d'aquest el patronista en fa el patró que posteriorment serà enviat a confeccionar.

2.4 Patronatge

Un cop el patronista té els plans de peça, procedeix a dur l'últim pas abans de la confecció, els patrons. Per tant estem parlant d'una part del disseny que no està en mans del dissenyador, sinó d'un professional del patronatge.

Es diu que el patronatge és a la moda, el que l'arquitectura a la construcció. Es tracta de desenvolupar els plans del que serà una peça. El patronista necessita mitjans tant tècnics com estratègics per dur a terme la correcta elaboració dels patrons.

Depenent del tipus de peça que es treballi s'utilitzaran diferents tècniques per passar de l'esbós a la confecció d'aquesta.

Pel patronatge industrial i la sastreria, encara que existeixen diferents mètodes, el més comú és treballar sobre un patró base i modificar-lo segons el model que es desitgi realitzar i les mesures desitjades. Tanmateix, també es pot treballar sobre pla o en volum, construint sobre el bust de costura una "maqueta" del que serà la peça final.

En el patronatge industrial, els plans estan elaborats pel la línia de tall, és a dir amb els marges de les costures incloses i amb tots els detalls necessaris per permetre i facilitar els processos de producció en sèrie. A més, els patrons han de respondre a unes taules de mesures industrials que s'adapten al grup de població al que es destina el producte (talles).

Al igual que en el cas de les il·lustracions, en el patronatge també existeixen diferents programes informàtics que ajuden a resoldre el procés de una manera molt més ràpida i amb gran exactitud.



Exemple patró vestit de dona

2.5 Confecció

El procés de la confecció de peces des del moment del tall dels teixits fins als últims detalls, varia depenent de si es fa amb un sistema artesanal o industrial. Tot i això hi ha determinades qüestions que sempre s'han de tenir en compte.

El tall

Abans de tallar qualsevol peça, s'ha de preparar el material tenint presents alguns elements, com el dret i el revés de la tela i la direcció del teixit. La direcció en que es talla el teixit pot venir marcada per el propi disseny de la peça. En el cas del vellut, per exemple, s'hauria de tenir en compte el sentit del pel o la perspectiva que es prefereixi, ja que una o altre disposició pot causar efectes diferents. Igualment, és important analitzar el patró per saber si el tall de la tela serà simple o doble, simètric o no.

També s'ha de tenir en compte la direcció del tall que senyala el patró, ja sigui el fil (al llarg), a contra fil (a l'ample) o en diagonal (al biaix).

Finalment la disposició de les diferents peces sobre la tela és fonamental per el seu millor aprofitament, de fet en el procés industrial, existeixen eines informàtiques que determinen la disposició òptima de les peces.

La confecció

En cada pas de la confecció s'ha d'escollir la costura més indicada per treballar de manera fàcil i ràpida, i per obtenir els acabats marcats en el disseny.

Depenent de l'àmbit del que parlem, artesanal o industrial, la metodologia i els acabats poden ser molt diferents.

Depenent de les dimensions de la empresa de moda, els treballs de tall i confecció els realitzen equips propis o, en la majoria dels casos, sobre tot en el "prêt-à-porter" i el mercat de massa.

Des dels últims anys, moltes firmes de moda amb certes magnituds aposten per produir en països on tant la compra de teixits com la mà d'obra són més barates. Això requereix una supervisió continua dels treballs de producció per evitar en la mesura del possible un descuit en el procés i els acabats.

2.6 Fitting

En els processos més artesanals, el fitting (la prova de les peces) és una part del procés que està present de principi a fi.

En l'alta costura des del moment en que s'encarrega el vestit fins el moment en que s'efectua l'entrega, la peça passar per dos o tres proves, en les que el dissenyador la va ajustant a la anatomia del client i va experimentant amb diferents tècniques per resoldre el disseny.

De mateixa manera en la moda independent els dissenyadors solen fer també varies proves, normalment sobre el maniquí o el bust de costura, i finalment sobre un/a model.

Això ajuda a realitzar petits ajustos, com corregir les pinces o estrènyer la cintura, així com comprovar que els tancaments de les peces estiguin ben situats.

Damunt d'un model s'aconsegueix una informació més completa com la comoditat.

2.7 Resultat i presentació

Tot procés creatiu acaba amb un resultat. En el cas de la moda, conclou amb la presentació, ja sigui per mitjà d'una desfilada, de un catàleg o d'un lookbook.

A partir d'aquest últim punt comença el procés de venda i la col·lecció surt al mercat.

2.7.1 Desfilada

Podríem dir que la desfilada és la finestra que obra la col·lecció al món, és a dir, és la forma d'ensenyar el resultat de la feina i l'esforç desenvolupat durant mesos per el dissenyador i el seu equip.

Des de ja fa uns cinquanta anys s'ha desenvolupat el terme "setmana de la moda".

Una setmana (aproximadament) en la que una ciutat es converteix en la capital de la moda i en la que el treball dels dissenyadors acapara molta més atenció mediàtica que en presentacions independents.

Aquests esdeveniments s'organitzen dues vegades a l'any, durant els mesos de gener i febrer es presenten les propostes de primavera-estiu de l'any següent, i entre setembre i octubre es mostren les de tardor-hivern de l'any següent també. Aquesta és la manera de que la indústria de la moda estigui molt més organitzada i cada firma es planifiqui els seus períodes de disseny, producció i venda en torn a aquestes dates, sempre amb un any d'antelació.

Les setmanes de la moda amb més prestigi i repercussió mediàtica són les de París, Londres, Nova York, Milà i Tokio. A ciutats com Barcelona, anys enrere ja s'organitzava una desfilada referent a la moda, la Gaudí, actualment s'organitza la 080, que com he esmentat anteriorment pretén impulsar la moda independent.

Les desfilades són una potent arma de promoció de les col·leccions. No obstant, també són econòmicament costoses i suposen un esforç humà titànic per tan sols uns minuts de posada en escena.

No sempre estan assegurades la repercussió mediàtica i la recompensa econòmica, per això s'ha d'escollir molt bé el format de la desfilada, depenent de la doctrina de la firma i del públic a qui vagi dirigit.

Hi ha dissenyadors que prefereixen participar en desfilades alternatives a les setmanes de la moda perquè el públic que hi assisteix s'identifica amb les seves propostes i és consumidor habitual. En són un clar exemple els dissenyadors de moda independent, que presenten les seves col·leccions alternativament perquè qui hi assisteix ja sap el que es trobarà, un concepte alternatiu de la moda, la independent.

2.7.2 Lookbook

Un lookbook o un catàleg de col·lecció és un element molt important per un dissenyador o una firma, ja sigui per presentar les seves col·leccions a la premsa o com a eina de venda. Es tracta de l'últim pas en la creació d'una col·lecció de moda, ja sigui independent o no.

Fer un lookbook professional té molta importància perquè aquest ajudarà a donar a conèixer la col·lecció i facilitar la feina per assessorar als clients sobre les diferents possibilitats d'aquesta.

Un bon estilisme, una fotografia ben dirigida, un model que respongui a la fisonomia amb la que el públic objectiu s'identifica o admira, o una espectacular direcció artística poden potenciar les qualitats d'una peça i fer que es converteixi en l'estrella d'una col·lecció.

Les agències de comunicació i publicitat que treballen per les firmes de moda aposten cada vegada més per mostrar les feines a través d'Internet i amb originals formes d'arribar al públic.

3. Creació d'una col·lecció de moda independent

Un cop establerts tots els processos necessaris per a la creació d'una col·lecció de moda, ara aplicaré tota la teoria treballada a la pràctica, en la que es convertirà en la meua pròpia col·lecció de moda independent. Per això serà necessari que segueixi tots els passos des del Briefing fins al resultat i presentació, per arribar a "llençar-la al mercat".

Aquest apartat, és el que dóna nom al meu treball. És la part pràctica del treball i la que el conclou com a recerca de tots els processos necessaris per a portar-ho a terme, és a dir, em poso en el cos d'un dissenyador de moda independent, per a crear la meua pròpia col·lecció de moda seguint tots els passos necessaris.

Cal especificar que algunes parts de la pràctica són hipotètiques, en el cas de que la col·lecció és dirigida vertaderament al mercat. Tots els demés processos són reals, des del procés creatiu fins a la confecció i presentació.

3.1 Briefing

Abans de començar amb tot el procés creatiu, he dut a terme el Briefing.

A partir d'aquest he establert tots els paràmetres en que s'ha de basar el producte que pretenc llençar al mercat per satisfer en la mesura del possible les necessitats d'aquells a qui va dirigit.

Primer de tot he ordenat i planificat totes les possibilitats i viabilitat del producte.

El meu producte, en aquest cas, la col·lecció de moda (Què?), anirà dirigit a un mercat-consumidor bastant ampli, una noia jove d'entre uns 18 i 30 anys, atrevida i sofisticada, que no tingui complexes ni vergonyes a l'hora de vestir-se (A qui?) Es llençarà al mercat a través d'un lookbook i una desfilada, on els compradors tindran l'oportunitat de visualitzar les creacions, i en qualsevol cas comprar-les (Com?). Un cop les hagin comprat, els consumidors tindran l'oportunitat de comprar-les en les botigues d'aquells que prèviament les hagin comprat a partir dels lookbooks (revistes) i desfilades. (On?) i finalment la col·lecció serà llençada per a la primavera/estiu de 2014. (Quan?)

3.2 Inspiració, influències, investigació del concepte

3.2.1 Panell de tema

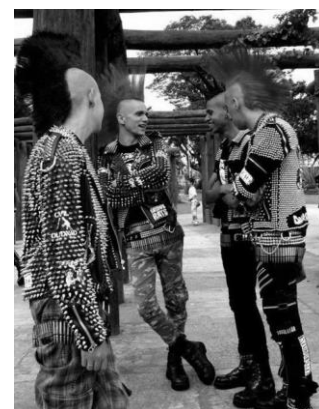
Un cop establert el briefing, és el moment d'alliberar la ment i deixar que flueixi la imaginació per centrar la meua col·lecció en un panell de tema, que em permeti expressar i mostrar els meus sentiments a través de l'art de dissenyar.

És per això que decideixo focalitzar la col·lecció en el moviment punk i els corrents artístics que l'envolten.

Em centro en el punk, perquè personalment el considero un moviment molt interessant, el qual dóna uns atributs molt diferents a la moda des d'un punt de vista completament diferent. Em baso en la seva manera de diferenciar-se. Dins del moviment existeix una estètica, com en qualsevol moviment, però en aquest cas una de molt remarcable.

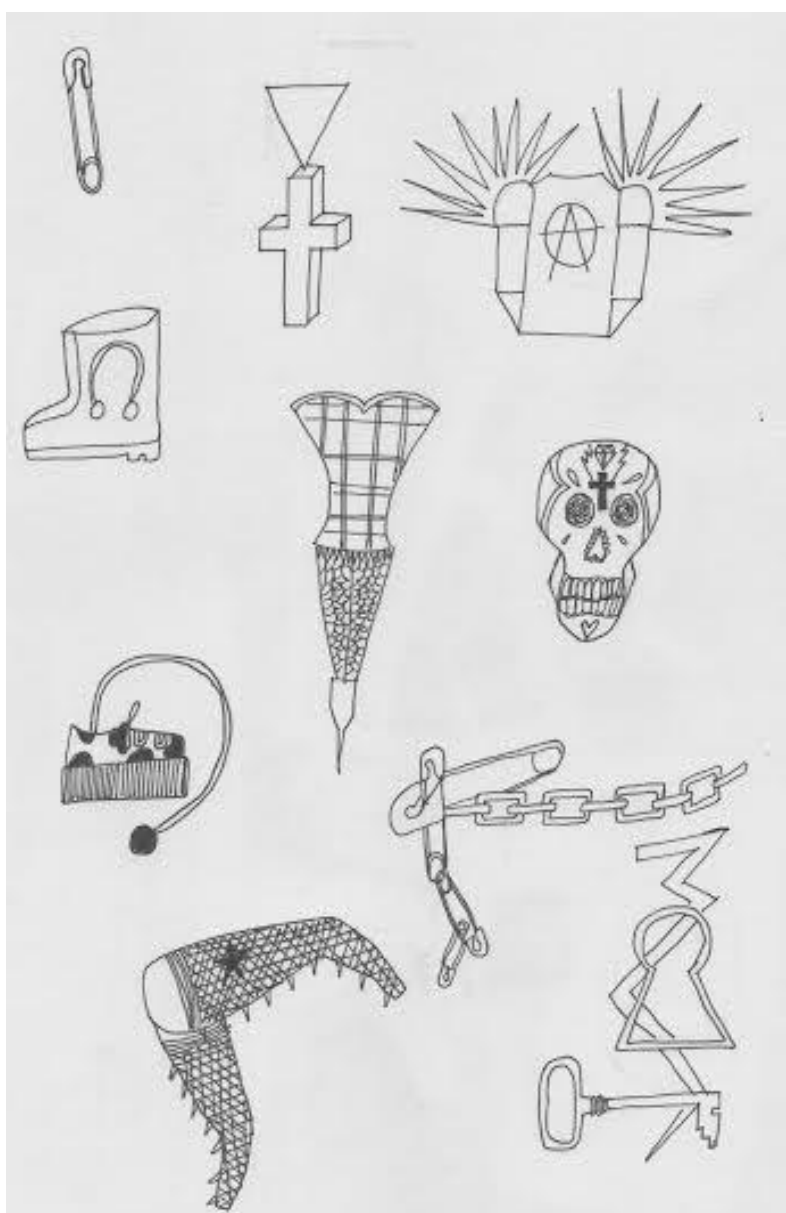
M'informo sobre el moviment com a una influència cultural i històrica, i duc a terme una investigació sobre el concepte per poder-ne tenir coneixement i poder parlar-ne mitjançant el disseny.

Els moviments del punk apareixen durant els anys seixanta com a subgènere musical del rock. Des d'aleshores l'han acompanyat corrents artístics, literaris, ideològics i polítics. Com a moviment es basa en l'honestat provocador i inconformista cap a tot allò que limiti la llibertat individual, des de l'Estat fins a la religió. La seva forma originària era expressar les classes socials deprimides, amb els seus propis mitjans i conceptes, així va afavorir un ambient d'intervenció estètica transgressora. Molts dels motius estètics del punk, que actualment segueixen vigents van aparèixer en aquella primera època, com els cabells de punta, tenyits de colors verds, blaus, roses, crestes, cardatges, roba trencada o mal cosida, imperdibles i altres accessoris disposats per la roba. També es van usar símbols, com els anarquistes per a la provocació.



El següent pas és desenvolupar el que és el meu panell de tema, és a dir dibuixar i expressar tot allò que sento amb la paraula "punk". És per això que faig alguns dibuixos relacionats amb el tema, que posteriorment em serviran d'inspiració per als primers esbossos.

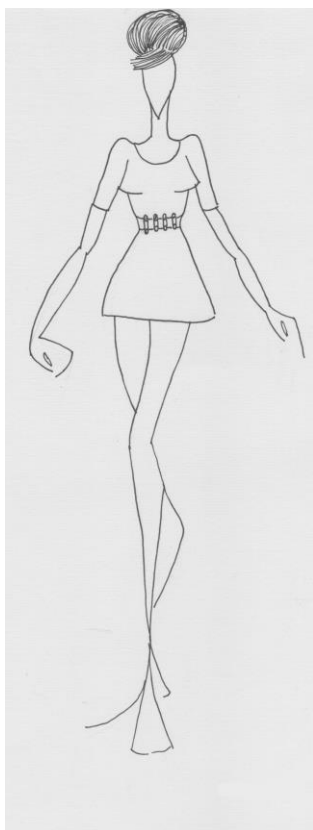
Aquests dibuixos són un petit reflex de l'estètica punk, en ells mostro algunes de les característiques més comuns del moviment, com els imperdibles, les formes rectes, les punxes, els símbols (estrella i anarquista), la roba ajustada, els quadres, les calaveres, les botes, els pírcings, les plataformes, la roba de reixeta, les claus, les cadenes..



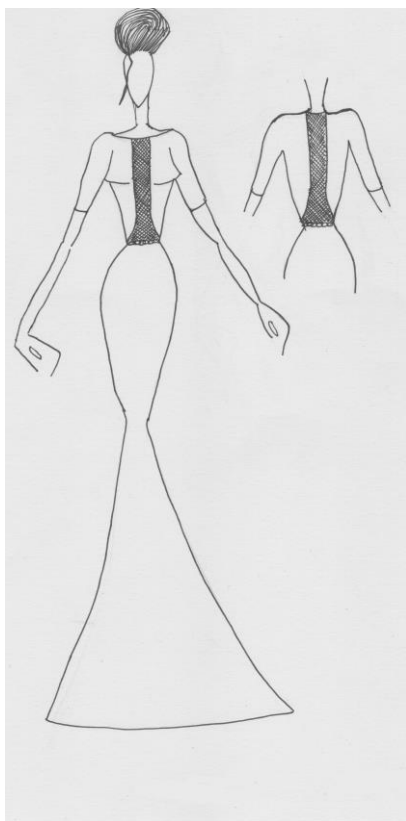
-Veure annex 2-

3.2.2 Desenvolupament de les idees: Esbossos

El següent pas és el desenvolupament de les idees. Em centro en el panell de tema i els dibuixos relacionats i començo a expressar-me. Duc a terme els primers esbossos, esborro, torno a dibuixar, i les meves idees comencen a prendre forma. Entro en una cadena de canvis constants, per tant entro en una fase de creativitat. Transformo i modifico, per tant estic en constant activitat. Els canvis esdevenen gràcies al meu coneixement sobre allò que dibuixo. També entro en un estat en el que el que dibuixo no concorda amb la imatge que tenia el cap, per tant segueixo modificant i transformant elements per acabar de donar la forma estimada. Amb tot això explico emocions mitjançant el traç dels meus esbossos. Dibuixo peces que mostren el punk des de un punt de vista diferent i acabo creant un seguit de peces amb alguns trets comuns, remarcables en l'estètica punk. Aquests primers esbossos els faig a paper i amb llapis, no els passo a color ja que aquest és el següent pas del procés, escollir els colors, estampats i teixits.



Vestit 1



Vestit 2



Vestit 3

3.3 Investigació de materials, composició de les peces i procés creatiu

Les peces ja han pres forma amb els esbossos, però les il·lustracions definitives d'aquestes no les faig fins que no he escollit les teles, els estampats i els colors que els hi donaran forma.

La col·lecció que he dissenyat està dirigida com ja he esmentat anteriorment a una noia jove, atrevida, sofisticada i sense vergonya. A més a més, no es tracta de peces dissenyades exclusivament per a les seguidores del moviment, sinó que amb aquestes creacions pretenc que el punk es vegi des de un punt de vista diferent, i que qualsevol que s'hi senti a gust el pugui vestir sense necessitat de ser-ne seguidora.

És a dir que són dissenys que no necessàriament es trobaran en una botiga exclusivament punk, sinó que qualsevol podrà accedir a ells si es que s'hi sent a gust.

3.3.1 Investigació de materials, composició de les peces i il·lustracions definitives

A continuació comentaré detalladament cada disseny a partir de la seva il·lustració definitiva, elaborada després d'escollir les teles, estampats i colors. Esmentaré el perquè de tots aquests elements i dels complements i explicaré a qui va dirigida concretament cada peça i perquè.

En les il·lustracions de peces definitives de les meves creacions, he tractat de presentar de la millor manera possible els atributs més característics d'aquestes, des de les formes, els estampats, els colors, les textures i els complements.

Mitjançant la posició de les models que les vesteixen, he intentat expressar l'estat d'ànim més proper a la intenció del disseny.

En les il·lustracions no he mostrat la totalitat de les peces, però sí els detalls més destacats i característics.

Estan fetes amb retolador, per tal d'ambientar-les en l'estètica punk i aportar la força necessària mitjançant un traç molt treballat.

El primer disseny és un vestit bastant informal, ideat tant com per sortir de festa com per sortir a passejar. De tota la col·lecció podríem dir que és el més juvenil, ja que trenca una mica amb la línia més elegant dels altres dissenys al ser més curt, desenfadat i tenir una obertura de 360° a l'alçada per sota el pit. És negre, he escollit aquest color perquè tot i ser informal li dona un toc d'elegància i rendeix fidelitat a l'estètica punk. La part superior i la faldilla s'ajunten amb imperdibles a la part del davant. Aquest detall és el més característic i trencador del disseny, el que li dona el toc més punk i personalitat.



L'escot es caracteritza per ser senzill i de coll rodó. D'aquesta manera s'intenta seguir amb la línia informal de la peça, per tal de no carregar-la massa.

Les mànigues són fins a mig braç així d'alguna manera aconseguixo que el vestit, que ja és bastant curt i té una obertura, no sigui tan ostentós.

Per fer-lo he utilitzat licra d'elastà, una fibra sintètica molt flexible i resistent.

L'he escollit resistent perquè pugui suportar la força dels imperdibles, i flexible per evitar ficar cremallera o algun altre tipus d'obertura per ficar-se'l.

La il·lustració d'aquest vestit reforça molt el concepte que aquest pretén transmetre. És a dir, està representat en el cos d'una noia jove, actual, amb certa estètica punk.

Aquesta la podem veure reflectida en els cabells, tenyits de color blau llampant, a més de amb un pentinat força informal, en les sabates, unes *creepers*, que ens recorden al moviment i els seus orígens anys enrere, i en les mitges de reixeta.

Com he esmentat anteriorment el vestit no mostra una totalitat, però jugant amb el traç s'aconsegueix donar una idea de com és realment.

La segona peça és un vestit de nit, ideal per sortir, fer un còctel o assistir a algun esdeveniment. És el més elegant de la col·lecció i està ideat per una noia jove, però no tant com l'anterior. És llarg fins als turmells i de tir caigut de cintura en avall. La caiguda és suau i dona forma al cos de qui el porta.

És negre, que com en l'anterior li dona formalitat i l'apropa a l'estètica punk. També ajuda a donar forma al cos d'aquella que el vesteix.

La part superior té un escot de reixeta negra tant per davant com per darrere. Aquest detall li dona un punt de sensualitat ,

que combinat amb l'elegància fan d'un vestit inspirat en el punk, una peça que pot portar qualsevol. Aquesta part superior és ajustada i deixa de ser-ho en el punt on comença la faldilla, la cintura.

A la cintura hi té un complement, un cinturó de cadena que trenca amb la formalitat i li dona el toc punk essencial. Les mànigues també són fins a mig braç per seguir amb la línia elegant de tota la peça.

Per fer-lo també he utilitzat licra, però no tant flexible com la de l'anterior. No és tant flexible, per tal de donar-li el toc d'elegància necessari, però sí que es resistent, per aguantar la reixeta. Tot i això el vestit tampoc té ninguna obertura. La reixeta també està feta de licra elàstic.

La il·lustració d'aquest vestit dóna força al concepte d'elegància que aquest pretén transmetre. Això es pot observar principalment amb la posició de la noia que el vesteix, força elegant i formal. També es pot observar amb el pentinat, un recollit molt elegant, amb un punt de sensualitat reforçat amb un tirabuixó.



Aquesta il·lustració tampoc mostra una totalitat, però al igual que amb l'anterior, mitjançant el traç s'aconsegueix donar una idea de com és realment. La model vesteix unes sandàlies de taló que li donen el toc elegant culminant.

La tercera peça de la col·lecció està composta per un top i una faldilla, i està ideada tant per la quotidianitat com per sortir de festa, ja que arregla però no exageradament. Es tracta d'una peça elegant, atrevida i formal, per tant està pensada tanmateix per noies joves que ho siguin. La part superior, és a dir el top, és negre i ajustat. És així per trencar amb la informalitat dels seus detalls i per ajudar a donar forma a la figura femenina. A l'esquena hi té una obertura en forma de rombe que dona sensualitat al conjunt, i que un altre cop, combinada amb l'estètica punk converteixen la peça portable per a tothom.



A les espatlles hi té enganxades unes punxes metàl·liques que li donen el toc punk essencial. El top no té mànigues per tal de trencar amb la formalitat. Tampoc té escot, té coll a la caixa per contrastar i aportar elegància i formalitat.

La part superior s'acaba més amunt del melic, més avall hi ha un espai obert sense roba i a l'alçada del melic comença la faldilla.

Aquesta té un estampat de quadres negres, vermells, grocs i verds. L'he escollit perquè té uns colors molt característics de l'estètica punk i alhora elegants, a més és molt típic del moviment. Es tracta d'un estampat continu ja que és la repetició de la mateix forma al llarg de tota la faldilla. Com ja he dit comença a l'alçada del melic i és llarga fins els genolls.

Tota la peça és ajustada, per tant, dona forma a la figura femenina i la ressalta. Es tracta doncs d'una faldilla de tub força elegant que trenca amb la informalitat de la part superior del conjunt.

En conjunt doncs es converteixen en una combinació perfecta d'elegància, formalitat i informalitat que ens recorda a l'estètica punk, tractada d'una manera molt més curiosa i diferent.

Per fer aquestes dues peces també he utilitzat licra. Les de les dues són elàstiques, però la de la faldilla més. He utilitzat aquestes teles perquè ambdues peces són ajustades i la elasticitat aporta fàcilment aquesta característica. A més a més tal com en els altres vestits, és la millor opció per evitar col·locar obertures.

La il·lustració d'aquest disseny mostra més aviat una barreja d'estètica punk i elegància. El taronja llampant dels cabells ens porta als cabells tenyits del punk, però el pentinat d'aquests és molt més formal i elegant. Pel que fa a les sabates també són una barreja. Uns botins força elegants que combinen dos dels colors més típics de l'estètica punk. La posició de la model en canvi més aviat mostra sensualitat.

Aquesta il·lustració en comparació a les altres, està més arrodonida pel que fa a la totalitat. És a dir que el traç en aquest cas juga un paper més important i està més acabat.

-Veure annex 4-

Els colors escollits per a totes les peces ofereixen una bona primera impressió de tota la col·lecció en si. És a dir, el color és un referent emocional i té la capacitat de crear una atmosfera i un missatge determinat, per tant, amb els escollits he aconseguit transmetre el missatge més important, l'existència d'una estètica punk darrere d'unes peces que no compleixen amb tots els aspectes del moviment i que van dirigides a un públic molt més ampli.

3.3.2 Pla de peça

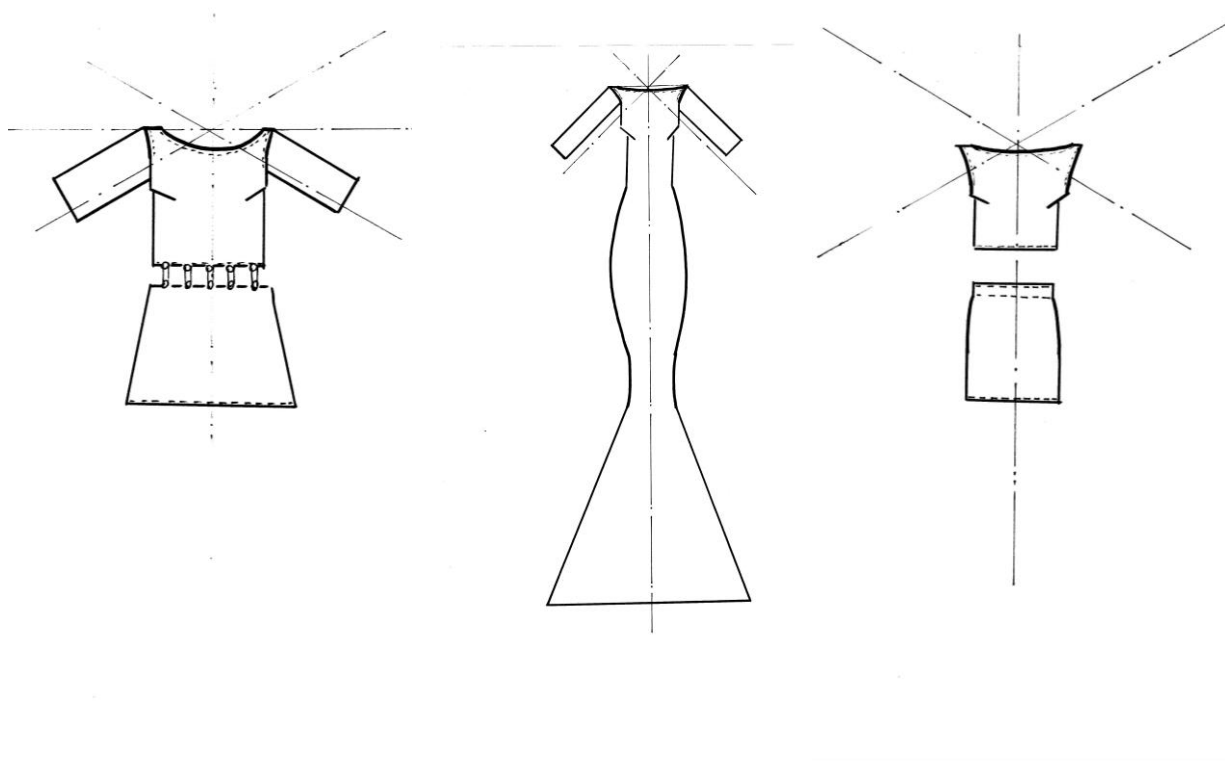
Una vegada acabada tota la investigació dels materials, la composició de les peces i les il·lustracions definitives el següent pas és elaborar els plans de peça, que són l'últim pas abans del patronatge.

Per elaborar-los cal tenir molt clara la composició de cada peça.

Podria haver elaborat aquests últims a ordinador com fan molts dissenyadors, però he preferit fer-los a mà.

En aquests dibuixos hi he representat cada peça de roba en pla, és a dir que no estan damunt de cap cos. Per fer-los he hagut de tenir en compte la forma de cada peça una vegada estirada, és a dir, procurar evitar qualsevol imperfecció ja que d'aquests sortiran posteriorment el patrons.

Hi són diferenciades les diferents parts del cos, des de espatlla, pit, cintura, maluc i genoll. Els he fet a llapis i sense color, però si que hi he introduït les indicacions necessàries pel que fa als teixits, colors, obertures, etc.



-Veure annex 5-

3.4 Patronatge

L'últim pas abans de confeccionar les creacions és el patronatge. Com ja he esmentat al cos teòric, és una part del disseny que no està en mans del dissenyador, sinó d'un professional especialitzat en aquesta disciplina.

Fer un patró és un procés molt laboriós i difícil, així que els meus dissenys no tindran patró, sinó que per a ser confeccionats s'utilitzaran els plans de peça.

3.5 Confecció i fitting

Finalment, amb els plans de peça en mà, l'últim pas per elaborar els dissenys és la confecció. Per a dur-la a terme he comptat amb l'ajuda d'una modista. Hem estat al seu taller, i amb l'ajuda dels plans de peça em tallat les teles i confeccionat les creacions.

Primer de tot hem preparat les teles per a ser tallades. És a dir les hem col·locat de manera que les tisores segueixin la línia del fil al ser tallades.

Al no tenir patrons, hem tallat cadascuna de les peces agafant les mides de la talla 38 amb la cinta mètrica i les hem embastat. Un cop embastades les hem emprovat al maniquí de la talla 38 per tal de comprovar si la mida és la correcta.

En cas de no ser la mida adequada hem canviat les agulles de lloc per tal d'engrandir-les o fer-les més petites.

Aquest últim pas forma part del fitting, és a dir, és la manera de verificar que les peces estan tallades i embastades a la mida desitjada.

Una vegada amb les mides exactes hem procedit a confeccionar amb la màquina de cosir. Primer amb la normal, per fer el punt, i després amb la màquina *remalladora* (o *overlock*), per fer els acabats.

Finalment, un cop les peces confeccionades, les hem tornat a emprovar al maniquí per verificar les talles.

I ara si, les creacions han pres la seva forma definitiva, i estan llestes per al resultat final i presentació.



Imatges preses durant el fitting de les peces

3.6 Resultat i presentació

Per finalitzar amb la creació de la meva col·lecció, i per tal de donar-la a conèixer i llençar-la al mercat, he dut a terme una desfilada i un lookbook amb tres models que han vestit els meus dissenys.

3.6.1 Desfilada

Per presentar el resultat final de manera dinàmica he decidit crear la meva pròpia desfilada.

Per fer-la he comptat amb l'ajuda de tres models que han vestit els diferents dissenys. Cadascuna ha vestit el que li esqueia millor física i estèticament.

La desfilada està ambientada al carrer, damunt de l'acera, just davant del mar, i amb les vies del tren de fons. He escollit aquest espai, perquè penso que d'alguna manera reforça l'estètica punk i informal de la col·lecció.

A la desfilada les models caminen d'esquena i individualment fins a un punt en concret, al arribar a aquest, surt la següent i l'altre torna de cara fins al lloc des d'on havia sortit.

Després de desfilat individualment, tornen a sortir però aquest cop juntes, amb un espai d'uns 2 metres entre elles. Quan arriba la última, s'acaba la desfilada.

La música que l'acompanya té un ritme repetitiu que concorda amb els passos de les models a mesura que avancen. La cançó és I follow rivers, de Lyykke Li.

Per desfilat les models vesteixen els dissenys, però també porten sabates de taló per arrodonir les creacions. A més a més les tres van maquillades de la mateixa manera, per tal de causar un efecte comú en totes elles.

Pel que fa al pentinat cadascuna mostra una estètica diferent.

La model del vestit 1 mostra el look més casual, la del 2 mostra el més desenfadat i la del 3 el més elegant.

Aquesta desfilada no s'ha pogut veure en directe, però s'ha gravat en vídeo per tal de poder exposar-la en llocs web i així donar-la a conèixer.

3.6.2 Lookbook

A més a més de la desfilada, per a presentar el resultat final d'una manera més estàtica he dut a terme un lookbook.

Es tracta d'un seguit de fotografies de les models vestides amb els dissenys.

Aquestes imatges mostren l'essència de la col·lecció en diferents escenes tant dinàmiques com estàtiques.

Amb aquestes pretenc transmetre el missatge real de la col·lecció, és a dir, demostrar que són uns dissenys dirigits a qualsevol noia, i que tot i que mostrin una estètica fidel al punk, els pot vestir qualsevol que s'hi senti a gust.

És per això que he intentat que les imatges estiguin captades amb molta naturalitat, i amb un estilisme poc definit.

La naturalitat que mostren les models, d'alguna manera demostra que es senten a gust amb el que vesteixen i que per tant, qui ho vegi i li agradi, també ho podrà fer.

Tots els detalls i complements, són els mateixos que els de la desfilada. Maquillatge, sabates i pentinat.

Ara sí doncs, la col·lecció està preparada per a ser llençada al mercat.
Consta de tots els elements necessaris per a donar-se a conèixer i cridar l'atenció no només de les seguidores del punk, sinó de qualsevol noia que s'hi pugui sentir a gust.

-Veure annex 5-



Fotografies del lookbook de la col·lecció

4. Conclusió

Inicialment quan vaig decidir dur a terme un treball creatiu relacionat amb la moda no m'havia plantejat cap hipòtesi. La intenció era aprendre i estudiar tots els passos necessaris per a crear una col·lecció de moda independent i crear-ne una de pròpia.

És cert que he assolit tots aquests coneixements, i que gràcies a ells he pogut realitzar posteriorment la meua pròpia col·lecció. Però a part d'això, al llarg d'aquests mesos realitzant la recerca i sintetitzant la informació, se m'han anat plantejant un seguit de dubtes i preguntes que he intentat respondre amb la màxima exactitud.

Totes aquestes qüestions, d'alguna manera em portaven al mateix lloc, la moda independent com un món desconegut, encara molt llunyà de la moda convencional com l'entenem avui en dia.

Aquesta va ser una de les raons per les quals em vaig voler endinsar en el món de la moda independent. Perquè per a mi era es tractava d'una cosa desconeguda, de la qual n'havia sentit molt poc a parlar.

Una de les qüestions que em vaig plantejar era la dificultat que comportava crear una col·lecció de moda començant des de zero. Efectivament aquesta pregunta l'he pogut respondre un cop acabada la part pràctica, i si, realment és tracta d'un projecte molt laboriós i constant.

He pogut constatar doncs, que darrere de cada peça de roba hi ha una quantitat de feina inimaginable, des de la inspiració, fins a la confecció de les creacions i la presentació d'aquestes.

He comprovat també, que cap pas és més senzill que l'anterior, sinó que tots els passos tenen la seva dificultat, ja sigui tècnica o manual.

El que sí que està clar és que s'ha de ser molt constant per evitar que res surti malament i que òbviament s'ha de treballar molt dur per arribar al resultat desitjat i esperat.

Un cop finalitzada la pràctica, és a dir amb tots els processos acabats, els dissenys confeccionats i la presentació enllestida, també he pogut verificar que sí que és possible tirar endavant una col·lecció de moda independent amb pocs recursos.

Tots els processos comporten molt d'esforç i dedicació, però és cert que no és necessària una gran inversió econòmica.

Per evitar que les despeses siguin molt grans, només cal ser pràctic, és a dir aprofitar les restes de teles, confeccionar personalment les peces de la col·lecció i no fer una gran inversió per al lookbook i la desfilada, sinó que aprofitar espais públics i gestionar a través de la xarxa diferents sistemes gratuïts per donar-se a conèixer.

Després d'estar en contacte amb tanta informació relacionada amb el món de la moda, puc assegurar que la independent està poc valorada.

Tots els processos són molt laboriosos, o fins i tot més que en les grans marques, ja que la inversió econòmica no és tant gran.

És clar però, que està en una posició difícil, ja que encara compte amb poques plataformes que la donin a conèixer a nivell mundial. És per això que estic totalment a favor de la 080 Barcelona Fashion que pretén donar a conèixer els dissenyadors independents del panorama català i en alguns casos internacional.

Dur a terme aquest treball m'ha permès conèixer des de molt més a prop un món que a primera vista sembla que coneguem, però que realment és molt més intens. Al acabar-lo puc dir clarament que sento un enriquiment molt gran, no només de coneixements, sinó com a persona.

Puc afirmar doncs, amb total seguretat, que ha estat una gran experiència i que m'he sentit molt a gust fent-lo.

L'experiència a més a més m'ha permès apropar-me a allò que més m'agrada i al que m'agradaria dedicar-me d'aquí uns anys, la moda.

Cal especificar que algunes parts de la pràctica són hipotètiques, en el cas de que la col·lecció és dirigida vertaderament al mercat. Tots els demés processos són reals, des del procés creatiu fins a la confecció i presentació.

5. Bibliografia

Recerca

<http://www.google.es> <http://www.wikipedia.es>

<http://dlc.iec.cat/>

<http://www.080barcelonafashion.cat/>

<http://www.miriamponsa.com/>

<http://www.cartaecostura.com/>

<http://www.juanpedrolopez.com/>

<http://www.yiorgoseleftheriades.gr/>

Processos creatius

“Secretos de atelier”

Natalia Martín Arroyo, Editorial: Mao Mao Publications 2011

ISBN: 978 84 96805 71 2

“Principios básicos del diseño de moda”

Richard Sorger, Jenny Udale , Editorial: GG Moda 2008

ISBN: 978 84 252 2131 6

“Merchandasing de moda”

Virginia Grose, Editorial: GG Moda 2012

ISBN: 978 84 252 2516 1

“Predicción de tendencias del color en moda”

Kate Scully, Editorial GG Moda 2012

ISBN: 978 84 252 2447 8

“Víctimas de la moda, Como se crea, por qué la seguimos”

Guillaume Erner, Editorial: GG Moda 2008

ISBN: 978 84 252 2066 1

“50 respuestas sobre la moda”

Frédéric Monneyron, Editorial: GG Moda 2006

ISBN: 978 84 2522128 6

“Construcción de Prendas”

Annete Fischer, Editorial: Gustavo Gili S.L 2010

ISBN: 978 84 252 2359 4

“Pattern Magic, Tejidos elásticos”

Tomoko Nakamichi, Editorial: GG Moda 2013

ISBN: 978 84 252 2441 6

“Tejido, forma y patronaje plano”

Winifred Aldrich, Editorial: GG Moda 2010

ISBN: 978 84 252 2354 9

“Los 100 mejores diseñadores de moda contemporáneos”

Paz Diman, Editorial: MaoMao Publications

ISBN: 978 84 96805 89 7