



CREACIÓ D'UNA COL·LECCIÓ DE MODA

Treball de Recerca

Títol: Creació d'una col·lecció de moda

Curs: 2n Batxillerat Artístic i Plàstic

Modalitat: Arts

Data de composició: 5 de novembre de 2013

Agraïments

El resultat obtingut d'aquest treball no hagués estat el mateix si no haguéssim comptat amb l'ajuda de moltes persones i els hi hem d'estar molt agraïdes per l'esforç i suport que ens han donat. Sobretot estem molt contentes ja que tothom ens ha ofert la seva ajuda de manera desinteressada i sense esperar res a canvi .

Vam proposar a vuit amics fer de models per nosaltres i tenint en compte que són també estudiants amb deures, exàmens...van dir que si a la primera i han estat disponibles per fer proves , fotos... sempre que els hi hem demanat. Gràcies a la Paula, al David, a l'Estel, al Marc, al Quique, a la Naiara, al Josep i la Sandra per la disponibilitat i per tot. Gràcies també a l'Àlex tot i que al final no ha pogut ser però simplement per dir que si.

Diuen que les mares ho donen tot pels fills, doncs nosaltres donem fe de les nostres. Milions de gràcies a la Montse per estar amb nosaltres a l'hora de la confecció de tota la roba i ensenyar-nos les nocions bàsiques de costura. Sense ella i els seus coneixements no hauria estat possible superar moltes dificultats en el camí. També hem de dedicar-li un gràcies enorme a la Maica, qui ens ha donat molt suport i ens ha proporcionat moltes idees amb il·lusió.

Gràcies a la Marisol per deixar-nos teles i botons.

Agrair a l'agència de models NAU Agency i a l'espai NIDOK per deixar-nos i permetre'ns fer la sessió de fotos professional en les seves instal·lacions donant consells i idees per fer una bona feina final. Gràcies Gloria, Mireia i Dani. Gràcies també a l'Alicia per realitzar el maquillatge i perruqueria en la sessió de fotos i per l'interès mostrat .

Als amics que sense cap interès des dels primers dies ens van oferir la seva ajuda si ens feia falta.

També han sigut una part molt important d'aquest treball la família; tietes, avies, cosins, mares (ja nomenades), pares.... Per donar-nos suport, idees, forces i simplement per ser-hi. El treball també va per vosaltres.

I per últim, però no menys important a la nostra tutora del treball. Moltes gràcies per guiar-nos i confiar en nosaltres des del primer moment.

Moltes gràcies a tots.

ÍNDIX

1. Objectius i hipòtesis.....	6
2. Disseny d'una col·lecció de moda i la seva difusió	7
2.1 Què és la moda?	7
2.2 Disseny d'una col·lecció.....	8
2.3 Característiques i tipus de passarel·les	9
2.4 Escenografia	10
2.5 Models	11
2.6 Setmanes de la moda	11
2.6.1 o8o Barcelona Fashion	12
2.7 Sessions fotogràfiques	13
2.8 Fotògrafs	13
2.9 Revistes, blogs.....	14
3. Creació de la marca.....	15
3.1 Diagnòstic del mercat.....	15
3.2 Personalitat de la marca.....	15
3.3 Realitat material de la marca.....	15
3.3.1 Naming.....	16
3.3.2 Logotip.....	16
4. Creació de la col·lecció.....	17
4.1 Inspiracions.....	17
4.2 Sketchbook.....	17
4.3 Primers dissenys i elecció de teles.....	20
4.3.1 Taula de teles.....	21
4.4 Dissenys definitius.....	23
4.5 Elecció de models.....	26
4.6 Elaboració de patrons.....	26
4.7 Confecció peces.....	26
4.8 Elaboració de complements.....	27
4.9 Sessió fotogràfica.....	28
4.9.1 Maquillatge	29
4.9.2 Catàleg.....	29
4.10 Making of.....	29
5. Passarel·la	30
5.1 Organització de l'esdeveniment.....	31
5.2 Vídeo.....	32
6. Altres formats del treball.....	33
6.1 Pagina web.....	33
6.2 Llibre d'artista.....	33
6.3 Dossier patrons.....	33
6.4 Catàleg.....	34
7. Conclusions.....	35
8. Bibliografia.....	36

1. Objectius i hipòtesis

És possible crear una col·lecció amb un pressupost molt ajustat i amb pocs recursos?

El principal objectiu del nostre treball de recerca és la creació d'una desfilada de moda creant la nostre pròpia col·lecció de roba i poder exhibir-la per una passarel·la. El que pretenem és aprendre i conèixer tot el procés que comporta fer i presentar una col·lecció de roba, des dels primers esbossos dels dissenys fins a arribar a presentar la roba a la passarel·la. Un objectiu és aquest, endinsar-nos en el món de la moda, començant pel principi fins al final.

Un altre objectiu és conèixer els diferents oficis que són presents dins el món de la moda, Posar-nos en la pell d'un dissenyador, d'un patronista, d'un modista, d'un perruquer, d'un maquillador... Que una col·lecció arribi a una passarel·la no és només cosa del dissenyador si no que hi ha molta més gent implicada.

El treball té una part de recerca i una altra de creació, que és la principal i a la que hem dedicat gran part del temps i l'esforç. Un cop feta la recerca vam començar amb la part pràctica aplicant en ella tots els coneixements obtinguts en la fase anterior.

Hipòtesis

Pensem que el resultat final serà molt bo. Al final de tot el procés de creació podrem presentar la roba a la passarel·la. Formarà part del procés de creació l'elaboració dels esbossos dels dissenys o figurins i de la roba, la creació d'una marca amb el seu logotip corresponent, la creació d'un book on es mostri la col·lecció, l'elecció de teles, colors, maquillatge i perruqueria, models.... Per presentar tot el treball farem una desfilada a la que podrà assistir tothom que vulgui. La passarel·la tindrà uns elements decoratius que es decidiran quan sigui oportú.

2. Disseny d'una col·lecció de moda i la seva difusió

2.1 Què és la moda?

Si busquem al diccionari la paraula moda ens apareix la següent definició: Moda 1 f. [LC] [ED] Ús passatger que regula, segons el gust del moment, la manera de vestir-se, de viure, etc.

Si continuem buscant trobarem infinitat de definicions. Nosaltres pensem que la moda és més que un ús determinat que té una bona acceptació per part del públic que la consumeix. Per nosaltres la moda va més enllà. Resulta molt difícil resumir tant en una única paraula però ho intentarem.

La moda és una part molt important per la societat ja que és una manera a través de la qual pots expressar-te i mostrar la teva personalitat i caràcter. Quan escollim vestir-nos d'una manera o una altra ho fem per alguna raó i aquesta ens identifica. Hi ha gent que diu que no para atenció en la roba que es posa cada matí, simplement agafa lo primer que es troba a l'armari. Però pensem una cosa, si agafes la roba del teu armari és perquè tu l'has guardat allà, és a dir l'has escollit per alguna raó, ja sigui color, forma... La moda és per tant personal, si que hi ha una moda general que es segueix i que va canviant depenen de les tendències del moment però tu tens el dret (i l'obligació) de fer-la teva. Personalment no ens agrada sortir al carrer i veure a tothom vestit de la mateixa manera, sempre crida més l'atenció la gent que té personalitat i no té por a sobresortir. Aquesta és una part de la nostra filosofia de la nostra col·lecció, però això ho explicarem més endavant.

Aquesta és una frase de la gran dissenyadora Coco Chanel on deixa constància de que és i on es troba la moda per a ella.

"La moda no existe sólo en los vestidos. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con las ideas, la forma en que vivimos, lo que está sucediendo."

Podem dir que la moda, en si sempre ha existit; des de la prehistòria fins ara. Els homes prehistòrics utilitzaven les pells dels animals que caçaven per cobrir-se i no tenir fred. La moda, més tard es va convertir en una expressió de la manera de viure ja que, per exemple, la classe alta (nobles, reis, burgesos...) tenien una manera de vestir diferent i determinada adequada al seu estatus social. Amb la invenció dels mitjans de comunicació (revistes, televisió, cinema...) la moda i les tendències eren marcades per la gent que apareixia en ells; actrius, models.... D'aquesta manera la gent es fixava en la roba que portaven i l'adaptava al seu propi estil.

2.2 Disseny d'una col·lecció

Des de mitjans del segle XX, la moda s'ha construït a poc a poc donant una imatge d'inevitable fenomen social. Els dissenyadors són creadors de tendències de les grans marques de la distribució internacional.

La moda es renova a partir d'un sistema d'acord amb les estacions anuals, en períodes de sis mesos: Tardor/Hivern i Primavera/Estiu. Hi ha un gran treball en equip abans de que les col·leccions arribin a les botigues, ja que s'han dissenyat entre sis o vuit mesos d'anticipació.

Es crea un llibre on es reflecteixen les diferents idees inicials que tenen els dissenyadors (llibre de tendències) S'estableix una ressenya de diferents elements i es posen en marxa diferents grups d'idees que es concreten en els temes. Cadascun d'aquests temes inclou diversos materials, diferents tipus de peces amb els seus petits detalls. Així, cada pàgina d'un llibre de tendències presentarà una mostra de tèxtils, dibuixos tècnics detallats, una il·lustració de moda (la figura) i, possiblement, fotografies de les referències. En aquest llibre apareixen només un recull d'idees, encara no hi ha res definitiu. El dissenyador l'utilitza per crear la seva pròpia col·lecció, i només agafarà els elements que més l'interessin.

Creació

Una vegada que les idees i els temes han estat seleccionats, els dissenyadors han de crear les seves col·leccions amb una temporada o dues d'antelació. Han de seleccionar les idees i els teixits definitius que han decidit promoure, proporcionar impressions i detalls dels petits accessoris.

Els dissenyadors han d'assegurar que la col·lecció sigui equilibrada i que els diferents components vagin ben coordinats. Cada model està representat per un dibuix tècnic que mostra clarament tots els detalls, amb una visió del davant i una altra del darrera, i fins i tot més tard es detallen elements més específics. Un cop acabat aquest treball, la presentació es farà en forma de dibuixos tècnics de cada un d'ells amb una mostra de teixit tèxtil o de la referències pertinents.

Finalment, el modista tira endavant i elabora els prototips per veure si allò és el que realment es vol fer. Encara hi ha marge de millora i el procés es completa una vegada s'han incorporat els darrers canvis.

De la confecció a la comercialització

Una vegada que el patró de cada prototip ha estat produït pel modista, es passa a la fase d'industrialització. El gradeur és el responsable de traduir el model elaborat i adaptar-lo a una talla de referència, un model descrit vàlid per a totes les talles que es voldran produir.

Alguns models són creats específicament per a una desfilada de moda. En una col·lecció, aproximadament el 20% dels models no es vendran mai.

2.3 Característiques i tipus de passarel·la

La primera passarel·la es va realitzar a França al segle XIX. En aquell moment començaven a donar-se a conèixer els anomenats “salons d’alta costura” on es realitzaven presentacions d’algunes de les tendències del moment. Aquesta mostra es començava a considerar desfilada de moda.

A la primera meitat del segle XX van aparèixer aquest tipus de desfilades als Estats Units. Les botigues americanes amb més glamour començaren a organitzar les seves pròpies desfilades com a França. Va tenir tant d’èxit, que en poc temps totes les botigues del país tenien les seves pròpies desfilades per promocionar les seves peces de temporada.

Tot i això, amb el pas del temps les passarel·les van arribar a realitzar-se de forma desorganitzada i esporàdica. Per això, els dissenyadors van decidir prendre el control de les desfilades en les passarel·les i crear la coneguda Setmana de la Moda o Fashion Week.

Normalment una passarel·la es completa amb decoració, amb una escenografia, amb música i una il·luminació determinada segons el tipus d’esdeveniment.

N’hi ha de diferents tipus però les dos més importants són:

- Prêt-à-porter:

Les desfilades prêt-a-porter són aquelles on la roba que s’exhibeix està més “adaptada” per portar-la, és a dir, es mostren peces de roba que després es poden veure al carrer. Es comercialitzen de manera seriada, no són peces úniques. Per exemple, la roba que ha mostrat Davidelfin en la seva última col·lecció és roba que després es posa a la venda, que pots comprar, perquè els preus no són molt elevats.

- Alta costura:

Aquest tipus de desfilades es duen a terme normalment a les ciutats més icòniques de la moda, com per exemple París. Són desfilades on el dissenyador mostra el seu estil sense cap mena de restriccions. No li donen importància a la part pràctica de la peça, simplement deixa anar la part més artística i creativa lliurement. Per ser dissenyador d’alta costura s’han de complir un requisits especials i molt estrictes. Les col·leccions que es

presenten són úniques, no es fan dos vestits iguals i per aquest motiu i altres, com la qualitat del materials o perquè es fan a mà, els preus resulten molt elevats.

Un altre tipus de desfilada és aquella que es dedica només a la moda masculina. Normalment es combina la roba per ambdós sexes però la majoria dels dissenyadors mostren més atenció a la moda femenina. Per aquest motiu i per ajudar i donar la possibilitat als homes de destacar, molts dissenyadors opten per la opció de crear una desfilada especial i independent per els homes.

2.4 Escenografia

Com en qualsevol esdeveniment on la presentació és un aspecte essencial l'escenografia resulta un element molt important. L'escenografia són tots els elements visuals amb els que es forma una escenificació, ja siguin corporis com els decorats, accessoris, la il·luminació, les característiques dels personatges, vestimenta, maquillatge...

N'hi ha de diferents tipus :

- **Realista:** tipus de recreació la finalitat de la qual és aconseguir el major grau d'autenticitat conforme al lloc on succeeixen els esdeveniments.
- **Abstracta:** muntatge que no es centra en cap lloc ni temps específic. L'espectador ha d'imaginar ja que no és una escenografia descriptiva ni objectiva.
- **Suggestiu:** La representació s'executa en un escenari on es distribueix el públic. L'efecte escènic s'aconsegueix eliminant les coses no tan prescindibles o combinant trossos d'un decorat realista i objectes abstractes.
- **Funcional:** Correspon a la necessitat dels intèrprets. Els elements escènics són els fixats pels artistes.

A les desfilades l'escenografia és una part important. El dissenyador té la oportunitat de crear un ambient adequat a la seva col·lecció. Pot escollir els elements que formaran part de l'escenografia de la desfilada, així com la música, la il·luminació..., per fer de la desfilada un espectacle únic.

2.5 Models

Les desfilades no serien possibles sense la presència dels models.

El model és la persona que vesteix la roba o accessoris dels dissenyadors amb la intenció d'exhibir-los a tercers. Els models, d'acord amb el concepte modern, es tracten de persones amb condicions específiques d'edat, estatura, mides, bellesa... En el món dels models és possible distingir dues grans categories: models de passarel·les, associades a presentar vestiments de dissenyadors de moda, i els models de fotografia, vinculades a la publicitat de productes i a les arts visuals i disseny.

Els models de passarel·la són persones amb unes característiques determinades. Han de tenir una edat, altura i mesures concretes. La seva funció és exhibir la roba que crea el dissenyador durant la desfilada i per això han de tenir una actitud pròpia.

Els models de fotografia i publicitat han de complir les característiques demandades pel fotògraf o publicista.

Un altre tipus de models són els de talles grans. Aquest s'encarreguen de promocionar productes específics o no, per gent amb talles grans.

Els/les tops models són aquells que són molt coneguts per part de la societat i, per aquesta raó tenen una demanda bastant elevada en quant a desfilades i anuncis es refereix. Un dissenyador prefereix tenir com a model o imatge de la marca a un model o una model coneguda abans que un de principiant ja que d'aquesta manera el producte pot arribar a un públic més extens.

Alguns exemples són: Kate Moss, Naomi Campbell, Cara Delevingne, Miranda Kerr, Heidi Klum, Jon Kortajarena, Sebastian Suavè, Antonio Navas, Clement Chabernaud, Andres Valancoso....

2.6 Setmanes de la moda

La setmana de la moda és un esdeveniment organitzat per la indústria de la moda. Dura aproximadament una setmana, durant la qual es presenten les últimes col·leccions de diversos dissenyadors o marques. Les "Setmanes de la moda" més importants i vistoses arreu del món tenen lloc a les ciutats de la moda com París, Nova York, Milà, Madrid, Londres i Tokio.

Aquestes setmanes que es realitzen a les capitals més importants de la moda són esdeveniments semi-anuals, és a dir de gener a març, on els dissenyadors

mostren les seves col·leccions de tardor-hivern i primavera-estiu. Es realitzen mesos abans de la temporada per donar una mostra de les creacions i les tendències de la temporada vinent, així els fabricants poden tenir les peces enllestides per quan comenci oficialment la temporada.

El calendari s'inicia amb la Setmana de la Moda de Nova York, seguit per la de Londres, després Madrid, la penúltima la Setmana de la Moda de Milà i per finalitzar la de París. Aquestes són les que es celebren a les ciutats més importants però també n'hi ha d'altres, com per exemple el o8o bcn fashion...

A les setmanes de la moda hi van compradors, redactors de revistes de moda, medis de comunicació, celebritats i membres del món de l'espectacle.

Una mica d'història...

La primera setmana de la moda es va celebrar a Nova York l'any 1943 per tal de poder gaudir de la moda francesa ja que durant la Segona Guerra Mundial era difícil viatjar a París per veure les desfilades. Una publicista va organitzar un esdeveniment anomenat Setmana Editorial, on els dissenyadors americans que havien presentat les seves creacions i havien estat rebutjades tenien la oportunitat de exhibir-les durant una setmana. Va tenir tant d'èxit que revistes de moda com Vogue, van mostrar els seus dissenys. Després de la guerra, la gent va tornar a París i a altres capitals de la moda com Londres i Milà. Aquestes ciutats van controlar el calendari de la moda. La passarel·la de moda més important és la de París, seguida de Nova York, Milà, Londres i Madrid.

2.6.1 080 Barcelona Fashion

El o8o Barcelona Fashion és el nom que se li ha atorgat a la setmana de la moda que es celebra a Barcelona. Aquesta va néixer al 2007 i des de llavors cada any es celebra amb l'objectiu de ser una plataforma per donar a conèixer a dissenyadors independents i a joves talents del nostre país. La seva intenció es poder convertir-se en un referent del disseny i de la moda de avantguarda a escala internacional.



L'última edició s'ha celebrat a l'edifici DHUB de Barcelona.

Vam tenir la oportunitat d'anar a quatre de les desfilades que es van dur a terme en la última edició. Vam anar a veure a Selim de Somavilla, Krizia

Robustella, Who, Sur i Celia Vela. Ens van agradar molt les col·leccions que van presentar però en especial, la de Selim.

2.7 Sessions fotogràfiques

Una sessió fotogràfica fa referència normalment a la indústria de la moda, tot i que sense ésser exclusiu d'aquesta. És la situació en que un model posa per al fotògraf en un estudi o en espais exteriors (prats, platja, muntanya...), realitzant múltiples fotografies a les quals el model ha de fer diferents poses i amb diferents actituds amb una vestimenta escollida pel dissenyador o l'encarregat de la sessió . Un cop realitzades les fotografies, només s'elegeixen les millors. No sempre la sessió fotogràfica es realitza a una sola persona. Les fotos resultants poden ser utilitzades per publicitat, catàlegs....

Una de les finalitats de fer la sessió de fotos és la posterior edició d'un book o un catàleg on els models mostren la roba, els complements o les peces que el dissenyador ha creat . És també el dissenyador qui decideix el maquillatge la perruqueria, les poses, els element decoratius....

2.8 Fotògrafs

Terry Richardson

La fotografia de Terry Richardson és polèmica i provocadora. És un dels fotògrafs de moda que ha sobrepassat la fama darrere la càmera per plantar-se davant de l'objectiu.

Helmut Newton

És un fotògraf considerat un dels més importants del segle XX. Crea un nou estil propi en les seves fotografies repletes de glamour i seducció, on predominen despullats femenins i tacons d'agulla.

David LaChapelle

És un dels fotògrafs més influents d'aquest moment, amb un peculiar i característic treball ple de color i d'increïbles imatges entre Pop Art i el Surrealisme. Té un imaginari propi, corrosiu i provocadors.

Gorka Postigo

És un fotògraf de moda espanyol amb un estil molt peculiar. Fa fotografies d'estudi originals i diferents.

2.9 Revistes, blogs....

Les revistes i els blogs de moda són una part essencial ja que fan publicitat i mostren les peces de les noves col·leccions, les tendències...

Els blogs de moda fa relativament poc que han aparegut però cada vegada tenen més presència dins d'aquest món. Aquest són un punt de referència per a molta gent que es fixa en què i com porta la roba una persona més o menys coneguda que li resulten interessants. Per nosaltres el blogger per excel·lència és Pelayo Díaz que de mica en mica, amb el seu blog *katelovesme.net* s'ha anat obrint pas en la indústria. En ell mostra els seu outfits, projectes que fa, fotografies de desfilades a les que assisteix, productes que patrocina....

Les revistes han sigut, són i seran una part fonamental en el món del disseny i la moda. És en elles on se'ns mostra infinitat d'estils, de peces de roba, de dissenyadors.... Les revistes de moda més importants són: Elle, Vogue, Harper's Bazaar...

3. Creació de la marca

Un dels nostres objectius és, juntament amb la creació de la col·lecció, l'elaboració d'una marca.

3.1 Diagnòstic del mercat

És important fer un diagnòstic del mercat actual, per intentar que un cop la col·lecció estigui al mercat funcioni i tingui una bona acollida per part dels consumidor. A l'hora de fer aquest diagnòstic és important fixar-se en el que la gent duu, de la roba que vesteix i que agraden. S'han d'analitzar també les tendències ja que estan constantment canviant, la competència i el què i com és el que vol el consumidor.

Després de fer aquest anàlisi hem pogut observar que la majoria de la gent es queixa de l'alt preu de la roba i de la dubtosa qualitat d'aquesta, això es degut a la gran crisi econòmica que vivim actualment. La gent segueix les tendències marcades molt cops per les botigues de roba, per algunes famoses... i que de mica en mica es van adaptant al carrer.

3.2 Personalitat de la marca

A l'hora d'establir la personalitat de la nostra marca hem volgut preguntar a la gent de la nostra edat així que el producte anirà destinat a gent jove i feta per gent jove. Tot fent l'anàlisi del mercat ens hem adonat de que tant el joves com la gent més gran a l'hora de vestir no arrisca massa i busca la comoditat i la normalitat. Nosaltres volem apostar per roba que cridi l'atenció i que qui li vesteixi no tingui cap tipus de vergonya ni por a fer-se notar. Volem també que tant noies i nois comparteixin estampats, textures i formes ja que no creiem en les distincions que normalment es fan.

En resum, la nostra marca anirà destinada a gent amb la ment oberta i disposada a marca la diferencia entre la multitud

3.3 Realitat material de la marca

Tota marca de roba ha de tenir un nom i un logotip per donar-se a conèixer i ser fàcilment identificable pel públic consumidor.

3.3.1 Naming

El nom de la marca és escollit pels dissenyadors o per la gent que la conforma.

En el nostre cas hem volgut nomenar a la marca DUET. La paraula té un doble sentit DUET perquè som dues les dissenyadores i per l'altre banda, perquè els dissenys tenen dos estils diferents barrejats.

Un altre nom important a escollir és el nom de la col·lecció que, després de molt pensar-ho, vam decidir que es diria SHAMELLESS que en català vol dir desvergonyit. Hem escollit aquest nom tot fent honor al tipus de gent a la que va dirigida la nostra col·lecció, que com hem dit anteriorment és gent sense vergonya i amb ganes de fer-se notar.

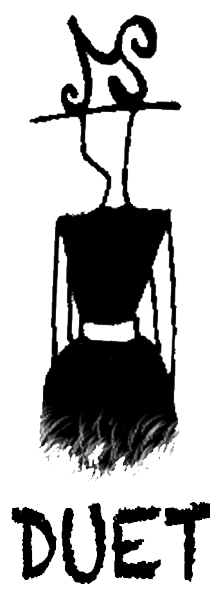
3.3.1 Logotip

Quan parlem d'un logotip ens referim a la representació gràfica de la marca.

El logotip creat per acompanyar el nom de la marca consta d'un figurí molt bàsic amb una figura al cap. El figurí vesteix una faldilla que marca la cintura, tot fent honor a la nostra principal inspiració, els anys 50. Al cap porta una mena de barret que està format per una S i la meitat d'una M ambdues inicials dels nostres noms, això simbolitza la unió de les dues dissenyadores de la col·lecció.



Primer esbós



Logotip definitiu

4. Creació de la col·lecció

4.1 Inspiracions

Per crear la nostra col·lecció ens hem inspirat en les principals formes característiques dels anys 50: Vestits amb la cintura marcada, estampats florals, pantalons "pitillo", alts i curts a l'altura del turmell...

I també en les propostes de diferents professionals del sector. Com a dissenyador dels anys 50 ens interessa molt **Christian Dior** qui va ser el creador i l'impulsor del "New Look" dels anys 50 i va ser un destacable dissenyador a l'època. A la nostra col·lecció ens agradaria incloure algun vestit-jaqueta fent honor a aquest gran i important creador. Com a dissenyadors actuals ens agrada molt l'estil de dos espanyols. Un és **David Delfin**. Aquest destaca per ser un dissenyador més aviat minimalista en quant a les formes i els estampats. Les seves col·leccions tenen línies rectes, marcades i els estampats són poc utilitzats ja que sempre utilitza colors (blancs, com en la seva última col·lecció, blaus foscos, roses...). Sempre dona el seu toc personal i original a les seves col·leccions. L'altre és **Selim de Somavilla**, dissenyador que hem descobert al o8o bcn fashion ja que vam ser convidades a la seva desfilada. No el coneixíem i ens va cridar molt l'atenció la seva col·lecció. Aquesta última proposta que ha presentat destaca per la utilització dels diferents estampats (un d'ells floral) i la combinació d'ells amb diferents teles i textures.

També ens ha resultat un punt de referència la pel·lícula *Grease* que s'ambienta a l'estiu del 1958, i a més a més ens hem inspirat en algunes unes imatges dels anys 50 que ens han donat idees sobre a vestimenta que es portava en aquell moment.

4.2 Sketchbook

El primer pas que els dissenyadors duen a terme és la creació d'un llibre on es reflecteixen les diferents idees inicials que tenen, el llibre de tendències. S'estableix una ressenya de diferents elements i es posen en marxa diferents grups d'idees que es concreten en els temes. Cadascun d'aquests temes inclou diversos materials, diferents tipus de peces amb els seus petits detalls. Per tant cada pàgina d'un llibre de tendències presenta una mostra de tèxtils, dibuixos tècnics detallats, una il·lustració de moda (la figura) i, possiblement, fotografies de les referències.

En aquest llibre apareixen un recull d'idees, però encara no hi ha res definitiu. El dissenyador l'utilitza per crear la seva pròpia col·lecció, i només agafa els elements que mes l'interessen.

Aquest és el resultat del nostre Sketchbook:






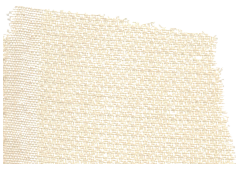
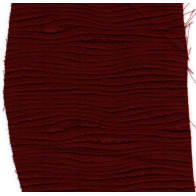






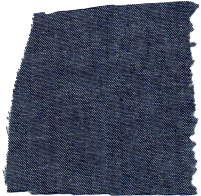
4.3 Primers dissenys i elecció de teles

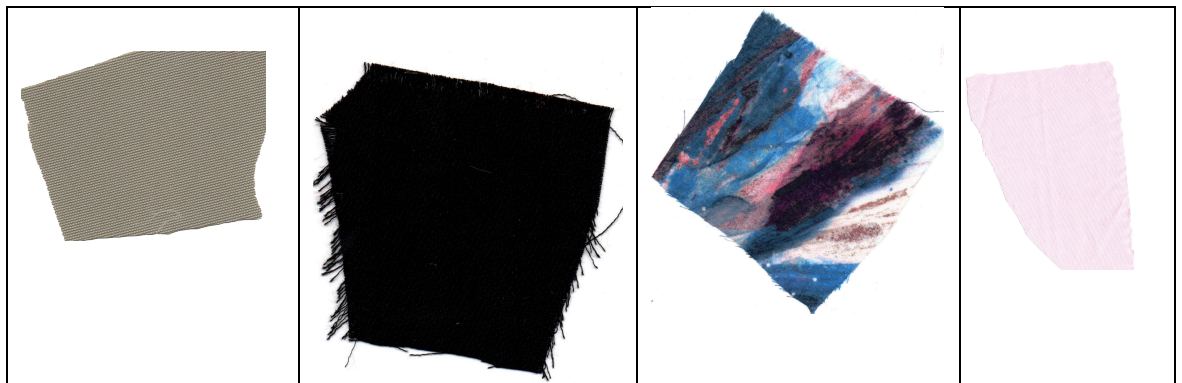
Seguit de l'elaboració de l' sketchbook , vam començar a fer els primers dibuixos i la l'elecció d'alguns colors. La primera decisió que vam prendre va ser la de dissenyar vuit looks, quatre per noia i quatre per noi.

Amb els primers dibuixos ja fets, vam començar a mirar possibles teles que podríem utilitzar d'acord amb els colors dels nostres dissenys. Una vegada presa la decisió final en quant als colors, estampats i combinacions que volíem fer, ens vam centrar en buscar les teles necessàries. Hi havia algunes, en concret aquelles sense estampats, de colors llisos, que ja teníem a casa i les vam voler aprofitar, era una forma de reciclar i d'estalviar diners. Després de molt buscar, vam aconseguir totes les teles que utilitzaríem ens els nostres dissenys.

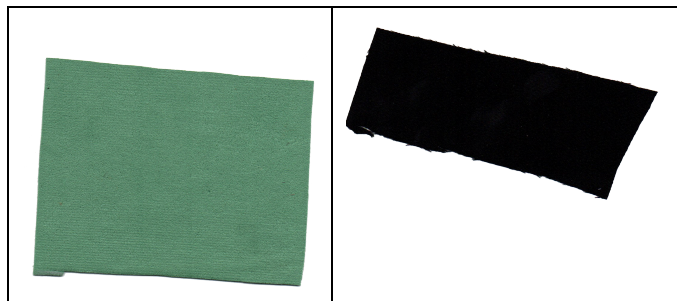
4.3.1 Taula de teles

				
Nom	crepè	tweed	crepè	Otomán
Color	estampat floral	beige	granat amb relleu	Beige
Característiques	Teixit suau sintètic que té molta caiguda i que s'enganxa al cos.	Teixit suau amb una textura agradable poc elàstic.	-	Teixit brillant d'un sol color i amb una trama acanalada

				
Nom	crepè	popeline	Texà	Texà
Color	beige	blanc	Blau fosc	gris
Característiques		Teixit de cotó fi i brillant, resistent i transparent	Teixit de sarga de cotó molt resistent	-



Nom	Tafetà	Crepè	popeline	popeline
Color	gris	Negre 1	Estampat abstracte	rosa
Característiques	Teixit rígid i de tacte rugós	-		



Nom		crepe
Color	Verd	Negre 2
Característiques 4	Textura semblant a la pell de préssec. Rígida i amb poc moviment.	

4.4 Dissenys definitius

Cada model es representa per un dibuix tècnic que mostra tots els detalls del disseny amb una visió del davant i una altra del darrera. Un cop acabat aquest treball, es presenta en forma de dibuixos tècnics de cada un d'ells amb una mostra de teixit tèxtil o de la referències pertinents. Per fer-ho nosaltres vam utilitzar el photoshop. Tot escanejant el figurí vam afegir-hi la tela que havíem pensat per la peça després vam imprimir-ho i vam afegir-hi una mostra dels botons i la tela corresponent a cada look. Aquest dibuixos es troben a la llibreta d'artista

El resultat de l'edició dels dibuixos amb el photoshop és aquest:



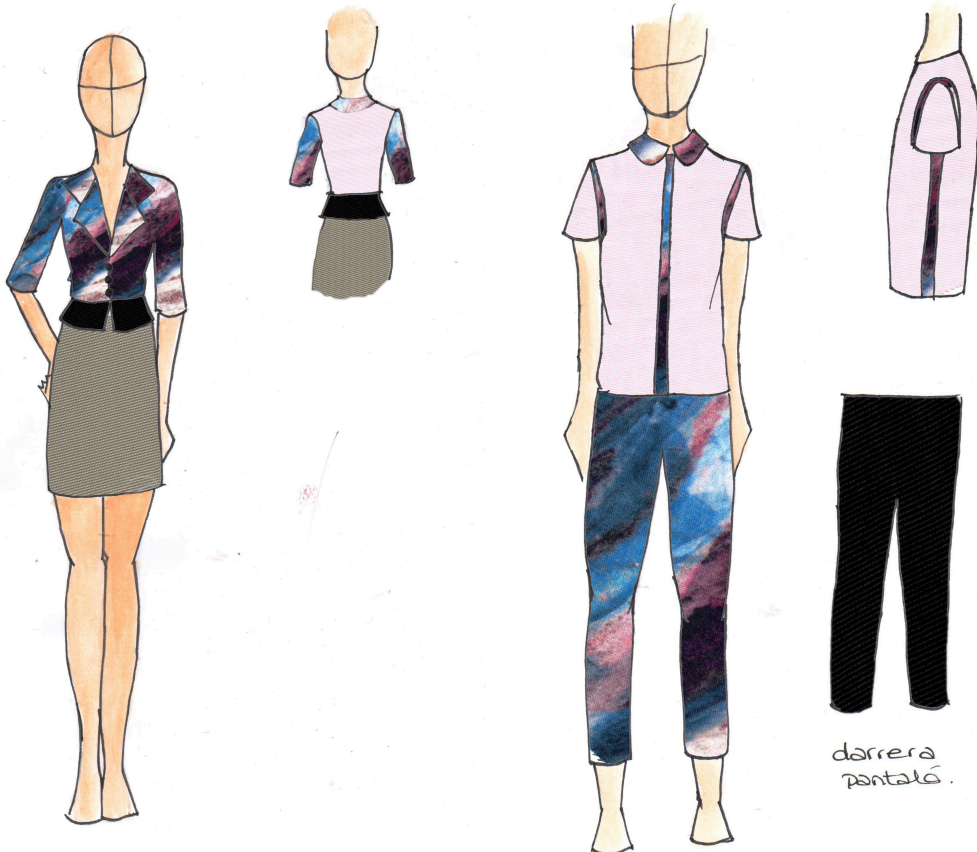
Parella 1. Look 1 i 2

esquema



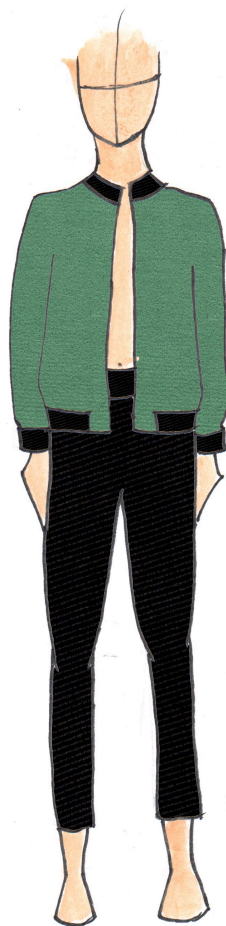
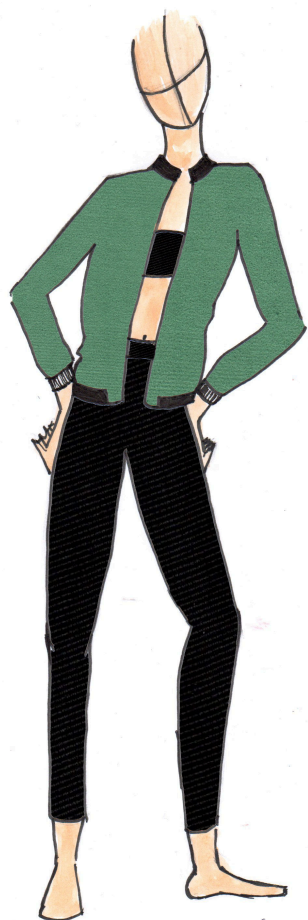
Parella 2. Look 3 i 4

perfil samarreta



darrera
pantaló.

Parella 3. Look 5 i 6



Parella 4. Look 7 i 8

4.5 Elecció de models

Els models són les persones que vesteixen una peça, roba o accessoris de dissenyadors amb la intenció d'exhibir-los a tercers, desfilant d'una determinada manera. L'elecció dels models és un pas important que el dissenyador ha de fer ja que per fer-ho, i d'acord amb el concepte modern, no només es tracta d'escollir qualsevol persona, sinó que han d'escollir persones amb unes condicions específiques d'edat, estatura, mides, bellesa... Nosaltres vam seguir aquest pas i vam fer una elecció de models.

Necessitàvem a quatre noies i a quatre nois. Després de parlar-ho i de buscar models que s'apropessin a les condicions que nosaltres veiem adequades per desfilars els vam trobar i ells van acceptar ràpidament.

Els models són: la Paula, la Naiara, l'Estel, la Sandra, el Marc, el David, el Josep i el Quique.

4.6 Elaboració de patrons

Per tal de confeccionar la roba, és imprescindible fer els patrons pertinents, ja que sense ells no es pot fer cap peça de roba. Per fer els patrons, és necessari tenir les mides dels models, la qual cosa requeríem fer una primera quedada amb els models per agafar les mides. Amb l'ajuda d'una patronista, ja que per elaborar els patrons són necessaris uns coneixements específics que nosaltres no teníem, vam aconseguir els patrons.

4.7 Confecció de peces

Una vegada que el patró de cada prototip s'ha produït, es passa a la fase de confecció. S'han de seguir tots els passos de confecció:

Es col·loca el patró sobre la tela d'una manera determinada, anomenada recte fil, es marca amb el guix i es retira el patró, i seguidament es talla la tela seguint la forma marcada. És important marcar els "piquetes" de les mànigues i altres marques del patró. A mesura que es tallen les peces se sobrefilant (fer les bores). Al acabar de tallar-ho tot, es comença a cosir peça per peça.

Alhora de posar-nos a cosir vam tenir alguns problemes, ja que algunes parts no encaixaven bé. El problema eren els patrons que no estaven ben fets, però amb molta cura vam poder arreglar-ho. Aquest problema ens va treure més temps del que teníem pensat invertir, però finalment ho vam solucionar.

Per la confecció de la roba vam tenir l'ajuda de la Montse, una modista, que ens va ajudar en tot allò que necessitaven i ens va ensenyar allò que era necessari per confeccionar, tot i que ella també va participar-hi, ja que cosia les parts més difícils. Sense ella no haguéssim solucionat els nostres problemes de la mateixa manera. Durant el procés de confecció, és necessari fer fittings (proves) als models, per tal

de veure com els hi està la roba, si els hi va gran o petit.

Vam fer dos fittings, ja que en el primer van sorgir alguns problemes i havíem de modificar allò que no estava bé.

Després d'aquest llarg i dur procés, la roba va quedar acabada, llesta, només quedava fer els traus ,cosir botons...

4.8 Complements

Són molts els dissenyadors que decideixen incorporar complements a les seves col·leccions així com collarets, polseres, arracades, barrets, ulleres....

Nosaltres vam decidir fer complements, en concret dos collarets per a dos dels looks de noia. Vam buscar plantilles per internet, vam fer el patró i vam tallar dues peces de feltre negre amb la forma de cada collaret. Per un d'ells vam utilitzar boletes de diferents colors fent tires i, una vegada fetes enganxades una per una al feltre. Per l'altre vam utilitzar boletes i petits cristalls. Vam fer unes arracades a conjunt.

Aquest és el resultat:



4.9 Sessió fotogràfica

Una sessió fotogràfica té com a finalitat la creació d'un book o un catàleg ... El dissenyador és qui tria el maquillatge la perruqueria, les poses, els element decoratius....

Se'ns va presentar la oportunitat de fer una sessió fotogràfica a una agència de models a Barcelona, NAU Agency, ho vam aprofitar i vam acceptar. Vam escollir dos dels models, al David i a la Paula per portar-los i fer la sessió amb ells.

La sessió la vam fer el dia 26 de Setembre, i vam comptar amb l'ajuda de l'Alicia, una maquilladora i perruquera professional.

Es van fer fotos de tots els looks, de forma individual i per parelles. Vam aconseguir un gran resultat de la sessió, ja que els models es van saber adaptar molt bé a allò que havien de fer.

No haguéssim aconseguit aquest resultat de no ser pels models, l'Alicia , de la Glòria i la Mireia, propietàries de l'agència i aquesta última també la fotògrafa.



Fotografia d'un moment de la sessió

4.9.1 Maquillatge

Per la sessió fotogràfica havíem d'escollir quin seria el maquillatge i el pentinat que portarien els models. Vam comptar amb l'ajuda de l'Alicia qui ens va donar algunes idees ja que nosaltres no som professionals del sector.

El del noi era una maquillatge natural amb un un toc nacrat en els pòmuls i un cabell amb l'ona frontal marcada lleument.

Per a ella el que vam fer és un pentinat tipus imatge de passarel·la d'Amaya Arzuaga que era la cua baixa amb ratlla al costat i un petit retorçat a la zona superior, tot amb aspecte polit, mullat i fresc, encara que en la referència era cua alta. Pel maquillatge vam fer una base neutra amb tons irisats als ulls, eyeliner i màscara, coloret préssec i llavis color marró amb un to vi i la pell natural amb tocs de irisat per aportar sensació de frescor.

* Al llibre podreu trobar el dibuixos pertinents de l'elecció del maquillatge*

4.9.1 Catàleg

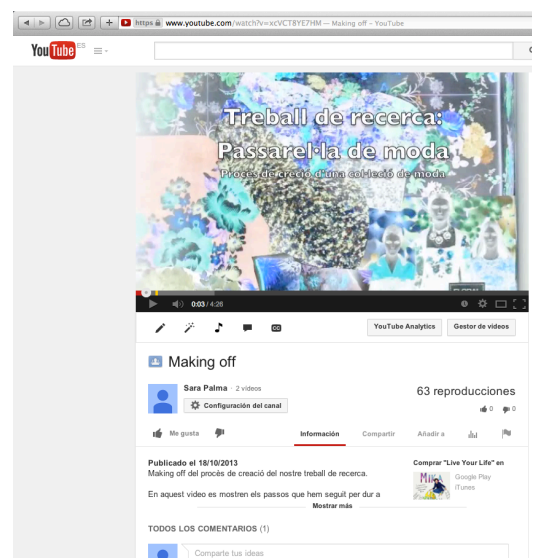
Per tal de presentar el resultat de la sessió fotogràfica vam decidir fer un book de fotos on es mostressin el looks i que es pogués ensenyar i utilitzar com un catàleg.

* L'adjuntem juntament amb la roba i les altres parts del treball*

4.10 Making of

Per veure tot el procés de tot el treball hem realitzat un vídeo en el qual es veuen tots els passos fets: des de els primers esbossos i el procés de confecció fins a la sessió fotogràfica. És un making of on presentem un petit resum del que ha comportat el treball i del dur i satisfactori procés de creació d'aquest.

<https://www.youtube.com/watch?v=xcVCT8YE7HM>



5. Passarel·la

Dies abans de la desfilada vam voler fer un últim fitting amb tots els models per tal de comprovar que no hi hagués cap problema i per acabar de concretar alguns detalls com per exemple el tema de les sabates. Les noies portaran sabates de taló negres i els nois bambes de color gris.

La passarel·la és el lloc on s'exhibeixen els dissenys, per on els models desfilen. Una passarel·la va dirigida al públic, i sol tenir una durada determinada. Normalment va complementada amb una decoració, amb una escenografia determinada, acompanyada de música i d'una il·luminació adequada.

El lloc on es vam pensar fer la nostra desfilada seria a Roca Umbert, a la Troca. És un espai circular, agradable i el veiem adequat per fer la desfilada. Els models baixarien per unes escales fins a arribar a l'espai i recorrerien la sala i tornarien a pujar les escales. Degut a que l'espai no és massa ampli, no era necessari la creació d'una escenografia molt elaborada. Només vam pintar als cristalls el nom de la marca, el logotip i el nom de la col·lecció. Pel que fa a la música, després d'escoltar diferents cançons ens vam decantar per una barreja de la caço Aniams de Martin Garrix i un remix de Michael Burn de la cançó Your Heart feat Joe Gil.

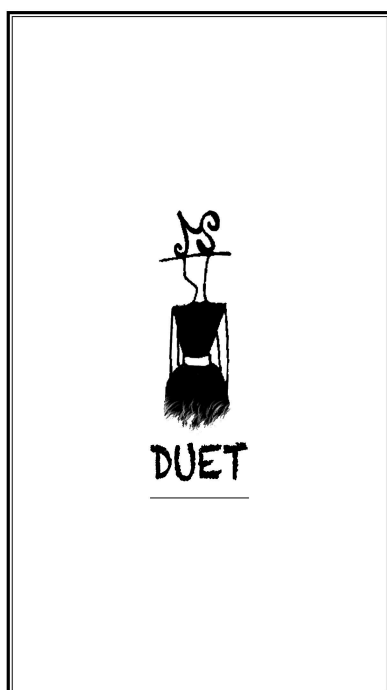
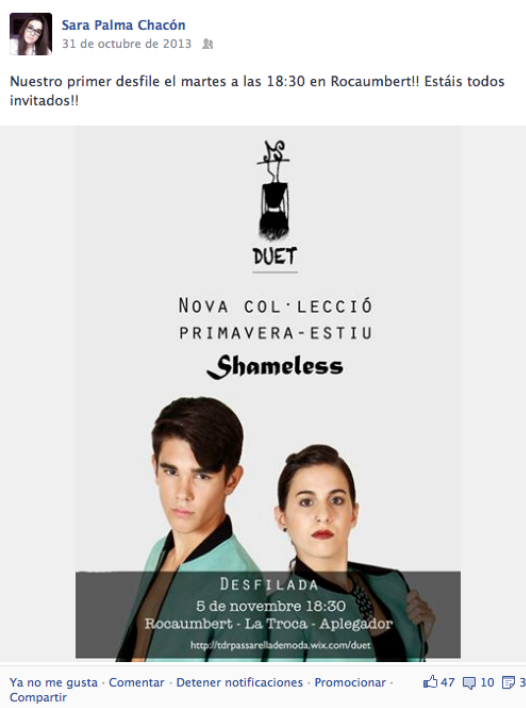
Aquest és l'espai:



5.1 Organització de l'esdeveniment

Un cop escollit el lloc vam procedir a organitzar l'esdeveniment, és a dir, a fer publicitat i a citar a tothom interessat en assistir-hi. Per això vam realitzar un cartell on s'anunciava el dia, l'hora i el lloc de la desfilada. Aquest el vam penjar a les xarxes socials facebook i twitter. També vam crear invitacions amb la mateixa informació que el cartell i les vam repartir.

Finalment la desfilada va tenir molt èxit i va assistir-hi un número de persones important. Vam omplir la sala i la gent ens van felicitar pel treball.



INVITACIÓ A LA DESFILADA
INVITACIÓN AL DESFILE
INVITATION TO FASHION SHOW

DUET

5 NOVEMBRE 18:30
ROCAUMBERT
LA TROCA - APLEGADOR

NOVA COL·LECCIÓ
Shameless

<http://tdrpassarellademoda.wix.com/duet>

5.2 Vídeo

A la pàgina web podreu veure i gaudir d'un petit vídeo que mostra la passarel·la que vam dur a terme per presentar la nostra col·lecció. El trobareu a la part de resultat, juntament amb les fotos de la sessió i el making of.

6. Altres formats del treball

6.1 Pàgina web

També forma part del nostre treball la creació d'una pàgina web pròpia on em deixat constància de tot el procés del treball, fotografies, dibuixos...

Aquest és l'enllaç de la pàgina i on podreu veure el que em comentat en el punt anterior:



<http://tdrpassarellademoda.wix.com/duet>

6.2 Llibre d'artista

Durant tot el procés de creació del treball hem anat realitat un llibre d'artista on es pot trobar l' sketchbook, primers esbossos, teles, botons, figurins tècnics, diferents materials utilitzats, proves de maquillatge....

6.3 Dossier patrons

Tots els patrons fet i utilitzats per l'elaboració de les peces es troben recollits en un dossier i separats per conjunts juntament amb les mesures de cadascun dels models.

6.4 Catàleg

El catàleg creat amb les millors fotografies també s'entrega com a una part important del treball ja que és on millor es deixa constància del resultat final del treball i de tot el procés de creació.

7. Conclusions

Com a conclusió podem dir que hem complert tots els nostres objectius:

- El de crear una marca pròpia de roba “DUET”.
- Confeccionar una col·lecció anomenada “SHAMELESS”, partint des de zero posant-nos en la pell del dissenyadors, patronistes, modistes, fotògrafs, maquilladors, perruquers...
- Iniciar-nos al món del patronatge per després elaborar les peces nosaltres mateixes.
- Posar en pràctica el que hem après de photoshop i d'edició de vídeos.
- També hem tractat el tema de la fotografia d'estudi.

Hem intentat organitzar-nos de la millor manera possible, treballant molt dur, donant el 100% de nosaltres cada dia per tal d'aconseguir un molt bon resultat

Estem molt satisfetes del treball realitzat i sobretot del resultat final ja que ha estat molt millor del que ens havíem imaginat.

L'elecció del tema del TDR ha estat del tot encertada ja que hem après moltes coses que no en sabíem i hem profunditzat en temes que realment ens interessaven, tant les curiositats del món de la moda com el món laboral relacionat amb ell.

Al principi ens deien que seria complicat tot el que pensàvem fer però havíem de fer-ho...

Al llarg dels dies han sorgit problemes i alguna complicació però hem trobat les solucions pertinents a cadascun d'ells. Algunes han estat fàcils de trobar d'altres no tant però hem après que davant de les adversitats no s'ha de tenir por ni deixar de banda una cosa per difícil que sembli, s'ha de fer front i ser valent per aconseguir els propòsits personals i demostrar amb l'esforç i la constància que tot és possible.

El resultat sempre val la pena.

Al final l'orgull personal i el de la gent estimada que ens envolta i que ha viscut el dia a dia del nostre TDR de batxillerat és el millor premi i la millor nota que podem tenir.

8. Bibliografía

- <http://modaenlahistoria.blogspot.com.es/2012/12/la-moda-en-los-anos-50-y-60-fashion-in.html> (última consulta 18-4-2013)
- <http://evoluciondetendencias.wikispaces.com/Diseñadores+de+los+años+50> (última consulta 24-4-2013)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Moda#Transcurso_de_la_moda (última consulta 3-5-2013)
- <http://ca.wikipedia.org/wiki/Moda> (última consulta 7-3-2013)
- <http://www.davidelfin.com/es/> (última consulta 5.5.13)
- <http://selimdesomavilla.com> (última consulta 5.5.13)
- <http://www.katelovesme.net> (última consulta 2.7.13)
- <http://www.google.es/imghp> (última consulta 1.10.13)
- <http://www.squidoo.com/pasarelas-de-moda> (última consulta 15-8-2013)
- http://www.ehowenespanol.com/tipos-desfiles-moda-lista_317403/ (última consulta 30-8-2013)
- <http://www.nocom.com/guiamodelos/porque.htm> (última consulta 10-9-2013)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_\(persona\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_(persona)) (última consulta 14-9-2013)
- <http://www.nauagency.com> (última consulta 22-9-2013)
- <http://www.nidok.com> (última consulta 22-9-2013)
- <http://aliziamoreno.com/gallery/home/> (última consulta 22-9-2013)
- <http://challengeaccepted.wordpress.com/escenografia/> (última consulta 30-9-2013)

