

RUNWAY

A COLLECTION

16
Gener 2018



Curs 2017/2018 2n BATX

ÍNDEX

1

ÍNDEX.

3

INTRODUCCIÓ.

4

AGRAÏMENTS.

5

ENTREVISTA.

Alícia Aguirre.

PART TEÒRICA

9

LA MODA.

Significat de *la moda*: l'expressió de la pròpia personalitat.

11

EL DISSENYADOR.

Un missatge a comunicar per a la història.

13

HAUTE COUTURE.

15

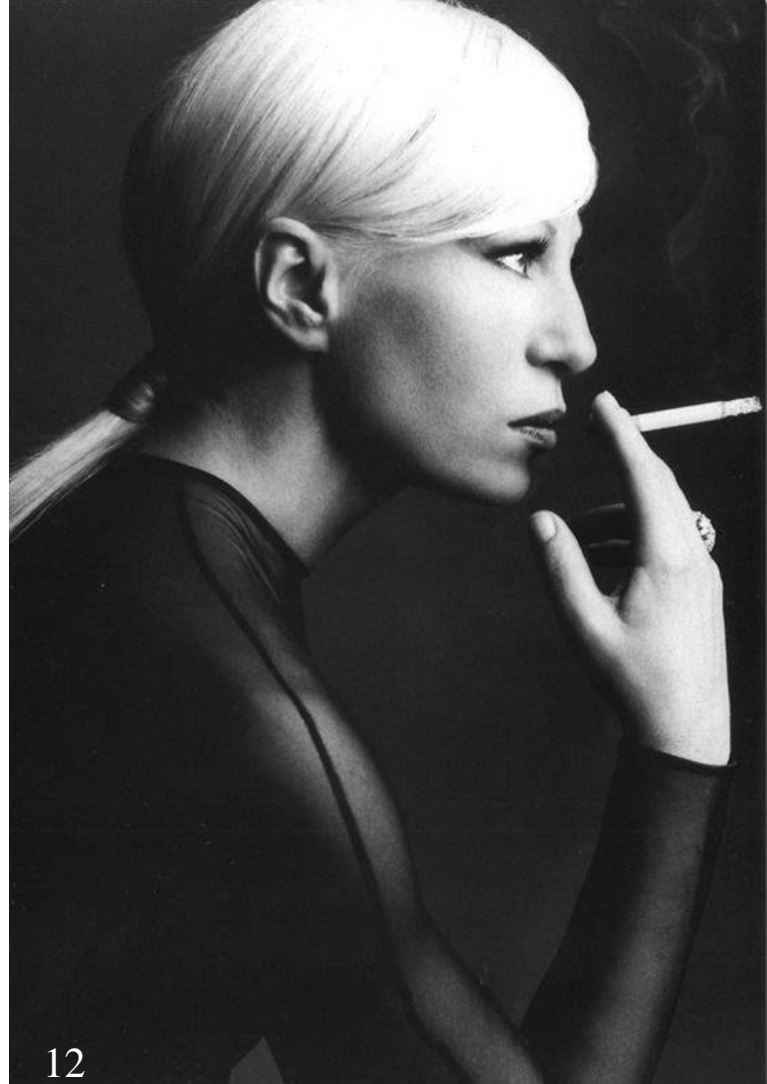
QUI COMPRA L'ALTA COSTURA?

L'art de la moda només per a alguns privilegiats.

17

ORIGEN I EVOLUCIÓ.

El pare de *l'alta costura* i el seu legat.
Desfilades Haute Couture.



12



27

PRÊT-À-PORTER.

La moda per a tothom.

29

ORIGEN I EVOLUCIÓ.

Del crac a un gran negoci.

Desfilades Prêt-à-porter, Creuer i Prefall.

PART PRÀCTICA

37

PROCÉS DE
DESENVOLUPAMENT.

Les úniques normes a seguir dins la
moda.

38

INSPIRACIÓ.

Inspiració i *target*.

39

SKETCHBOOK.

39

COLORS.

40

MATERIALS I TEIXITS.

Els teixits i les fornitures.

42

SILUETA I LÍNIES.

Figurí, poses i tècniques de representació.

43

FITXA TÈCNICA.

43

PATRONS.

44

MOULAGE.

44

GLASILLA.

44

PROTOTIP.

45

CONCLUSIÓ.



V

aig escollir aquest tema perquè m'encantaria ser dissenyadora, i amb diversos motius. El primer de tots, perquè m'agradaria ajudar a portar a terme la igualtat de la dona respecte a l'home. I en el meu cas, col·laborar amb la vestimenta, perquè penso que no s'ha de jutjar a ningú per com vesteix d'una forma o d'una altra.

Crec que són aspectes que no hi seré a temps a presenciar, que per fi s'ha normalitzat, que no hi ha discriminacions, ni crítiques per com vesteix la gent...

El segon, perquè m'agradaria ser dissenyadora, és perquè en cas que aconseguixi la mateixa fama i beneficis, que molts dissenyadors arriben a tindre actualment. M'agradaria aprofitar aquesta oportunitat, per posar el meu granet de sorra per millorar aquest món.

Després de tantes guerres i tanta sang vessada, no n'hi hauria d'haver. El món hauria de ser de tothom, sense fronteres, sense nacionalitats... La gent que viu al carrer, no hi hauria de ser allà. Tants palaus i cases amb tantes habitacions i luxes, però buides, sense ningú que les ocupi i les gaudeixi. Aquesta, seria la meva oportunitat de poder donar lloc, menjar i tot el que necessiti una persona per poder viure dignament i que no es senti sola, perquè ningú hauria d'estar sol, tots necessitem algú. S'hauria de parlar de les dones que encara no es tenen en compte en alguns països, hi ha moltíssimes dones que han participat en l'avenç de l'home, com ara: Marie Curie, Frida Kahlo, Teresa de Calcuta, Diana princesa de Gales... I és que, totes les dones valem, al igual, que els homes. I una altra cosa, que tampoc m'entra al cap, la condemna de matar a qui estimi algú del mateix sexe. Jo crec que no és dolent estimar, com per posar com a condemna la mort. És una de les millors sensacions que es poden tenir a la vida, s'està bé amb un mateix i amb els altres, produeix alegria, transmet bones sensacions a la resta de persones... menys, a les que són plenes d'odi per dins i no hi tenen res. Desgraciadament, encara ens queda un llarg camí per evolucionar i poder arribar a un món ple de pau, de generositat, de bondat...

I l'últim dels meus motius, pel que m'agradaria ser dissenyadora, és perquè m'agrada, em relaxa, i em sento lliure en el meu món, el que encara ens queda molt per formar.

Encara recordo la primera vegada que em vaig comprar una revista, va ser la de *Vogue*. Quasi pel meu aniversari, i va ser com un regal. Fins aleshores, havia estat anant a la biblioteca de Sant Feliu de Guíxols per poder llegir-me-les. Però, des d'aquell dia, les he seguit comprant cada mes amb els diners guanyats del cap de setmana.





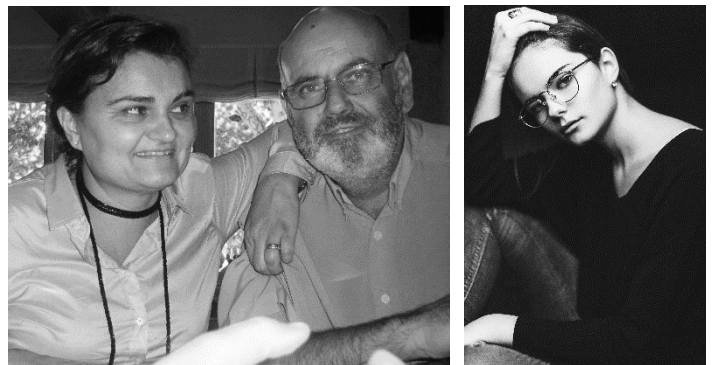
Alicia Aguirre: antiga alumna de [redacted] i de la meua tutora, [redacted]. Va ser la meua tutora qui em va recomanar fer-li una entrevista sobre la moda i que segurament em podria ajudar moltíssim. I efectivament, ha estat així, una noia molt simpàtica i professional, predisposada a ajudar-me quan tenia dubtes i em sentia perduda.



Tura Giraut: una noia emprendedora i amb molta ambició, està portant a terme la seva pròpia marca de sabates. Una persona alegre, simpàtica, optimista i amb molta personalitat, capaç de tenir una visió de futur molt innovador. Donar-li les gràcies, sobretot, per ajudar-me i guiar-me amb la meua part pràctica del treball.



[redacted]: professora de dibuix i la meua tutora a [redacted]. Una dona que sempre té un somriure a la cara, que desprèn moltíssima alegria i felicitat. Donar-li les gràcies per la seva forma de ser, per creure en mi, per ser totalment sincera i dir el que és correcte i el que és incorrecte, per animar-me sempre a no rendir-me i donar-me tants bons consells. Agrair-li sobretot, el gran acolliment que vaig tenir, per part d'ella, el primer any en incorporar-me a l'institut i fer que cada dia sigui com el primer.



La meua família: eternament agraïda per tot el que fan per mi, per escoltar-me quan estic pesada i tinc dubtes, per aconsellar-me amb el que és millor, per creure sempre en mi i donar-me suport amb tot el que calgui, per aguantar les meves depressions i el meu estrès, i moltíssimes coses més. No els canviaria per res del món.

Mary Pérez: una dona de 81 anys, que en aparença en té 61 i d'esperit juvenil. Després d'estar fent una gran recerca de qui em podia ajudar amb els patrons, la vam trobar quasi de casualitat. Una dona de món, amb molta experiència i uns grans coneixements de patronatge.

Alicia

AGUIRRE



Què va ser el que et va portar a dedicar-te al món de la moda? I com?

-“Des de sempre és un món que m’havia interessat i m’havia cridat molt l’atenció, un món creatiu. La veritat és que des de ben petita m’agradava aquest món perquè la moda és un moviment que sempre avança i, l’única vegada que mira enrere és per tornar a anar cap endavant. Els dissenyadors són els encarregats de proposar canvis constantment i, la moda és un mirall de la societat. Això em va portar a voler endinsar-me a conèixer com pensaven els dissenyadors i com funcionava el procés de crear una col·lecció i veure’n el resultat final.”

Com arribes dins el món de la moda? I que esperes d’aquest difícil món creatiu?

-“Vaig decidir fer la carrera de Disseny especialitzat en moda a ESDi (Universitat Ramon Llull) i després vaig fer un Erasmus al *London Collage of Fashion*. Vaig acabar al juliol el projecte de final de carrera i actualment, estic treballant per Andres Sarda i estudiant a la IED Madrid sastreria, mentre que d’aquí a unes setmanes començaré pràctiques en un altre estudi de disseny de moda.

No m’imagino fent res que no sigui moda i, espero durant aquest any i els següents, anar agafant experiència en diferents estudis i veure la moda des de diferents punts de vista. El problema del món de la moda és que és un món on t’has de moure molt, com a més llocs vagis, amb més gent parlis, a més gent li ensenyis els teus treballs, més *feedback* tindràs i més clar sabràs on anar. El que sí trobo com inconvenient és que la majoria dels estudis volen estudiants amb pràctiques i que no és una carrera on automàticament saps on rebollaràs sinó que t’has de moure molt i lluitar molt. No és una carrera fàcil.”

Quina és la teva trajectòria dins el món de la moda? El desig de triomfar/afició dins el món de la moda, quines possibilitats hi ha sent tan jove?

-“Porto des dels 18 estudiant moda, i ha sigut aquest any que he acabat, és a dir, des de principi de carrera. I tema pràctiques, el passat novembre vaig començar a treballar per una marca de luxe de Barcelona, Andres Sarda i continuo encara amb ells. Aquí dins, realment no treballo com a comunicadora de moda sinó

com a comunicació de moda i he après molt realment, com puc ser dins el món de l’empresa, quina imatge volen donar i tot això. A mi m’agradaria ara al setembre marxar a Madrid a viure i estar-me allà uns 2 mesos i anar treballant en diferents estudis, i diferents marques i anar fent.”

Creus que les teves col·leccions et poden fer obrir fronteres i anar a treballar a l’estranger?

-“Crec que sí, perquè sobretot en moda el llenguatge sempre és el mateix, la col·lecció que tu presentes, i tant els referents que agafes, com les inspiracions, a vegades aquí no te les valoren tant com a fora, o a l’inrevés.”

Has venut algun disseny teu? (Quants?)

-“Sí. Dos o tres, no gaires. Perquè també al ser dissenys que fas per a l’escola, després de vegades els necessites per ensenyar algun altre lloc, et fa cosa vendre’ls perquè només tens un prototip fet. Encara que depèn de com ho miris va bé donar-los, perquè realment s’acaben quedant a casa penjats.

Les teves col·leccions solen ser a temporals? O es passen bastant de pressa de moda?

-“Nosaltres la manera que tenim de dissenyar a la universitat no és fer col·leccions i inspirar-nos en les tendències així d’ara per vendre, sinó que realment comencem amb un concepte i llavors fem col·leccions que són molt creatives.”

Dins el que ve a ser la col·lecció, els teixits és el que li dones més importància?

-“Per mi els teixits són molt importants perquè depèn dels teixits que escullis canviarà molt el resultat. A més a més, sempre intento passar-m’hi molt de temps amb els teixits, o amb les fornitures. Sí que sempre t’hi acabes passant molt de temps amb el disseny, però tenir bons teixits ja t’ajuda en dissenyar.”

Quantes col·leccions de roba has fet ja des que vas començar?

-“Més o menys, unes 6 col·leccions per any.”

De quants dissenys consta cada col·lecció?

-“Al principi, a segon, a tercer i a quart, fem 8 *looks* i aleshores de projecte final, fem 15. Però al ser a la universitat de confeccionats, dels 8 *looks* només en fèiem un. I del projecte de final de curs, no els confeccionàvem nosaltres, i en presentàvem 5.”

En la teva última col·lecció, quins han sigut els materials escollits? Quines són les propostes? Per a quin públic va dirigit?

-“En aquesta col·lecció vaig escollir materials amb els quals no treballaria normalment, i doncs vaig agafar organzí, també vaig agafar un material com un mirall, popelín, poliamida i punt. Però sobretot popelín i organzí, perquè vaig acabar fent la col·lecció primavera /estiu, i també vaig utilitzar ja card. Aquesta col·lecció la vaig començar com a crítica, perquè vaig estar llegint molts articles on deien que ara ja no existien les subcultures, perquè tu et pots posar una jaqueta d’un grup i com ara està de moda tu portaràs aquesta peça de roba però en realitat no formaràs part d’aquest grup. El meu treball començava amb que la moda està funcionant molt de pressa, i és com quan una col·lecció ha passat per la passarel·la, en el moment que ja ha acabat, ja ha passat de moda, i parlava tot això a les xarxes socials, de com afecta a la vida en si. Aleshores era com buscar la gratificació immediata, que realment tu veïssis la col·lecció, pels teixits i tot, i fos com un boom. El públic al qual va dirigit és gent jove.”

On es busquen les fonts d’inspiració?

-“Tots fem servir molt Pinterest, bàsicament per buscar-ho tot.”

Que necessites per inspirar-te?

-“Collage. Em funciona molt bé, aleshores el que faig és, busco imatges de dissenyadors que m’interessen pel concepte, paraules clau i després agafo imatges de roba amb les que m’agradaria treballar, començo a enganxar i a partir d’aquí començo a treballar els volums.”

Quines pautes s’han de seguir per fer una col·lecció de forma correcta?

-“Jo crec que no té un ordre súper concret, perquè depèn molt del dissenyador.”

T’agradaria vestir a algun famós important? Qui?

-“Sí, sobretot si fos algun cantant extravagant. És a dir, si fos una persona molt creativa sí. Com Lady Gaga.”

Que és la moda? I que és per a tu?

-“Per a mi la moda és una manera molt potent de comunicar-te, i realment sempre ho he vist com un moviment, com una cosa que avança.”

Qui dicta la moda?

-“Jo crec que qui dicta la moda és Intercolor i

Primera Visión. Això seria el motiu perquè moltes desfilades de París tenen els mateixos colors. Encara que normalment s’ho fan més tot ells, les marques de luxe es poden permetre fer-s’ho ells, perquè tenen un equip molt potent al darrere. I anar a Primera Visión no els hi sortiria a compte, perquè van més avançats tema *timings*.”

Quina filosofia de vida té la moda?

-“Sobretot has d’estar acostumada al canvi, perquè si no hi ha canvi, si no hi ha creativitat, no hi ha moda. T’has de replantejar tot, tota l’estona.”

Avui dia, qui és la competència?

-“Les marques *“fast fashion”*, com Inditex i totes aquestes... perquè a Barcelona, a Madrid... veig que els dissenyadors emergents o marques en si que són més petites els hi costa molt arrencar. El que els hi interessa a les marques *“fast fashion”*, és crear moltes col·leccions en poc temps i les grans marques de luxe han hagut de renovar-se molt, i ara, de seguida que acabava la desfilada i presentaven les seves col·leccions ja podies comprar-ho online o a les botigues, que és el *“see now buy now”*.”

Com està evolucionant la moda?

-“Avui dia, qui crec que està canviant molt la moda és *Vetements*. I al llarg de la història crec que ha anat evolucionant molt, però el problema que tenim ara és que tots els dissenyadors tenen molt poc temps per dissenyar, perquè Inditex i tots aquests ho fan en setmanes, les marques de luxe han de dissenyar una mica més de pressa per anar proposant abans la seva col·lecció, o per fer *“Ressort collections”*, i en aquests moments, a l’haver menys temps, acabes plagiant més, perquè és inevitable, no et dóna temps a evolucionar, ni pensar.

És igual d’important la moda que fets històrics? (com la revolució francesa, la primera i segona guerra mundial...)

-“Crec que sí. Perquè quan la dona deixa la cotilla o el vestit, és perquè la dona deixa la casa i es posa a treballar, i tot això també t’explica comportaments.”

Creus que la moda ha anat evolucionant a mesura que també ho feia la societat?

-“Sí.”

La moda per a qui creus que es coneix?

-“Jo crec que avui sobretot les “*influencers*” tenen molt a dir, són com el canal entre la marca i la persona. Però per mi ells no són els que creen les tendències, sinó els dissenyadors que hi ha al darrere.”

Dins el món de la moda, són importants les marques?

-“Si, perquè les grans marques jo considero que són les que tothom es mata per veure, que fan i que es posarà de moda, i sobretot les de Paris, les més importants.”

Que creus que ha de tenir una marca?, que sigui imprescindible

-“Sobretot un bon equip, després, com més variat sigui l’equip millor perquè t’aportin idees totalment oposades, que després sapigueu posar en comú.”

La moda és de forma global o és més centrada dins de cada país?

-“Jo el que crec és que bàsicament es parteix en occident i orient. Jo crec que la moda és molt internacional.”

Com és sap el que la gent li agrada?

-“Crec que has de conèixer molt bé el teu públic però també has de tindre com el teu punt d’identitat, perquè és impossible agradar a tothom.”

Que creus que li importa avui dia a una noia jove dins el món de la moda? I un noi jove?

-“Crec que a la noia el que li interessa, avui dia, sobretot és tindre un armari en el qual ella pugui fer diverses activitats el mateix dia, sigui treballar, després tenir una cita i per acabar sortir de festa i que ella no s’hagi de canviar per a totes aquestes ocasions. I per als nois crec que tira molt a roba d’esport, a la comoditat. El problema ve de què els nois no volen destacar, i es solen posar el primer que veuen a l’armari. La moda d’home si que és veritat que està variant molt. Però crec que pels homes és més roba esport, roba molt més funcional, que tindrà un color llis i que farà que no destaquin, ni sigui gaire complicada.”

Que significa per a tu, que les col·leccions passin tan de pressa de moda?

-“En el meu cas, quan hi ha unes sandàlies que això durarà molt poc, i és que en el moment que veus que una cosa fa un *boom*, saps que està a punt de petar. Llavors a mi això és com una cosa que realment em tira enrere i en

canvi el més interessant que trobo, és que tu trobis doncs el teu estil, dins de tot això.”

En la moda creus que “més és menys” o viceversa?

-“Jo crec que menys és més. Sempre depèn del concepte que tu vulguis transmetre. El que passa és que si els teixits que poses tenen uns colors molt *boom*, no pots començar a carregar de botons... jo crec que has d’equilibrar-ho. Jo sóc molt d’equilibrar les coses, subtil, sempre busco més el detall.”

Creus que ens vestim de forma que ens podem arribar a disfressar o ens vestim de manera per mostrar realment qui som?

-“Inconscientment la manera que vestim diu molt de nosaltres, és una de les parts més importants dins de la comunicació no verbal de la moda. Però sí que hi ha gent que és disfressa, perquè a vegades pot ser que et vesteixis volent donar una imatge de tu que realment no ets.”

La moda per a tu és art?

-“Quan vaig a exposicions, o veig *Commes des Garçons* allò per a mi sí que és art, perquè la dissenyadora que hi ha al darrere, té una manera de treballar. I també depèn de la marca i del missatge que et volen transmetre.”

És important la qualitat del material?

-“Sempre. Jo sempre prefereixo prioritzar la qualitat dels teixits que altres coses, perquè crec que és molt important el resultat. I a més a més, com millor sigui el teixit molt més fàcil et resultarà tot.”

Per a la temporada tardor/hivern quines teles/teixits són els millors per utilitzar? I per la temporada primavera/estiu?

-“Llanes sobretot, pana, niló... doncs bàsicament tots aquests teixits que no et deixen utilitzar a l’estiu. Gases, organzes... m’imagino així també com vestits més lleugers. Clar que dins la moda pots fer el que vulguis, però depèn del que vulguis fer i el material que li fiquis, no pot quedar bé.”

Quins materials són imprescindibles a l’hora de fer/confeccionar una col·lecció o crear una peça de roba?

-“Tisores, moltes agulles, des cosidor, màquina de cosir, agulla de brodar.”

LA MODA

SIGNIFICAT DE *LA MODA*: L'EXPRESSIÓ DE LA PRÒPIA PERSONALITAT

La paraula *moda* prové del francès *mode*, una *moda* és un ús o un costum que està en voga d'un determinat lloc del món i durant un cert període de temps. Consisteix en que una gran part de la societat adopta una tendència, normalment, se sol associar a la forma de vestir.

La moda també pot fer pressió social, i que indiqui a la gent què comprar-se, com actuar, el comportament que han de tenir... Aquests tipus d'actes, conseqüents per la pressió social, fan que la *moda* també es pugui definir com un tipus de mecanisme que té una gran influència sobre les eleccions de les persones. Al mateix temps, és un hàbit que identifica a una persona o a un conjunt de persones.

La moda es pot reflectir en certs aspectes visibles, tant pot ser la vestimenta, com el maquillatge, el pentinat... Però al mateix temps,

el que he dit abans, la forma d'actuar i el comportament. Això engloba, l'estil d'anar a certs restaurants, escoltar un tipus de música, anar de vacances a diferents destinacions, fer diferents tipus d'activitats esportives...

Després d'aquestes definicions, les dues expressions més comunes dins l'àmbit col·loquial són: *estar de moda* i *passar de moda*.

La primera s'utilitza per dir que un tipus de roba, de maquillatge, de pentinat, accions... s'han imposat i s'estilen per molta gent, per una gran part de la societat. I l'altre s'utilitza per dir

just el contrari que l'anterior, és a dir, si abans s'estilaven per molta gent, ara ja s'ha deixat de fer.

Generalment la gent famosa constitueix la moda, en un exemple molt fàcil seria, si una actriu amb molts seguidors, es talla el cabell per les espatlles, el més segur és que els seus fans es facin el mateix tallat de cabell. I el mateix passa amb els jugadors de futbol i els seus fans.

A més a més, qui més imposa la moda sobre tota la resta són les publicacions, les revistes, que giren en torn a ella. Uns exemples per a les dones serien: *Vogue*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, *Vanity Fair*... I per als homes: *GQ*, *Vogue Homme*...

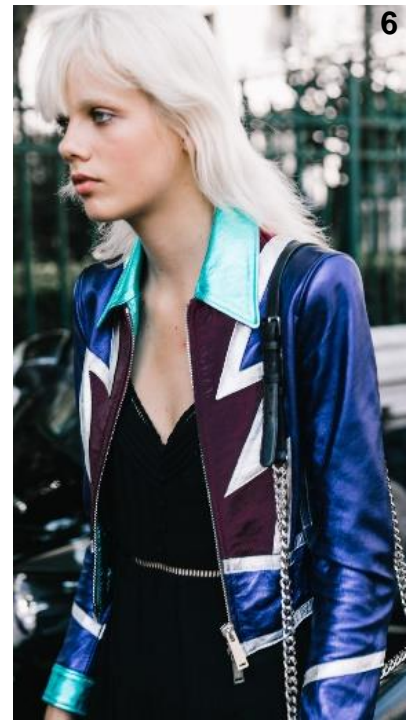
Molta gent sol relacionar la moda amb la indumentària i el disseny de roba, encara que són molt poques les marques les que aconsegueixen imposar un estil.

I encara que la descripció de la moda és molt personal, molta gent prefereix no seguir cap tipus de moda, fer la seva com per exemple els cibernetics entre d'altres, un estil molt inusual en les nostres vides, on aquests, en certa manera queden apartats de la societat, i en alguns casos són objecte de burla i crítiques.

Normalment, l'impacte que té la *moda* en una persona sol ser temporal, és a dir, que una persona per la seva pròpia naturalesa, necessitat i per la influència social, fa que cada cert temps es renovi imposant una nova

“Recorda que no hi ha normes dins la moda. En el moment en que hi ha alguna norma, ja no és moda”

Michael Kors



forma de vestir, de pensar, d'actuar... Això fa que igual que el temps passa, la nostra societat avança, encara que, si en algun moment actual es repeteix un altre del passat, segurament adoptarem el comportament, la vestimenta, forma de pensar d'aquell moment però de forma evolucionada.

D'esquerra a dreta i de dalt a baix les **tendències Tardor/Hivern 2017/2018**. 1. Alguna peça de roba de pana 2. Una jaqueta de quadres 3. La combinació de dos únics colors, el blau marí i el negre 4. El doble *denim* 5. Una gavadina de cuir 6. Teixits iridescents



EL DISSENYADOR

UN MISSATGE A COMUNICAR PER A LA HISTÒRIA

Els dissenyadors de moda creen i desenvolupen col·leccions de roba i complements tenint en compte les situacions socials, els fets importants en la història i la cultura. Ja que el temps i la moda sempre van agafats de la mà, van evolucionant. Els dissenyadors és solen especificar en una àrea en concret, com pot ser la roba femenina, masculina, infantil o la d'esport, (encara que moltes marques poden arribar a fer 2 o més àrees al mateix temps, com

Dolce&Gabbana) altrament, tenen en compte tot estil de públic, estils, materials de producció, tecnologia...

De totes les funcions que arriba a tenir un dissenyador en destaquen més les següents: definir tots els aspectes clau (públic; edat, estil de vida...), realitzar esbossos i prototips de dissenys,

dissenyar i confeccionar la peça, supervisió del procés, resolució de dubtes i control de la qualitat del material. I evidentment estar al dia respecte a les tendències actuals del moment, gestionar la difusió i el llançament de la col·lecció.

“La roba és només una cosa que et fiques per cobrir-te. La moda és una forma de comunicar”

Dries Van Noten

DONATELLA VERSACE

1955 Neix a Reggio Calabria, Itàlia.

1997 Després del assassinat del seu germà, Gianni Versace. El substitueix com a director creatiu de Versace.

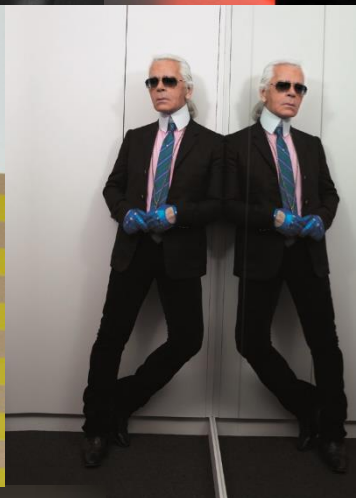


RICARDO TISCI

1974 Neix a Taranto.

2005 Es contracta com a director creatiu de Givenchy.

2017 Anuncia que deixa el seu càrrec com a director creatiu de Givenchy.



KARL LAGERFELD

1933 Neix a Hamburgo.

1955 S'estrena com assistent de Pierre Balmain.

1965 Comença a treballar com a director creatiu de Chloè i a col·laborar amb Fendi.

1983 Comença a treballar com a director creatiu de Chanel.

1984 Crea la seva pròpia marca.

2005 Ven la seva pròpia marca a Tommy Hilfiger i perd 90kg.

2006 Anuncia el llançament d'una nova marca, K Karl Lagerfeld.

RAF SIMONS

1968 Neix a Neerpelt, Bèlgica.

2005 Llança la seva pròpia línia masculina, Ralf by Ralf Simons i és nomenat director creatiu de Jill Sander.

2012 Abandona Jill Sander i és nomenat director creatiu de la línia femenina Dior.

2014 Decideix deixar Dior.

2016 Fitxa com a director creatiu de les línies femenines i masculines de Calvin Klein.



JEREMY SCOTT

1974 Neix a Kansas City, Missoni.

2013 És nomenat director creatiu de Moschino i Adidas.



ALEXANDER WANG

1983 Neix a Sant Francisco, Estats Units.

2009 Crea la pàgina web de la seva pròpia marca, i llança la seva segona línia de T by Alexander Wang.

2012 Va ser nomenat el nou director creatiu de Balenciaga.

2015 No renova el contracte amb Balenciaga i ho deixa.

2016 Presenta una col·lecció unisex amb la col·laboració d'Adidas.



MARIA GRAZIA CHIURI

1964 Neix a Roma.

1989 Comença a treballar dins la marca Fendi.

1999 Comença a treballar amb el seu amic Piccioli, com a responsable del disseny dels accessoris de Valentino.

2016 Debuta com a directora creativa de Dior, la primera dona en posar-se al capdavant d'una maison francesa.

HAUTE COUTURE

HAUTE COUTURE

E

l *Haute Couture* prové del francès a París en el segle XIX i que significa *alta costura*. L'*alta costura* és la realització de peces de roba exclusives fetes a mida de forma artesanal per a la clientela. Està feta manualment, quasi sense la utilització de la màquina de cosir, amb teles de molta qualitat, cares i inusuals a l'hora de dissenyar i confeccionar. Les peces estan cosides amb molta atenció i cura, i quan s'han de finalitzar les peces, les acaben els costurers amb més experiència, ja que fan servir tècniques manuals molt bones però que consumeixen molt de temps.

La traducció literal de les paraules *haute* i *couture* són *alta* i *confecció*, encara que també es pot arribar a denominar com a la moda més rica i elaborada. Normalment només es fa servir la paraula *couture* com abreviació de les dues paraules (*haute couture*). L'*alta costura* ha arribat a indicar el negoci de dissenyar, crear i vendre, alta moda a mida.

Una peça d'*alta costura* normalment es sol fer per un client, es confecciona específicament per aquell client amb les seves mides i les seves postures corporals. Tenint en compte la quantitat de temps, de diners i d'habilitats que s'utilitzen per poder confeccionar cada peça de roba d'*alta costura*, ja que no s'utilitza maquinària, és sol dir que aquestes peces *no tenen preu*. Un punt a marcar, és que no totes les peces de roba que és dissenyen estan fetes com perquè després les utilitzi algú, sinó que moltes estan específicament dissenyades i confeccionades per portar-les sobre la passarel·la com una exhibició d'art.

Considerant tots aquests aspectes, per fer una sola peça es necessiten com a mínim 200 hores, 1.000 el que es tarda en confeccionar un vestit amb detalls com brodats i més de 6.000 hores si és, un vestit de festa amb molts de petits ornaments. I el seu preu parteix dels 9.000€, però si les peces formen part de *looks* d'algunes desfilades solen ser més econòmics. Després estan els vestits de núvia que passen dels 100.000€.

La Torre Eiffel,
estrella de
l'Exposició
Universal de 1889 i
des de llavors
símbol de les fires
de moda més
rellevants, fa guàrdia
sobre la ciutat de
París.





De dalt a baix i d'esquerra a dreta, desfilada de Dior Primavera/Estiu 2017 a París i Bella Hadid en el Cannes Film Festival 2017. Rihanna en els Premis Grammy 2015 i desfilada Giambattista Valli Primavera/Estiu 2015 a París.

QUI COMPRA L'ALTA COSTURA?

L'ART DE LA MODA NOMÉS PER A ALGUNS PRIVILEGIATS

En l'actual França, el nom d'*alta costura* és un nom protegit que només les cases que compleixen certs estàndards molt definits poden exhibir aquesta categoria. Els estàndards dels quals parlem són els següents: s'ha de pertànyer a la Càmera Sindical de l'Alta Costura de París, que aquesta càmera està regulada pel Departament de la Indústria francesa. Els membres tenen que utilitzar 15 persones com a mínim, i hi han de presentar dues col·leccions anuals. I cada presentació ha d'estar formada per 35 dissenys diferents, per el dia i per a la nit, com a mínim. El Sindicat de l'*alta costura* està format per 18 membres, incloent-hi els més grans de la moda, com *Chanel* i *Dior*.

Les cases produeixen més d'un mil milions de vendes

anuals i tenen al seu servei quasi unes 5.000 persones, dins aquests treballadors 2.200 són costureres. Els treballadors s'especialitzen en una sola àrea, teles, sabates, bosses, botons... i abans de la II Guerra Mundial dins les cases d'*alta costura* treballaven unes 35.000 persones.

Encara que aquest mateix nom (*alta costura*), té un sentit bastant ampli, perquè per nomenar les peces de roba o complements fets a mida no fa falta que s'hagin d'haver fet expressament a París, també poden ser fets a altres capitals de la moda com Milà, Londres, Nova York i Tòquio.

Avui en dia només 2.000 dones en tot el món compren roba d'*alta costura*, un 60% de la clientela són nord-americans, i 200 persones són clients habituals. Normalment, les cases solen deixar

els seus dissenys a estrelles de cinema, perquè d'aquesta manera, els hi fan publicitat. Actualment hi ha 15 cases d'*alta costura* a França. Durant l'*èdat d'or* a la moda, després de la II Guerra Mundial, aproximadament 15.000 dones duïen *alta costura*. Hi havia clientes que, a vegades, manaven fer col·leccions senceres al mateix temps. Encara que l'*alta costura* sigui un petit negoci, fa que les cases tinguin prestigi i això fa que ajudi a vendre altres productes, tant poden ser cosmètics, com perfums, decoració d'interiors i exteriors i les línies de prêt-à-porter a les botigues.

De forma resumida l'expressió *alta costura* es pot definir de les dues següents formes: les cases de moda que creen modes exclusives i tendències, i les peces de roba realitzades detalladament a mà.

“La vida és més interessant si vesteixes peces impressionants”

Vivienne Westwood



ORIGEN I EVOLUCIÓ

EL PARE DE L'ALTA COSTURA I EL SEU LEGAT.

El pare de l'alta costura és el modista anglès *Charles Frederick Worth* (182-1895), que va arribar a París amb només 20 anys després de 7 anys de formació en la indústria tèxtil de Londres. 13 anys més tard, en el 1858, Worth i el seu soci suec, anomenat Boberg, van fundar la seva pròpia casa de moda a la Rue de la Paix, on a partir del 1871 Worth va fer-se càrrec, en solitari, de la direcció de la casa.

Worth va ser el primer home a atribuir-se a si mateix la categoria de *celebritat*. Ho va fer mitjançant una firma a cada peça que feia, com si es tractés d'una obra d'art.

A més a més, una altra innovació que va fer per part seva, va ser que va començar a presentar una col·lecció per any, el que feia que les vendes creïessin. Una innovació revolucionària on avui dia els dissenyadors d'ara també en treuen profit d'aquesta idea.

A la fotografia de dalt a l'esquerra, Charles Frederick Worth.

A la seva dreta començant per dalt, l'etiqueta que utilitzava Worth en les seves creacions. On hi posa el nom i la localització de la seva botiga.

Seguidament la resta d'imatges, les seves creacions.



La línia que creava en *Monsieur Worth* no era tan trencadora com les seves tàctiques comercials. Va morir en el 1895, just abans de l'Exposició Universal a París en el 1900. Però abans de morir va passar el testimoni als seus 2 fills, *Gaston* i *Jean Philippe*. La paraula *modista* es va crear especialment per designar a Worth, que havia aconseguit unir la tècnica anglesa del tall amb moltíssima elegància, pròpia dels francesos. Anteriorment només existien les modistes i les modestes costureres.



Worth deu la seva fama a dues emperadrius. Una seria Isabel d'Àustria, *Sissí*, i l'altre seria Eugènia, la dona de Napoleó III, en la seva cort va començar a iniciar el seu ascens. Les dues es van fer retratar per el pintor Winterhalter amb dissenys de seda i detalls d'or de Worth. L'*alta costura* va donar els seus primers passos triomfals a l'Exposició Universal de París en l'any 1900, quan algunes de les firmes escollides varen ser Worth i



Doucet, que van vestir a diverses celebritats de l'època, on van sorprendre amb les seves creacions a molta gent vinguda de tot el món, on es va congreguar en el *Pavillon de l'Élégance*. Des d'aleshores París va ser i és la capital de la moda. *Jeanne Paquin* va ser en qui va recaure l'honor de seleccionar als expositors del *Pavillon de l'Élégance*. I al mateix temps també firmava però no com a modista. No va presentar cap novetat però no va escatimar ni en classe ni en estil. I el seu disseny va

HAUTE COUTURE

fer oblidar al públic la falta d'innovació. En aquella època era bastant sorprenent que una dona, per primera vegada, assumís la direcció de la exposició de moda, ja que el món de la costura estava i segueix així, dominada pels homes.

Els homes modistes o sastres estaven convençuts que la figura de la dona s'havia de cobrir i comprimir-se per poder tenir la forma perfecte d'un rellotge de sorra: de cintura fina i exuberant a la part superior i inferior. Vista de perfil la silueta de la dona semblava una *S*. El vestuari solia ser d'un coll ben alt i ajustat, i a més a més, fet d'una tela rígida, el que feia que el coll es hagués de mantenir ben recte i on al mateix temps tractar d'aguantar en la seva posició correcte el barret, molt ornamentat, que feia de contrapès per equilibrar la silueta de la dona. L'ornament que les col·locava dins la posició social, eren les plomes d'estruç. El tors el cobria la cotilla, on aquest es tapava amb la sobre cotilla. Els complements imprescindibles eren les mitges de seda, que es podien intuir, i els guants ben agafats a la mà que garantien que les mans no se'ls hi veiessin al sortir de casa. Els vestits de nit eren escotats i amb les mànigues curtes, el que feien que els guants fossin molt més llargs, és a dir que, a apart de cobrir les mans, també cobriessin els braços. Un element obligatori també en aquella època, era, un para sol, que feia que no els hi toqués el sol i poguessin mantenir una pell blanca, evitar posar-se morenes, ja que era propi de camperols i en la classe alta es considerava una cosa extremadament vulgar. Les mànigues d'aquella època es coneixen per mànigues de pernil, cosa que no és d'estranyar. Eren mànigues buides a l'espatlla, recollides al colze i estretes fins a la mà. Ben tapades ja que les dones mateixes consideraven que quant més tapades millor. A poder ser, des de



En l'anterior pàgina, començant per dalt. Jeanne Paquin i seguidament a baix una de les seves creacions.




les orelles fins als peus. Les faldilles eren amples per la part del maluc i amb caiguda acampanada. Les sabates o botins que utilitzaven eren de mig taló, punxegudes i d'estil barroc. L'època la qual es duïen aquestes vestimentes és abans i mentre vivia *Charles Frederick Worth*.

Fins aleshores a la dona se li deia *femme ornée*, és a dir la dona ornamentada de la *belle époque*. Però al cap de poc arribaria el torn de la *femme libérée*, és a dir la dona alliberada. On en la seva alliberació van col·laborar bastants creadors. Encara que el que li va posar més afany a l'hora de revolucionar la moda, va ser *Paul Poiret*.

En totes aquestes imatges podem veure alguna característica d'aquella època, les grans mànigues tant voluminoses (a la imatge de sobre), el coll del vestit arribant a tocar casi a la cara (en totes menys a la segona començant per dalt), els grans barrets (en la de dalt de tot a l'esquerra i la de sobre), el para sol (en la primera començant per l'esquerra), les cintures tant fines que accentuen la forma d'una S (en totes les imatges), el vestit amb escot i mànigues que obligava a portar guants més llargs (començant per dalt a l'esquerra, la segona avall)

**“És responsabilitat d’un dissenyador
provar de trencar normes i barreres.”**

GIANNI VERSACE



**“Un dissenyador de moda ha de ser
un arquitecte pel disseny, una
escultor per la forma, un pintor pel
color, un músic per l’harmonia i un
filòsof per la templança.”**

CRISTÓBAL BALENCIAGA

Paul Poiret va ser el primer dissenyador.

Va néixer el 8 d'abril de 1879. Els seus pares eren comerciants de teles en el barri de *Les Halles*, en aquella època i encara avui dia, és se-gueix considerant la capital de la indústria tèxtil francesa. Amb molt poca edat *Poiret* va descobrir que havia de ser un artista, i encara que la seva mare i les seves altres dues germanes estiguessin encantades amb ell, el seu pare el va obligar a acabar els estudis secundaris. Després el va obligar a treballar perquè apren-gués a veure com de dura era la vida, i va ser justament com a noi dels encàrrecs en un taller de paraigüer, on el seu cap de feina li donava retalls de seda. Amb tots aquests retalls de seda que aconseguia cada dia, gràcies a la producció diària, per la nit es dedicava a fer dissenys extravagants que provava en un maniquí de 40 cm, que li van regalar les seves germanes. A *Poiret* només li interessava la seva pròpia fama, a més a més, per a ell la mida de les coses era el seu propi gust. Aquestes característiques tan peculiars d'ell i el seu gran talent com a dibuixant van fer que pogués aconseguir un lloc com assistent del famós modista *Jacques Doucet*. Amb ell va aprendre moltíssimes coses noves però el que més, va ser que



tractar bé a una estrella del teatre podia arribar a repercutir en la publicitat. En el 1901, després del servei militar va començar a treballar en el taller *Worth*, encara que va durar molt poc allà dins. Després d'aquesta mala situació, va haver d'agrair moltíssim a les dones, que varen creure a cegues en ell, a més a més, la seva mare li va donar 50.000 francs perquè pogués obrir el seu saló de moda, i uns anys més tard, *Poiret* era una celebritat per dret propi. Va ser aleshores quan va saber rodejar-se, treballar i celebrar els èxits amb els artistes més famosos d'aquella època. En el 1906, va dissenyar un vestit molt senzill, inspirant-se en la seva dona, guapa i prima. El vestit s'agafava per sota dels pits i tenia una caiguda lliure i recta fins als peus. Aquest disseny el va fer immortal, i el va batejar com *La Vogue*. Va ser així com gràcies a la seva dona i al disseny va fer del seu cognom una marca registrada.

Va viatjar per tot el món: Londres, Berlín, Viena, Brussel·les, Moscou, Sant Petersburg i Nova York. De tots llocs treia idees, però també es va fixar en què de tot arreu del món li agafaven les idees, doncs va ser aleshores quan va impulsar la creació del *Syndicat de Défense de la Grande Couture Française*, que havia de protegir les creacions originals. En *Poiret* va ser el primer a treure el seu perfum, just 10 anys abans que *Coco Chanel*,

també va ser el primer en estampar dissenys artístics en la tela, revolucionant la indústria tèxtil. I una altra cosa del que també va ser el primer, però no es va recuperar fins a passar 80 anys, va ser la venda d'elements d'interiorisme.

Poiret va anar veient la seva carrera cada vegada més acabada per la seva falta d'astúcia. I es pensava que podia recuperar-la seva antiga clientela fent un parell de les seves festes llegendàries que solia organitzar, i és que a mesura que les seves il·lusions s'anaven enfonsant feia celebracions més extravagants, fins que al cap de 6 mesos tenia deutes per valor de mig milió de francs, estava acabat. Encara que va seguir gastant diners fins a acabar en la ruïna, la seva dona el va abandonar i va marxar a Provença, on allà consumit pel ressentiment de com altres dissenyadors triomfaven gràcies a les seves idees, es va dedicar a la pintura. Va morir el 1944, pobre i en l'oblit però la seva col·laboració dins el món de la moda mai serà oblidada.

A la pàgina anterior *Poiret* en el seu taller, amb un ajudant provant una peça de roba a una model, i a la part superior d'aquesta pàgina *Poiret*.

WELSH

WANTED

LANDS

COASTURE

PRIMAVERA ESTIU 2017

París



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Alexandre Vauthier, Armani Privé, Alexis Mabille, Chanel, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Elie Saab, Francesco Scognamiglio, Givenchy, Guo Pei, Giambattista Balli, Iris Van Harpen, Jean Paul Gaultier, Maison Margiela, Shiaparelli, Ulyana Seerengeko, Valentino, Viktor & Rolf, Atelier Versace i Zuhair Murad.

TARDOR HIVERN 2017/2018

París



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Alaïa, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Armani Privé, AF Vandervorst, Chanel, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Elie Saab, Fendi, Giambattista Valli, Guo Pei, Iris Van Harpen, Jean Paul Gaultier, Maison Margiela, Ralph and Russo, Ronald Van der Kemp, Shiaparelli, Ulyana Sergeenko, Valentino, Viktor & Rolf, Atelier Versace i Zuhair Murad.

PRÊT-À-PORTER

LA MODA PER A TOTHOM

El *prêt-à-porter* prové del francès, i és una expressió que significa literalment “*llest per portar*”. En anglès es diu “*ready to wear*”. Amb aquesta expressió es vol referir a tot tipus de peces de roba fetes en sèrie amb patrons base. És una moda més econòmica i que pràcticament tothom es pot comprar gràcies al fet que és produïda en sèrie, clar que el preu es veurà afectat també segons les diferents qualitats de teixits. També hi ha un altre *prêt-à-porter* més luxós, aquest es refereix a les produccions en sèrie de les firmes més luxoses i amb més prestigi dins aquest món, el de la moda. Són les que, col·loquialment parlant, en diem de les “*marques cares*”, ja que aquestes sí que no tothom se les pot permetre.

Les firmes/marquas més prestigioses presenten les seves col·leccions o propostes per a les pròximes temporades en les *Fashion Week*.

Amb el que és diferència el *prêt-à-porter* de l'alta costura, és que amb el *prêt-à-porter* es fan dissenys que no són únics, en diferents talles, i es treballa quasi tota l'estona amb màquines de cosir, tot just el contrari del que passa amb l'alta costura, que aconsegueix fer dissenys únics, fets a mida pel client i a mà.

Les firmes/marquas que produeixen *prêt-à-porter*, al ser en sèrie, es treballa amb patrons que siguin capaços de reutilitzar-se infinitat de vegades i en diferents teixits i materials. Tenint en compte uns patrons base amb diferents mides (petit, mitjà, gran). Aquest tipus de producció redueix els costos econòmics i potencia la seva eficàcia.

L'objectiu principal és arribar a tothom (diferents estatus econòmics), i amb peces de roba d'ús diari, el qual faciliti la seva venda.

A l'haver una minoria respecte l'alta costura, el *prêt-à-porter* va facilitar poder arribar a la resta del públic, el qual això va tindre com a conseqüència, un ajut significativament bastant gran en quant ampliar les vendes d'aquestes marques i dissenyadors ajudant-los a fer-se empreses multimilionàries.

El que trobem a les botigues és *prêt-à-porter*, però en la gran majoria d'elles el que trobem són peces de consum massiu, és a dir, les grans superfícies. Què la diferència que hi trobem dins del *prêt-à-porter* i aquestes superfícies és que, la primera és una moda luxosa, molt cara, feta per dissenyadors amb nom i no és tan massiva i en canvi, la de les grans superfícies és més massiva i no és tan ca-

LA MOTXILLA PINTADA QUE PORTAVEM QUAN EREM PETITS HA TORNAT



BALENCIAGA



GUCCI



PRADA



MOSCHINO



ELISABETH WEINSTOCK

ra, ja que no està feta per dissenyadors amb nom. *Exemples* de consum massiu o de grans superfícies: Zara, Mango, Bershka...

Exemples de marques o firmes amb dissenyadors amb nom: Dior, Gucci, Chanel, Carolina Herrera...

El *prêt-à-porter* es divideix en dues branques, que són les col·leccions Creuer i Prefall. Aquestes col·leccions van ser creades perquè els dissenyadors es van donar compte de que els clients s'havien d'esperar a que arribessin les estacions per poder comprar, ja que de 4 estan agrupades en 2, *primavera/estiu* i *tardor/hivern*. A més a més, per poder vendre durant tot l'any, ja que ocupen l'espai de temps que hi ha entre temporada i temporada.

Aquesta estratègia es va iniciar a finals dels anys 80, ja que hi havia clients que es passaven pràcticament

viatjant a llocs exòtics i solejats o amb creuers.

Aquestes col·leccions tenen un calendari de sortida, les de Creuer es presenten a les botigues a finals d'octubre i novembre, perquè així es puguin utilitzar durant les vacances de Nadal i cap d'any. I les de Prefall, es presenten entre el mes de maig i juny, justament quan la pujada de temperatures comença a notar-se més. El nombre de dissenys que es presenten dins d'aquestes col·leccions és més menor que a la les de *prêt-à-porter* o alta costura.

Avui dia, dins el comerç de la moda, aquestes col·leccions són vitals, ja que ocupen el gran espai de temps que hi ha entre temporada i temporada, mentre que es van produint les de *prêt-à-porter*. A més a més, funcionen com a piscolabis de les pròximes temporades.



1. Abric vermell de Balenciaga 2.250€.
2. Abric fúcsia del Mango 69.99€.



1. Cinturó amb detall d'arna de Gucci 890€.
2. Cinturó amb detall d'arna de Mango 12,99€.

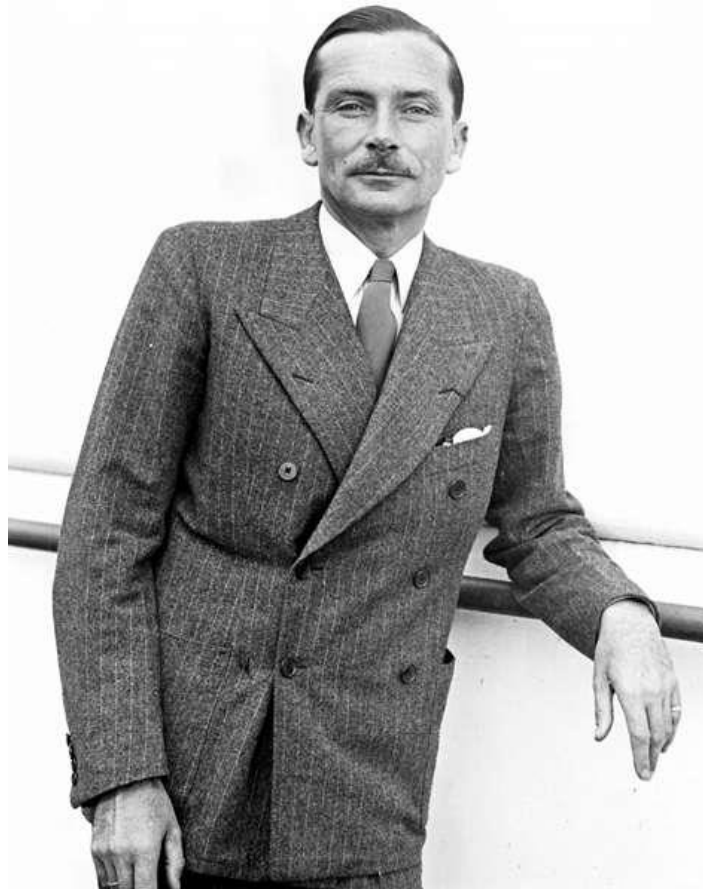


1. Bota negra de Balenciaga 1.295€.
2. Bota negra del Mango 49.99€.

Si fem una comparació de preus entre el *prêt-à-porter* més econòmic i el luxós, es veu un gran abisme entre ells. Ja que també la qualitat els diferencia molt.

Origen i evolució

DEL CRAC A UN GRAN NEGOCI



El prêt-à-porter és una tendència que va trencar amb tots els esquemes que hi havia fins aleshores en aquella època, que coneixíem fins ara com a alta costura. Va suposar un pas molt gran dins el món de la moda, i encara més amb la qualitat amb la qual es va començar a treballar.

Però va néixer en moments difícils, el col·lapse de la borsa de Nova York en el 29 va produir el naixement de nous models econòmics i socials que van contribuir en la indústria de la moda. Tot va començar aquell 24 de novembre del 1929 a Nova York, Estats

Units, quan l'economia es va veure afectada. El valor de les accions dins la Borsa de Nova York es van desplomar, van caure els preus de les accions i van seguir d'aquesta manera durant un mes. Més de 100.000 persones van perdre el seu lloc de treball. Al decaure a gran escala les importacions, el consum va fer igual. Davant aquesta situació tant desesperant s'havia de pensar en nous conceptes de treballar, doncs va ser així com el concepte de *prêt-à-porter* va prendre forma. El seu creador va ser Lucien Lelong, un dissenyador francès nascut en el 1889 que feia peces de roba per menys

de la meitat del preu amb les que se solien vendre. Al principi aquesta idea no va ser acceptada, però la seva intenció era crear una solució a la crisi. Consistia en vendre a preus molt més econòmics, accelerant com a resultat les tendències i les vendes.

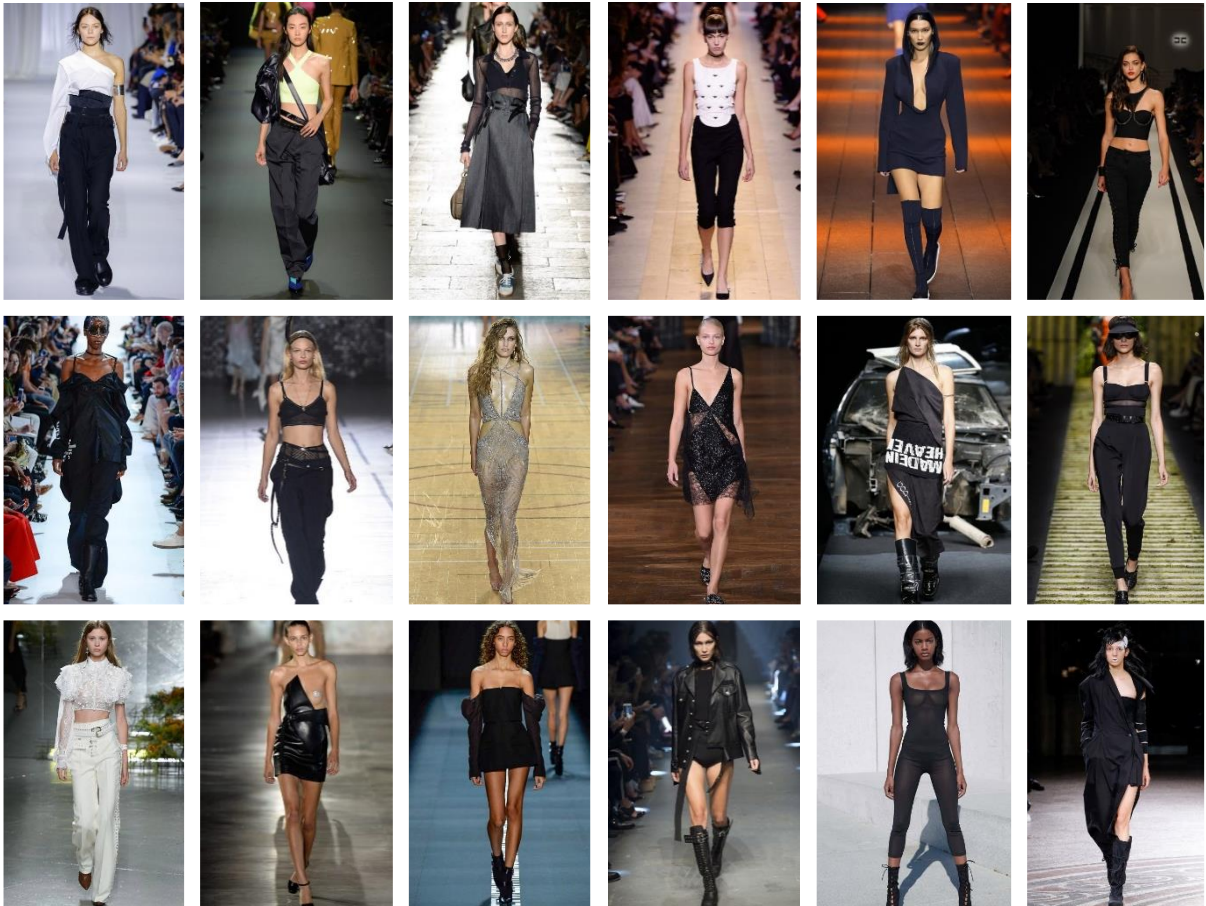
Aquest model de venda el podem veure encara avui dia, el *Fast Fashion*, el qual consisteix en fer peces de roba sense tenir cura de la qualitat, que com a conseqüència d'aquesta mancança durin poc temps però que estiguin relacionades amb les tendències del moment.

**DESSE
LADDES**

**PRÊT-À-PORTER
CREUER
PREFALL**

PRIMAVERA ESTIU 2017

Nova York, París, Milà, Londres, Mercedes-Benz



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Ann Demeulemeester, Barbara Bui, Bottega Veneta, Christian Dior, DKNY, Elisabetta Franchi, Hood by Air, John Galliano, Julien Mcdonal, Lanvin, Maria Ke Fisherman, Max Mara, Rodarte, Yves Saint Laurent, Vera Wang, Versus Versace, Yeezy i Yohji Yamamoto.

TARDOR HIVERN 2017/2018

Nova York, París, Milà, Londres, Mercedes-Benz



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Alexander McQueen, Alexander Wang, Alexis Mabille, Anya Hindmarch, APC, Belstaff, Bottega Veneta, Brandon Maxwell, Burberry, Christian Dior, Ermano Scervino, Fent x Puma By Rihanna, Givenchy, Katie Gallagher, Marc Jacobs, Mugler, Off White, Phillip Plein i Saint Laurent.

PRIMAVERA ESTIU 2018

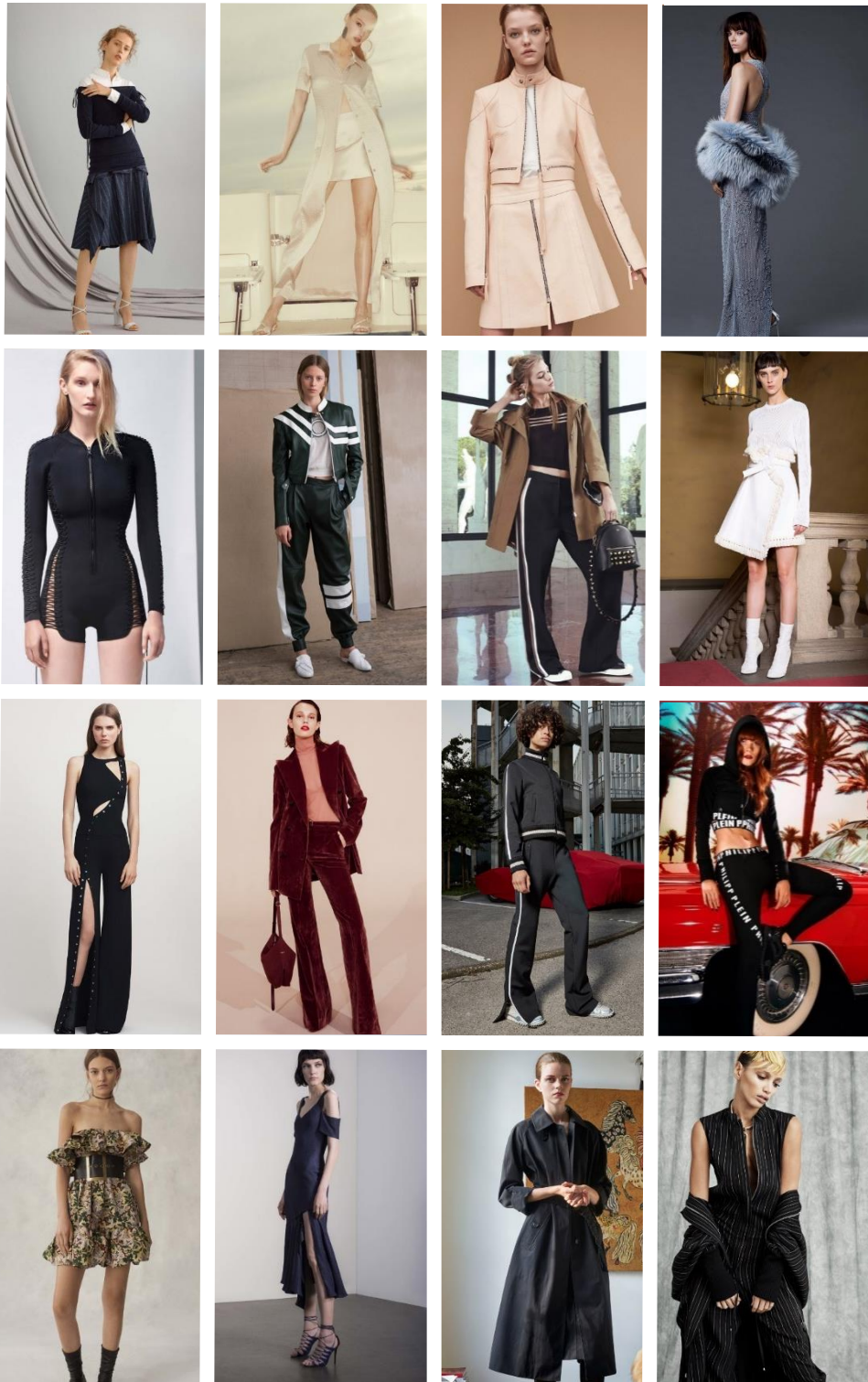
Nova York, París, Milà



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Alexander McQueen, Ann Demeuleester, Alexander Wang, Balenciaga, Balmain, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Fenty X Puma by Rihanna, Giambattista Valli, Louis Vuitton, Prada, Saint Laurent, Tom Ford, Valentino, Versace, Zadig & Voltaire.

CREUER 2017

Nova York, París, Milà



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Adeam, Area, Calvin Klein, Dennis Basso, Dion Lee, Each x Other, Fendi, Francesco Scognamiglio, Mugler, Nina Ricci, Off White, Philipp Plein, Philosophy di Lorenzo, Prabal Gurung, Veronique Leroy i Victor Alfaro.

CREUER 2018

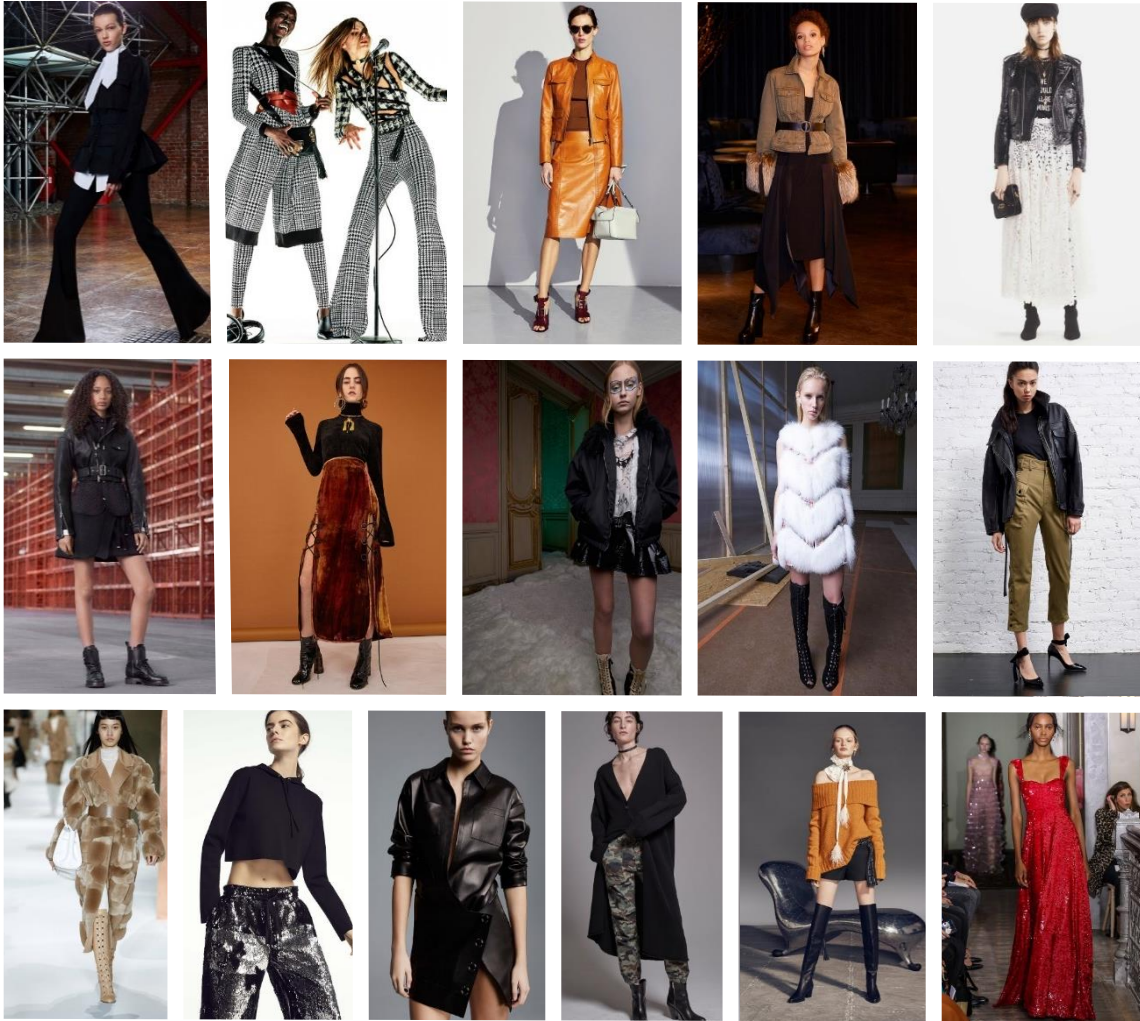
Nova York, París, Los Angeles, Florència, Japó, Milà



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Alexis Mabille, Coach, Christian Dior, Chanel, Fendi, Givenchy, Gucci, Hermès, Isabel Marant, Louis Vuitton, Miu Miu, Mugler, Prada, Versus Versace i Valentino.

PREFALL 2017

Nova York, París, Milà



D'esquerra a dreta, i de dalt a baix, Antonio Berardi, Balmain, Bottega Veneta, Christian Dior, Cinq à Sept, Diesel Black Gold, Ellery, Giamba, Giambattista Valli, Mugler, Max Mara, Milly, Marissa Webb, Sass and Bide i Valentino.

PROCÉS DE DESENVOLUPAMENT

LES ÚNIQUES NORMES A SEGUIR DINS LA MODA

Per poder desenvolupar una col·lecció de moda correctament, sobretot es necessita tenir molta creativitat, qualitat que normalment es creu que sorgeix de forma innata, un don que simplement aflora de forma natural.

“La inspiració existeix però ha de trobar-te treballant”

PABLO PICASSO

Les bones idees, les grans aportacions i les noves solucions són conseqüència d'uns processos on l'anàlisi, l'observació, la reflexió i les propostes *formen part d'un mateix mecanisme que engloba diferents processos mentals*. Per elaborar una col·lecció de moda correctament és necessari planificar-la des del principi i per això hi ha uns passos a seguir, són els següents: la **INSPIRACIÓ** on dins d'aquest primer apartat hi hem de desenvolupar *la inspiració de la col·lecció* i el **target**. Es continua amb el **SKETCHBOOK**, seguidament dels **COLORS**, i els **MATERIALS I TEIXITS**, on dins d'aquest es tracten també les **fornitures**. Seguim amb la **SILUETA I LÍNIES**, on es treballa amb el **figurí**, les **poses** i les **tècniques de representació**. I continuem amb la **FITXA TÈCNICA**, **ELS PATRONS**, el **MOULAGE**, la **GLASSILLA** i per últim el **PROTOTIP**.



PANTONE 412 U



1 Inspiració

INSPIRACIÓ

Per a un dissenyador no és fàcil endevinar què és el que la gent li agradarà, i es posarà la pròxima temporada, és a dir, el pròxim any, ja que es treballa amb un any d'antelació. Per poder encertar i tenir una bona planificació de la col·lecció, és necessari, fer un repàs del què passa actualment al nostre voltant, al món. Per això és tant important; estar al dia respecte a les tendències de moda, socials i de consum, saber el que succeeix dins la indústria de la moda i en la resta de sectors, però el que sobretot no pot fallar, s'ha de tenir una curiositat pròpia híper sensible per naturalesa per després poder ser transformada en possibles idees.

El resultat de la col·lecció dependrà molt del tema escollit, però sobretot de com el tema ha estat tractat i desenvolupat. Mantenir la vista sempre alerta és una de les claus de la creativitat, ja que ens podem sentir inspirats per qualsevol petit detall. Els referents de la col·lecció poden ser molt diversos; *blogs*, música, viatges, llibres, revistes, pel·lícules, escultures, monuments, exposicions, moments històrics concrets... la inspiració per a una col·lecció de moda pot ser pràcticament qualsevol cosa que hi ha, que pot no ser-hi o que passa.

La meua inspiració per a la col·lecció han sigut les estrelles en un cel fosc, o la il·luminació durant la nit d'algunes grans peces d'arquitectura. També la Terra de nit, des de l'espai amb tots els llums encesos creant així, constel·lacions.



TARGET

El *target* és el públic al qual nosaltres ens dirigim al crear una marca de roba o de complements, en el meu cas a l'hora de fer una col·lecció. Ha de respondre a preguntes com; quin és el seu estatus social? Quina edat té? (més o menys, no ha de ser exacte) Quin és el seu estil? Què li agrada?...



Sketchbook 2

El *sketchbook* o el llibre dels esbossos, tracta d'una llibreta que reflecteix el procés creatiu del dissenyador, és un medi d'expressió on es recullen les idees i es desenvolupen diferents propostes de forma lliure amb la finalitat de mostrar el concepte de la col·lecció, la confecció, la cerca de materials i teixits i la proposta dels *looks*.

Aquest llibre és com un llibre de viatge, ja que te l'emportes a tots els llocs on vas per així poder anotar qualsevol cosa que has vist, has escoltat, has tocat... i et serveix com a inspiració per aquella col·lecció.

Les idees que es desenvolupen en el *sketchbook* provenen de 2 tipus de fonts:

*L'observació: centrada bàsicament en un treball de documentació externa que es pot plasmar amb retalls de revistes, llibres, textos, fotografies... és a dir, fent collage.

*La invenció: idees pròpies que s'expressen en el paper mitjançant textos o dibuixos.

Els formats, els materials, les mides, els volums i les textures són totalment lliures, i dependran del dissenyador a l'hora d'expressar-se i plasmar les seves idees. Pot arribar a anar des d'una simple llibreta A4 fins a una maleta plena de referents, ja que no hi ha límit. El procediment més utilitzat és el collage, ja que permet, tallar, enganxar i dibuixar.

L'objectiu final d'un *sketchbook* és obtenir les primeres propostes, que després es desenvoluparan i es transformaran en una col·lecció de moda.



3 Color

És fonamental pensar en el color a l'hora de fer una col·lecció. Per la simple raó de què és un dels factors que a primera vista resalta més, atrau els consumidors i manifesta l'esperit que vol expressar la col·lecció; sensualitat, innocència, maduresa... És tant important i imprescindible, que s'ha arribat al punt on hi ha dissenyadors que han adoptat un color com a propi, fent així que se'ls identifiqui tant sols pel color, i és que no existeixen un sense l'altre.

Per crear una carta de color (una selecció d'entre 4 a 10 tonalitats, alguns com a color base i altres només per a detalls de la col·lecció) és important tindre en compte totes les dimensions del color si es vol aconseguir una carta de colors harmònica cromàticament, en la que no hi hagi estridències:

*To: és l'estat pur del color com el blau, el groc i el vermell.

*Valor: és el grau de lluminositat o de fosc que té un color. Si el color té més lluminositat, tindrà més valor, però si en té poca, tindrà poc valor.

*Saturació: és el grau d'intensitat d'un color, la vivacitat/coloració o la pal·lidesa que mostra, dependrà del seu nivell de puresa.

El blau de Lanvin i el vermell de Valentino.





Tó



Valor



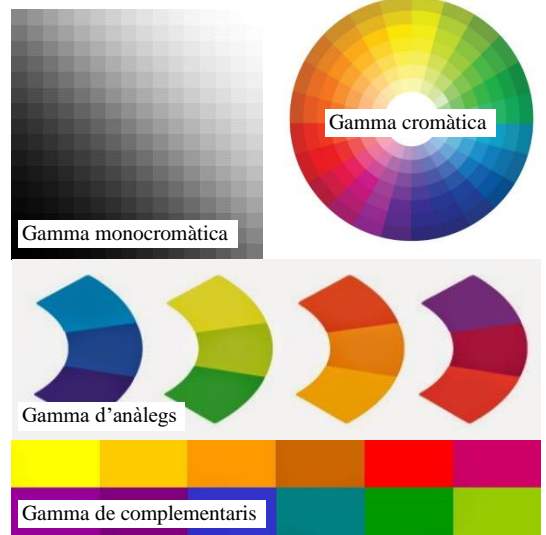
Saturació

Jugant de diferents maneres amb els colors i les seves dimensions, s'aconsegueixen diferents tipus de games harmòniques:

*Gamma monocromàtica: consisteix a agafar un sol color només i variar la seva saturació i/o valor.

*Gamma d'anàlegs: dos o tres colors pròxims entre si.

*Gamma de complementaris: són els colors oposats (dins la gamma cromàtica).



4 Materials i teixits

És fonamental conèixer els materials amb els quals es treballarà, les textures que tenen, els processos d'elaboració a seguir o les propietats d'una fibra o un teixit són factors que poden influir dins el resultat final de la peça de roba, tant en la confecció i en la seva composició com en el seu preu.

LES FIBRES

Es divideixen en 3 blocs, segons la seva procedència:

*Fibres naturals: són aquelles elaborades a partir de components animals (llana, seda), vegetals (cotó) o minerals (amiant).

*Fibres artificials: són les que produeixen d'elements naturals però passen per procediments industrials i que posseeixen propietats semblants amb les fibres naturals.

*Fibres sintètiques: es produeixen completament a partir de productes químics que es troben amb relativa facilitat, i són (en general), poc costosos, com el carbó, el quitrà, l'amoniac o el petroli, a més a més, subproductes derivats a través de processos industrials.



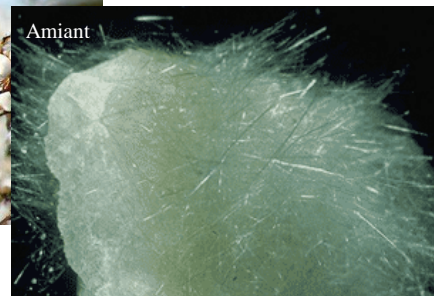
Llana



Seda



Cotó



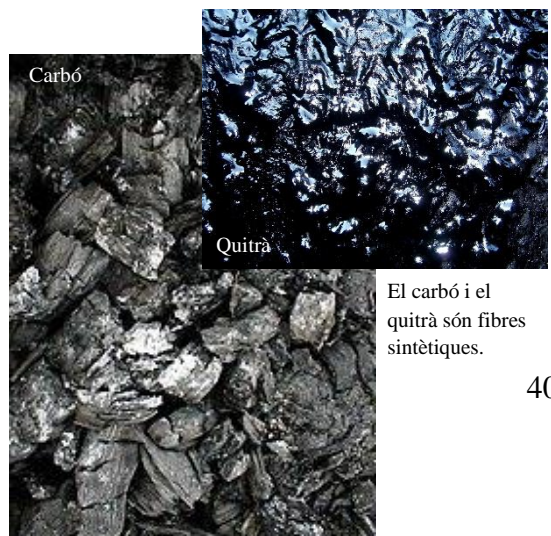
Amiant



Lyocell

Modal

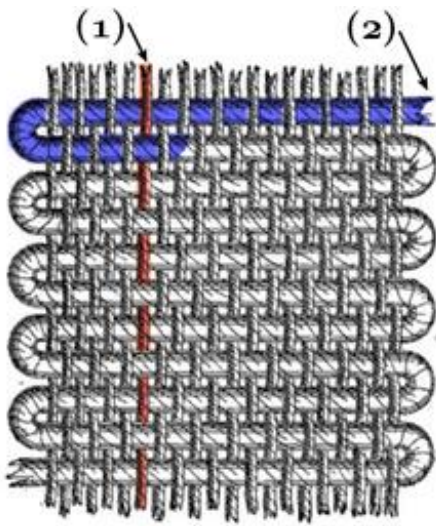
El Lyocell i el Modal són fibres artificials.



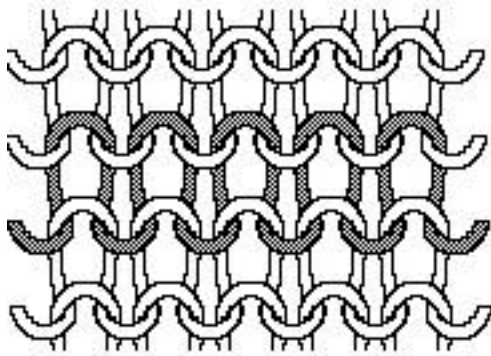
Carbó

Quitrà

El carbó i el quitrà són fibres sintètiques.



La il·lustració de dalt és de les *teles teixides* (1.Ordit 2.Trama en horitzontal).



La il·lustració de dalt és dels *teixits de punt*.



La imatge de l'esquerra és llatex i la de sota és cuir.



Els dos són *no teixits*.

ELS TEIXITS

El resultat d'unir fils, filaments o fibres esdevenen com a conseqüència les teles. Avui dia hi ha una varietat tant gran de teixits dins el mercat que és bastant normal trobar-se en què, cada país, els diccionaris les enumerin i les classifiquin de diferents formes. També hi ha revistes especialitzades, les quals són útils per saber les innovacions que han sorgit dins el mercat tèxtil.

Per obtenir aquestes teles, existeixen dos mètodes principals de producció. Per un costat, el teixit continu (teles teixides i els teixits de punt), i per altra banda, amb el que es produeixen xarxes, puntes... Entre d'altres, classificats com a no teixits:

*Teles teixides: encreuament en angles rectes fils col·locats verticalment, anomenats ordit. Aquests formen el costat llarg de la tela. Depenent de la densitat que tenen els fils la trama (fil transversal que és teixeix a l'ordit per formar, així, la tela) i l'ordit es creen diferents teixits.

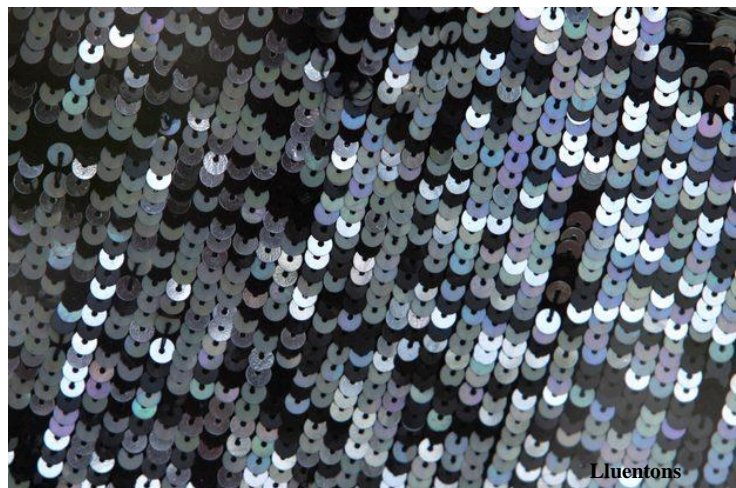
*Teixits de punt: encreuament de bucles de fils, ja sigui en el sentit de l'ordit o en el de la trama. Al unir-se les files horitzontals (passades) i les verticals (columnes) atorguen la propietat elàstica d'aquest tipus de teixits.

*No teixits: neixen a partir de la compressió de les fibres, a les que se'ls aplica calor, fricció o productes químics. Aquests teixits es poden tallar en qualsevol direcció, ja que no tenen fibres longitudinals. Poden ser artificials (làtex) o naturals (cuir o pell).

És important que els teixits respectin la idea de la col·lecció que s'ha seguit fins ara i siguin coherents amb el que s'està dissenyant. Si les peces de roba són de gama alta, el teixit que s'escull ha d'anar amb concordança.

LES FORNITURES

Les fornitures són els botons, les cremalleres, els brodats, cristalls... Detalls que normalment s'apliquen a dissenys bàsics per fer-los més vius i elaborats, d'aquesta manera deixen de ser senzills. A l'igual que s'ha tingut temps i cura en escollir els diferents teixits segons els dissenys, és fonamental que també es faci amb les fornitures en fer la seva selecció i mantenir certa coherència entre si.



Llatex

5 Silueta i línies

Com la silueta és la primera impressió que tenim de la peça de roba, és aquesta la que dicta l'esperit que tindrà la col·lecció des d'un principi. Per això, a l'hora de confeccionar s'utilitzarà com a guia de les peces i determinarà els detalls, els volums, les proporcions i els materials.

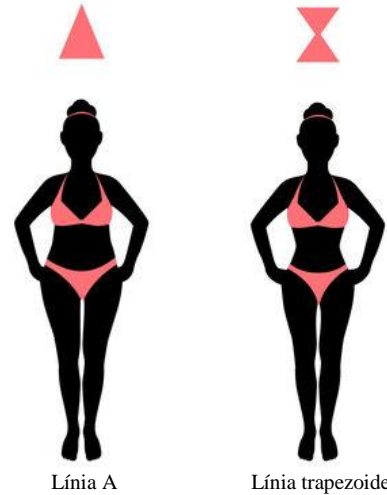
Els noms més comuns per definir les siluetes són les línies, definides pel tall, la ubicació de les pinces i els plecs.

Existeixen diversos tipus de línies:

*Línia A: vestimenta estreta per la part de dalt i ample per la part de baix.

*Línia trapezoide: esquenes amples i formes poc rodones. Es caracteritzen per, tindre les espatlles tant amples amb faldilles ben estretes o pantalons *palazzo* (pantalons de cintura alta, ben estrets a la cintura i fluids en la seva caiguda).

Per mantenir la coherència i una relació en tota la col·lecció, és important que es mantinguin línies comunes o detalls que es vagin repetint en totes les peces de roba.



Línia A

Línia trapezoide

FIGURÍ

El figurí és la representació d'un *look* o una peça de roba, és a dir, que es troba en dues dimensions. El més essencial del figurí és que transmeti les qualitats fonamentals del que s'està representant, ha de mostrar la silueta, els colors, les textures...



POSES

A l'hora de fer figurins mai es dibuixen amb poses rectes i rígides, sinó que reflecteixi cert moviment i actitud, ja que són els que pretenen transmetre l'esperit de la col·lecció.

Per poder dibuixar diferents poses, el més senzill a fer és sintetitzar el tronc i la pelvis com a trapezoides, i les extremitats amb línies rectes. Marcar les articulacions amb petites rodones, fonamental per poder reproduir el moviment.

TÈCNIQUES DE REPRESENTACIÓ

Per realitzar un figurí, es poden utilitzar diferents tècniques de representació (llapis, aquarel·la, collage...). Cada tipus de representació aportarà un esperit diferent del figurí, és decisió del dissenyador com creu que és més convenient expressar les seves idees i el concepte de la col·lecció. Clar que també amb la que se senti més còmode.

6 La fitxa tècnica

La fitxa tècnica és el document en el qual es mostra detalladament les peces de roba que duu el figurí, en dibuixos de dues dimensions, realitzats a escala, especificant tots els elements i les característiques que el componen. Juntament amb el disseny, també s'inclouen els colors o mostres del teixit en el qual es confeccionarà la peça de la qual s'està parlant. L'objectiu d'una fitxa tècnica és facilitar la interpretació del disseny al patronista o confeccionista, i al mateix temps, a la realització de la peça.

EMPRESA: YESY		LÍNEA: PRET A PORTER																																	
TEMPORADA: Inverno 09	ARTÍCULO: 256481	Opciones de Color																																	
REFERENCIA: BLAZER con bajo desmontable	TELA: Gabardina	■	PAÑONFON: Beesa C																																
COMPOSICIÓN: 100 % Algodón	TALLES: 54-60	■	PAÑONFON: Tarea Verde																																
		■	PAÑONFON: 1815 C - Beesa																																
DESCRIPCIÓN: Blazer DAMA, en Gabardina con bajo desmontable y cierre																																			
<p>GEOMETRÍA FRENTE:</p>																																			
<p>MUESTRA AVIOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA, HILADO ALGODÓN A TONDO</p> <table border="1"> <tr> <td>PROVEEDOR</td> <td>TIPO</td> <td>DE COLOCACIÓN</td> <td>CON PRINDA</td> <td>USO Y UBICACIÓN</td> </tr> <tr> <td>BTN</td> <td>SCOTCHD</td> <td>32 x 17 mm</td> <td>18</td> <td>botón de presión</td> </tr> <tr> <td>VOÑER</td> <td>ENTRETELA</td> <td>32 cm</td> <td>1</td> <td>entreteles</td> </tr> <tr> <td>BTN</td> <td>CORRE</td> <td>4x 200 cm ancho</td> <td>1</td> <td>solapa correa</td> </tr> </table> <p>COMBINACION DE COLORES:</p> <table border="1"> <tr> <td>TELA BASE</td> <td>FORRERIA</td> <td>AVIOS Y ACCESORIOS</td> </tr> <tr> <td>NEGRO</td> <td>SI</td> <td>NEGRO A TONDO</td> </tr> <tr> <td>BLANCO</td> <td>SI</td> <td>BLANCO A TONDO</td> </tr> <tr> <td>ROJO</td> <td>SI</td> <td>ROJO A TONDO</td> </tr> </table>				PROVEEDOR	TIPO	DE COLOCACIÓN	CON PRINDA	USO Y UBICACIÓN	BTN	SCOTCHD	32 x 17 mm	18	botón de presión	VOÑER	ENTRETELA	32 cm	1	entreteles	BTN	CORRE	4x 200 cm ancho	1	solapa correa	TELA BASE	FORRERIA	AVIOS Y ACCESORIOS	NEGRO	SI	NEGRO A TONDO	BLANCO	SI	BLANCO A TONDO	ROJO	SI	ROJO A TONDO
PROVEEDOR	TIPO	DE COLOCACIÓN	CON PRINDA	USO Y UBICACIÓN																															
BTN	SCOTCHD	32 x 17 mm	18	botón de presión																															
VOÑER	ENTRETELA	32 cm	1	entreteles																															
BTN	CORRE	4x 200 cm ancho	1	solapa correa																															
TELA BASE	FORRERIA	AVIOS Y ACCESORIOS																																	
NEGRO	SI	NEGRO A TONDO																																	
BLANCO	SI	BLANCO A TONDO																																	
ROJO	SI	ROJO A TONDO																																	

El patró 7

En el 1830 va sorgir la invenció de la màquina de cosir, però es necessitava un sistema que deixés confeccionar una peça de roba massivament, sempre seguint unes mides estàndards, que s'ajustessin a tots els clients. Va ser així com van néixer els patrons, aquest fet va suposar que a partir d'aquell moment

es donés més importància a les peces de roba i no tant a les peces decoratives que se'ls hi podia arribar a ficar.

Cada patró està compost per totes les parts que formen les peces de roba, i com més patrons tingui aquella peça, més complicada és a l'hora de confeccionar-la. És important saber també que totes aquestes parts són una sola unitat en total, i que la modificació d'una de les parts comporta la modificació de tota la resta.

Generalment, els patrons es dibuixen sobre paper, amb una certa resistència però que al mateix temps sigui fàcil de tallar. També hi ha gent que prefereix el paper semitransparent d'aquesta forma poden modificar més fàcilment el dibuix.

Una vegada acabats tots els patrons, es retallen totes les parts de forma individual. Com a referència per saber on unir una peça amb una altra, on fer després alguna marca o duplicitat a la tela, es fan números o ratlles en el paper.

Per poder traspasar els patrons als teixits, és necessari rentar la tela prèviament i seguidament, planxar-la, d'aquesta forma s'eviten deformacions, com per exemple que s'encongeixi. Es col·loca del revés i sobre la tela es col·loquen les peces del patró. Una vegada utilitzats es pengen en ganxos o es guarden dins caixes, d'aquesta forma s'evita que els patrons es puguin arrugar.





Moulage 8

Consisteix en la tècnica de la creació en tres dimensions d'un disseny o patró, modelant el patró directament sobre el cos del maniquí. Així que es podria dir, que és una forma “*d’esculpir amb tela sobre un cos*”.

Aquesta tècnica permet aconseguir diferents volums, que amb la tècnica del patró pla no ens deixaria aconseguir. Només per aquesta característica, la fa ser una tècnica molt utilitzada dins l’alta costura.

9 La glassilla

És la primera mostra que s’obté d’una peça de roba al mateix temps s’ha fet el patró. Generalment s’utilitza calicó (és un teixit de cotó amb aspecte rústic) o algun altre material que equivalgui en propietats de pes i comportament al material final que s’utilitzarà a l’hora de confeccionar la peça, ja que pot ser que el patró no funcioni amb una tela diferent.

Normalment el teixit és blanc o cru, perquè aquests colors permeten apreciar millor els talls.

En aquesta primera mostra només cal cosir el que sigui necessari, d’aquesta forma es pot visualitzar una idea de la peça final en tres dimensions. Al mateix temps si s’ha de corregir alguna errada o es vol millorar algun detall, és ara quan s’han de fer les correccions necessàries i modificar la peça, amb la que es pot marcar amb un guix de sastre. Una vegada fets els canvis, s’han de fer també en els patrons.



El prototip 10

El prototip és l’últim pas de tot aquest procés creatiu, que és crear un model exacte de la peça de roba on després podem trobar en els punts de venda... El més habitual sol ser, que els prototips s’utilitzin com a mostra de la col·lecció en passarel·les, així que generalment es confeccionen en les talles petites (34 o 36), per ajustar-se a les models.

Amb la mostra ja confeccionada i acabada, es dona per finalitzat el procés de desenvolupament de la col·lecció i arriba el moment d’ensenyar-la.

CONCLUSIÓ

La presentació del treball, vaig escollir que fos una revista, perquè crec que és la forma més adequada de presentar-lo. Aplicant la idea de *revista de moda*, i al mateix temps, tenint en compte el límit de pàgines, he volgut fer totes les pàgines diferents, i és que no hi ha ni una que tingui el mateix esquema. He jugat amb el blanc i negre, el ple i el buit, el petit i el gran i les ínies. L'interlineat l'he fet a 1,00, menys en l'índex que l'he fet a 1,15. La mida de la lletra en totes les pàgines és de 12, menys les que comenten les imatges que és de 8. Igual que en una revista.

Començant per la portada, vaig escollir el títol *Runway. A collection*.

Primer de tot la paraula *Runway*, per la pel·lícula *The devil wears Prada (el diablo viste a la moda)*, que protagonitza Meryl Streep representant a Anna Wintour, directora artística de totes les publicacions de Condé Nast des del 2013 i també de Vogue des del 1988. És una persona que es pren molt seriosament, i li encanta, la seva feina, ja que no deixa que ningú la destroni del seu pedestal. A més a més, ha lluitat molt, però també ha estat gràcies a molts contactes, ha pogut arribar on és ara des de fa anys. Dues característiques que la defineixen molt físicament són, les grans ulleres negres que porta sempre i el tall de cabell, un *lob* (cabell curt, que no acaba de tocar els hombros, sinó que just una mica més avall després de finalitzar la cara). Diu, que les ulleres les porta sempre, sobretot en les desfilades, perquè la gent no sàpiga quina ha estat la seva reacció. I el tall de cabell, perquè des de jove l'ha portat així. Seguidament, *A collection*, no tenia pensat ficar-ho, però la idea principal del Treball de Recerca era fer una col·lecció, així que com a segon títol, funciona.

Com a imatge de la portada, al principi hi havia dues altres propostes, però més tard vaig afegir la que està en portada actualment. Com no em decidia per quina deixar, vaig fer votacions. Molta gent va votar la que està actualment però hi havia d'altre que deia que la de les dues, on sortim la Roser, la meva germana, i jo, perquè com és el meu treball havia de sortir a la portada.

En aquest treball, després d'agafar la informació d'internet o dels llibres he fet diversos resums. Parlo, sobretot, de la moda, de l'efecte que té i com ha anat evolucionant. Però també parlo del dissenyador i les seves funcions, un gran element principal. I per últim, faig una breu explicació de cada pas que s'ha de seguir, per poder fer una col·lecció de forma correcte. El mateix que he seguit jo al fer la part pràctica.

També he fet dues entrevistes, una a l'Alicia i l'altre a la Tura. La de la Tura no la vaig poder acabar per falta de temps entre les dues. Però si, que les preguntes respostes de l'entrevista estan a l'Annex.

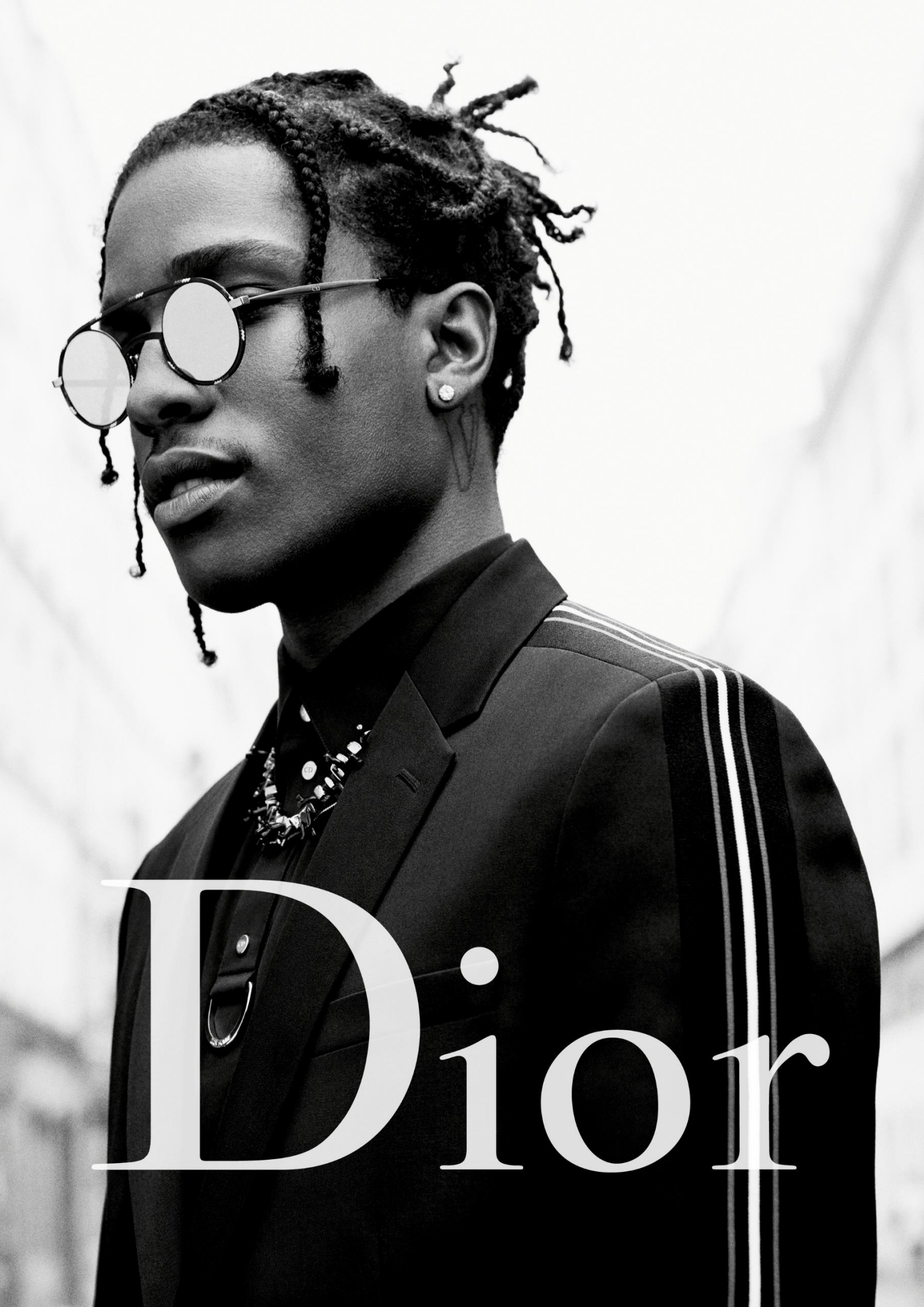
Al llarg del treball, he anat col·locant cites de tant en tant, i on crec que eren adients. Encara que, no sempre he trobat cites del mateix personatge que parlo, poden ser d'altres persones, però el que diuen va lligat amb el qual s'està explicant.

En el primer apartat, el de *la moda*, he volgut posar les tendències que es porten aquesta temporada de Tardor/Hivern 2017/2018. En el segon apartat, *el dissenyador*, he ampliat una mica i he fet recerca del pas d'alguns dissenyadors pel món creatiu de la moda. A les pàgines de les *desfilades*, he buscat totes les que s'han fet aquella temporada, i he posat dins el treball, les que més m'han agradat. Excepte les d'Alta Costura, ja que, al ser poques les firmes que poden exhibir aquesta categoria, hi cabien totes les que s'havien fet, en una sola pàgina. En l'apartat de *Prêt-à-porter*, he inclòs un complement que s'ha ficat de moda per aquesta temporada. I per últim, en els apartats del *Procés de desenvolupament*, he posat exemples de la meva pròpia part pràctica.





Model: Roser Vila Muñoz. **Fotògraf:** Joan Fradera. **Estilista i maquilladora:**
Perruquera: Roser Muñoz Barba. **Localització:** Estació de Sils. **Data:** 28 de Desembre del 2016.



Dior