



Aquest treball de recerca va ser lliurat a través d'un blog:
<http://modanaus.blogspot.com.es/>



Us animem a fer-hi un cop d'ull per accedir més fàcilment a tots els links.

PARTS DEL NOSTRE TREBALL

El nostre treball està dividit en les següents parts:

- **Part teòrica:**

- Treball escrit sobre la vida de les papallones (base del treball) i Annexos (curiositats).
- Treball escrit dels fonaments de la moda i la publicitat .
- Treball escrit sobre el nom de la marca i el perquè.
- Treball escrit explicant les característiques de les papallones en les quals ens hem basat pels vestits i el perquè.

- **Part pràctica:**

- Elaboració i confecció de set vestits, que ens recorden els estampats de les papallones i les seves fases (metamorfosi).
- Confecció de complements (polseres i collarets) amb un element en comú: el "trapillo" (roba tallada).
- Procés dels vestits realitzats i els complements que els acompanyen.
- Disseny i realització d'un catàleg de moda (principalment, fotos) de la roba confeccionada en el punt anterior (Reportatge fotogràfic).
- Creació i edició d'un anunci de la marca de roba (Danaus) on es puguin apreciar les etapes de la vida d'una papallona i les diferents espècies.

- Creació d'un logotip amb la seva tipografia per la marca.
- Presentació del treball davant del tribunal i convidats.

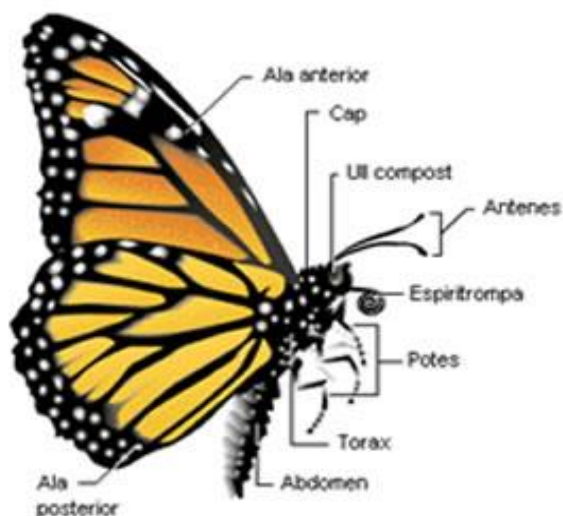
LA NOSTRA INSPIRACIÓ

Introducció (al món de les papallones)

D'entre tots els insectes, les papallones són els més coneguts. Es calcula que existeixen aproximadament unes 200.000 espècies, de les quals un 10% són diürnes i un 90% nocturnes. El nom científic amb el qual ens referim a les papallones és lepidòpters, que en grec significa *ales cobertes d'escates*.

Els colors es produeixen químicament per pigments i físicament per difracció i refracció de la llum. Tant les papallones diürnes com les nocturnes tenen una gran varietat de colors, mides i formes. La capacitat per adaptar-se a qualsevol clima i la seva immensa diversitat les situa entre les criatures amb més èxit evolutiu de la Terra. Els seus hàbitats van des de la tundra antàrtica fins a les selves tropicals. Els tròpics posseeixen la major varietat d'espècies a causa del seu clima càlid i a l'abundància d'aliments.

Les papallones tenen el cos dividit en tres parts clarament diferenciades: cap, tòrax i abdomen. Al cap trobem l'espíritrompa, els palps labials i els seus ulls compostos. El tòrax, dividit en tres segments, té tres parells de potes articulades i dos parells d'ales. L'abdomen està format per deu segments, encara que només vuit són clarament visibles.



Diürnes i nocturnes (diferències)

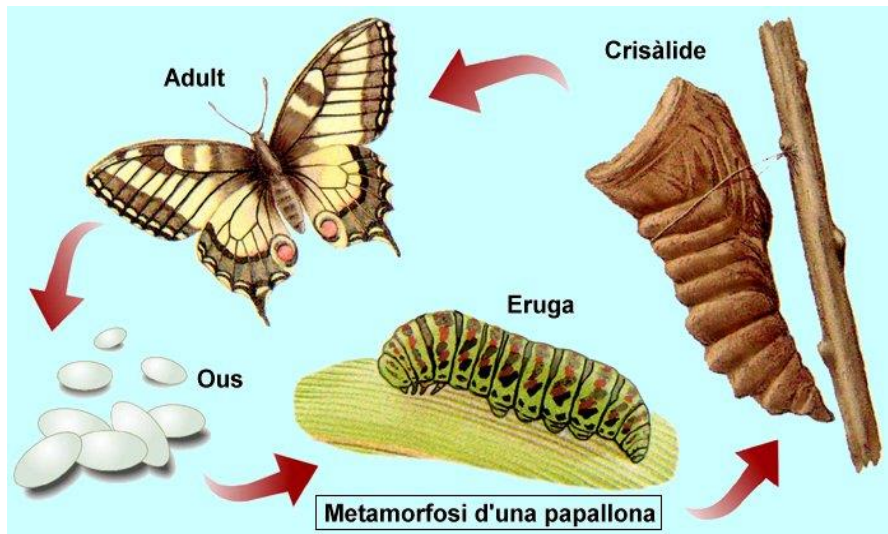
La divisió dels lepidòpters en diürns o nocturns és bastant difícil i inexacta. La major part de les papallones diürnes volen de dia, mentre que la major part de les nocturnes o arnes volen de nit. Moltes papallones diürnes tenen colors brillants. Les nocturnes solen tenir colors més discrets. Generalment, les papallones diürnes tenen antenes fines engrossides a l'extrem i les nocturnes ,plomoses, però no sempre. No hi ha ni una sola característica que separi a totes les diürnes de totes les nocturnes.

	CARACTERÍSTIQUES MÉS DESTACADES	
	DIÛRNES	NOCTURNES
VOL	Diürn	Nocturn
ALES	Arrodonides, de colors brillants	Allargades, de colors apagats
COS	Prim	Robust
ANTENES	Fines, engrossides a l'extrem	Plomoses
POSICIÓ DE REPÒS	Ales juntes per sobre del dors	Ales plegades per sobre del dors

Cicle biològic (fases)

Els lepidòpters tenen un cicle complex que rep el nom de *metamorfosi completa*, que consta de quatre fases principals, alternant sempre una fase activa amb una

fase inactiva o immòbil. Les quatre fases són: l'ou, l'eruga (o larva), la crisàlide (o pupa) i l'adult o papallona pròpiament dita. L'ou i la crisàlide serien les fases que anomenem inactives i la papallona i l'eruga són les fases actives.



- **L'ou**

Després de la fecundació, la femella diposita els ous, segons l'espècie, sobre la planta que ha d'alimentar la larva o prop d'ella, agrupats o dispersos, per sobre o per sota les fulles.

Els ous són molt variats quant a la forma i ornamentació externa. El nombre de cada posta pot oscil·lar entre unes quantes desenes i uns pocs centenars. Els ous poden passar l'hivern, en les regions de clima temperat o fred, esperant de la primavera per eclosionar, o bé donar lloc a larves al cap de pocs dies d'haver estat posats.

- **L'eruga**

L'ou es fa fosc i pot veure's com la jove eruga es mou en el seu interior, poc abans de l'eclosió. L'eruga talla una tapadora en la clova dura de l'ou i, un cop emergida, sol menjar-se la clova buida. Aquesta voracitat caracteritzarà tota la seva existència.

L'eruga és l'única fase del cicle vital en la qual es produeix creixement, i aquest és enorme: des del moment que neix fins que es transforma en crisàlide, pot adquirir una longitud vint cops més gran, augmentar fins a sis vegades l'amplada del seu cap i, sobretot, multiplicar el seu pes fins a 10.000.

Aquest creixement pot tenir lloc en dues setmanes, fins i tot en menys temps. Un increment de mida que ni la més elàstica de les pells podria suportar. L'eruga soluciona aquest problema mudant aquesta pell quatre o cinc vegades i creant cada vegada una coberta més gran que l'anterior.

- **La crisàlide**

Un cop ha assolit la mida definitiva, l'eruga busca un lloc segur on es penjarà pel seu extrem caudal amb seda, o s'adherirà a una fulla o a una tija amb un cinturó de seda que l'abraça per la meitat. Ara realitza la seva última muda i, en lloc d'aparèixer una altra eruga, apareix una crisàlide. La crisàlide o pupa és totalment inert i no ingereix aliment. No obstant això, la falta d'activitat externa contrasta amb la interna. En aquesta fase de la metamorfosi es produeix la transformació més ràpida. Després de la desintegració total dels teixits de la larva, aquests materials seran integrats en els nous òrgans dels adults.

La majoria de les crisàlides duren unes poques setmanes i poc abans d'emergir apareix, amb prou feines visible, el color de la nova papallona.

- **L'adult**

Després de l'emergència, la papallona penja cap per avall, amb les ales arrugades. A continuació, estén les ales injectant sang i aire a través dels nervis. Un cop endureix, la papallona ja pot volar i alimentar-se, però sobretot buscar parella i reproduir-se, que és la seva funció principal.

Les papallones s'alien amb flors per obtenir nèctar o pol·len i, a canvi, les pol·linitzen.

Moltes papallones de la família dels papiliònids i les del gènere Danaus se senten atretes per l'orina dels mamífers, probablement en busca de nitrogen i sals. Altres espècies aconseguen la sal anant a marges dels rius. Els nimfàlids ingereixen gran quantitat de fruita podrida, excrements i altres materials en descomposició. Algunes espècies succionen la saba dels arbres o fins i tot líquids de cadàvers de vertebrats.

A continuació podeu veure un vídeo de les fases esmentades anteriorment (papallona Monarca)

<https://www.youtube.com/watch?v=7AUeM8Mbalk>



- **Ecologia (condicions i vocabulari)**

Els lepidòpters ocupen el segon esglaió dels ecosistemes terrestres. S'alimenten, per tant, a partir del primer nivell, el de les plantes. Les papallones són a la vegada aliment per als animals depredadors del tercer nivell.

S'anomena *plasticitat ecològica* les característiques que posseeix una espècie i que li permeten fer front als factors externs. Les espècies amb plasticitat ecològica àmplia suporten una gran varietat de condicions: per exemple, podran viure sota condicions climàtiques molt diverses o alimentar-se d'una gran varietat d'aliments. Una plasticitat reduïda significa dependència d'unes certes condicions.

Cada espècie ha de trobar l'hàbitat apropiat que satisfaci les seves necessitats, això s'anomena un *nínxol ecològic*, que pot ser un tipus de conreu, un tipus de vegetació (bosc, prat, matolls...) un temps específic de l'any, una certa fase del creixement de la vegetació, una qualitat particular dels aliments, una temperatura o humitat, un tipus de llum, etc. La mútua interconnexió entre els diferents nínxols dóna lloc a comunitats naturals molt complexes que mantenen el seu estatus per regulació pròpia o canviant la seva resposta davant de factors externs.

El principi que regeix aquests fenòmens és el de l'energia. El sol és la font que proveeix l'energia necessària. Les plantes utilitzen aquesta energia en la síntesi de substàncies orgàniques. Aquesta energia passa als consumidors que es nodreixen de plantes. Com més gran sigui l'adquisició primària d'energia solar, major serà el subministrament pels següents en la cadena tròfica. En els ecosistemes més complexos, com les selves tropicals humides, la natura permet sobreviure a un gran nombre d'espècies.

La *letargia* és qualsevol tipus d'inactivitat en el desenvolupament de l'insecte. Els dos tipus bàsics són la *diapausa* i la *quiescència*.

La quiescència és la reacció immediata a un canvi bruscat de temperatura o d'humitat. L'organisme deixa de ser actiu. No obstant això, al restablir-se les condicions adequades, continua immediatament l'activitat.

La diapausa és un període d'inactivitat, en el curs del desenvolupament, que es desencadena per canvis hormonal en l'organisme molt abans que comenci una estació desfavorable.

- **Supervivència i depredadors (tres fases)**

Moltes espècies de papallones varen haver de desenvolupar una àmplia gamma de sistemes per a protegir-se dels depredadors. Encara que les crisàlides tenen cloves protectores dures, no deixen de ser vulnerables als ocells, ratolins, llangardaixos i altres criatures. Igual que les erugues, moltes crisàlides asseguren la seva protecció confonent-se amb l'entorn, mentre que altres com les verinoses solen ser bastant conspicues i de colors brillants.

- **Sistemes de defensa:**

De l'eruga

- Sabor repel·lent
- Espines verinoses
- Imitar una fulla, branca o excrement d'un ocell
- Adoptar un aspecte de serp
- Alimentació nocturna
- Olor desagradable emès per un òrgan especial anomenat *osmeterium*
- Restar immòbil
- Espantar amb una postura agressiva
- Tenir taques laterals que simulen ulls

De la crisàlide:

- Imitar una fulla o branqueta
- Imitar un fruit
- Sabor desagradable
- Taques daurades que espanten
- Espines
- Crear una silueta irregular

De les papallones adultes:

- **Estratègia per sorprendre o espantar:** volar per escapar és primordial, però també exhibir falsos ulls a les ales pot fer desistir l'agressor. El contrast entre la cara superior i la inferior és una altra estratègia per sorprendre (papallona *Morpho*).
- **El camuflatge:** com imitar les fulles o l'escorça dels arbres.

- Colors advertidors en les espècies verinoses
- **Mimetisme:** algunes espècies no verinoses mimetitzen a les verinoses per alliberar-se dels depredadors. És a dir, imiten els colors, els dibuixos, les formes o fins i tot el comportament d'altres que estan protegides pel seu verí, mal gust o algun altre mètode.



(Junonia coenia) exemple de falsos ulls



(Gonopteryx Rhamni) exemple de camuflatge

- **Conservació (amenaces per l'espècie):**

En gran part del món han disminuït els efectius de les papallones d'una forma alarmant, i moltes espècies ja s'han extingit.

Les selves plujoses tropicals, amb la seva enorme diversitat d'animals i plantes són els hàbitats més rics en lepidòpters. La seva destrucció incessant per la creació de conreus amenaça moltes espècies.

L'ús d'insecticides, herbicides i adobs químics és una altra gran amenaça perquè interfereixen en els equilibris naturals.

El col·leccionisme dels lepidòpters s'ha convertit en un anacronisme indesitjable. Avui, quan els efectius són escassos, la captura d'uns pocs exemplars pot ser suficient per acabar amb les espècies. Les papallones han d'estar protegides més que ser col·leccionades.

L'aparició dels parcs de papallones és una iniciativa que pot suplir l'afany del col·leccionisme, així com la fotografia ha substituït la cacera en els safaris. Aquests parcs són un tipus d'hivernacle on crien multitud d'espècies, la majoria tropicals. Allà s'hi poden contemplar i fotografiar les més atractives papallones en el seu ambient natural.

- **Vol**

El vol és molt important per a les papallones i les arnes ja que, la seva funció principal és despistar els depredadors, buscar aliment (el vol suspès és important per xuclar el nèctar de les flors) i, per acabar, trobar parella.

El vol és el principal mitjà de locomoció en moltes espècies i està impulsat per les ales anteriors, cosa que les fa imprescindible, encara que poden volar si els falten trossos, però perden maniobrabilitat.

Per a poder emprendre el vol, els lepidòpters han d'estar calents, entre 25 o 26°C. Necessiten que la temperatura del seu cos sigui suficientment alta, ja que no la poden regular per ells mateixos, depèn de l'entorn. Les papallones prenen el sol estenent les ales, esposant-se al màxim als rajos solars.

En climes càlids fàcilment es poden sobreescalfar i per evitar-ho es queden a l'ombra durant les hores centrals i volen en els moments més freds del dia, com les primeres hores del matí, les últimes de la tarda i el vespre.

Les espècies que viuen en climes freds poden utilitzar el moviment de les ales per escalfar el cos. La calor que generen escalfa el tòrax, la part important per a emprendre el vol, sense donar importància a la temperatura de l'abdomen.

Algunes espècies poden volar a altes velocitats, com l'*Ocybadistes walkeri*, que pot arribar als 48,4 km/h.

LA BASE DELS NOSTRES DISSENYYS

Els nostres dissenys estan basats en quatre papallones, aquí la llista:

- **Papallona *Melitaea Cinxia***



Taxonomia

Filo:Arthropoda

Subfilo:Hexapoda

Classe:Insecte

Ordre:Lepidòpter

Superfamília:Papilionoidea

Família:Nymphalidae

Subfamília:Melitaeinae

Tribu:Melitaeini

Gènere:Melitaea

Espècie: M. Cinxia

Nom comú: Donzella del plantatge. Doncella puntejada.

Etimologia

Melitaea: Dedicat a Melita, filla de Neró i Doris en la mitologia grega.

cinxia: En llatí, *cinxi*, perfecte de *cingo*, rodejat.

Trets físics

Aquesta papallona presenta el feix de les ales de color marró vermellós, amb una àmplia xarxa de nervis i línies negres, que poden ser més o menys gruixudes, i un net fistó blanc a les vores. La cara inferior de les ales del davant és taronja pàl·lid amb alguns dibuixos negres poc marcats, i les vores apicals grogues, travessades per línies i taques negres. En les posteriors, predomina el groc pàl·lid, amb bandes de color taronja i files de taques negres.



Localització

Es distribueix per una àmplia zona de l'Europa continental, faltant tant al nord d'Escandinàvia com al sud d'Espanya (a la Península Ibèrica podem trobar 8 de les 85 espècies del gènere *Melitaea*). Sol trobar-se en prats de flors, des de les planes fins als 1800 metres a les muntanyes.

L'eruga

L'eruga és negra, amb taques blanques en bandes verticals, curtes espines negres sobre berrugues de color verd oliva, i el cap i les falses potes són de color vermell. S'alimenten agrupades en nius de seda, generalment de plantatge (*Plantago major*), però també de vellosilla (*Hieracium pilosella*), card sant (*Cnicus benedictus*), Centaurea (*Centaurea aspera*), raïm de gat (*Sedum album*) i (*Veronica officinalis*).



• Papallona *Papilio Mackii*

És una papallona de la família *Papilionidae*. Es troba a l'Àsia, el Japó, la Xina i Corea del Sud.

Les larves s'alimenten d'*amurensis phellodendron*, *ailanthoides Zanthoxylum*, *Evòdia meliaefolia*, *orixá japonica*, i *phellodendron amurense*.



Anatomia i Morfologia

Els rangs d'envergadura van de 12 a 14 cm. El cos del *P. maackii* és negre i esquitxat amb algunes escates verdes. Les ales superiors dels mascles són de color negre i esquitxades de moltes escates verdes. La part inferior de les ales són de color marró. Les ales posteriors són de color negre i esquitxat d'escates blaves i porpres i tenen una cua. Hi ha un ull en el costat més proper al cos. La part inferior de les ales posteriors són d'un marró més fosc i folrat amb taques vermelles o ataronjades. Les femelles són més de colors brillants i més vibrants que els mascles.



• Papallona de nit (*Arna*)

Tot i que el cicle de vida d'una arna és relativament curt, les arnes són capaces de fer un dany significatiu en els teixits emmagatzemats en àtics, soterranis i armaris. Algunes espècies ponen més de 300 ous durant el seu cicle de vida i els seus períodes de desenvolupament són molt ràpids.

El terme del cicle de vida d'una arna depèn en gran mesura dels nivells d'humitat. Les habitacions càlides i fosques, amb 75% d'humitat relativa, són els llocs ideals per al desenvolupament de les arnes. La presència dels teixits preferits per les arnes és també primordial. El cicle de vida de l'arna de la roba normalment és de 65 a 90 dies. Algunes espècies d'arnes poden viure durant 30 dies, mentre que en altres espècies els estats immadurs només triguen tres mesos a completar-se.

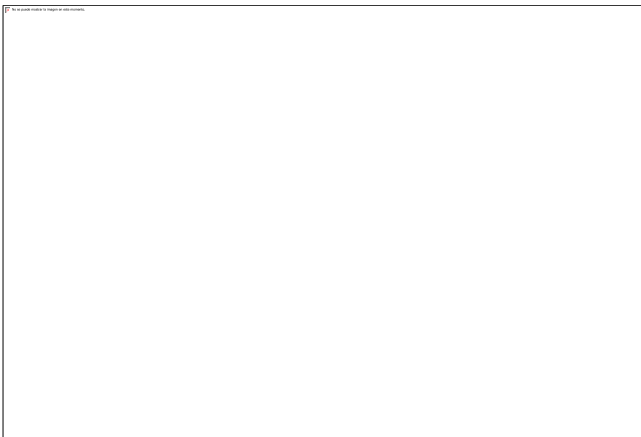
Per naturalesa, la majoria de les arnes són nocturnes. Encara que algunes són inofensives i altres són considerades beneficioses per la seva seda i el seu valor nutricional, en general les arnes i les erugues són plagues molestes. Unes poques, com l'arna El, l'eruga de l'arna Cadira de Muntar i l'arna de la Franela del Sud, són temudes perquè les seves larves poden picar. Especialment en les comunitats agrícoles, algunes poblacions d'arnes i erugues causen danys greus. Les erugues de l'Arna Gitana són conegudes pels danys forestals que han provocat en zones del nord dels Estats Units. Les granges cultivadores de fruites pateixen infestacions de l'Arna de la Poma, mentre que les cols i els cultius de mostassa sovint són destruïts per l'Arna de la Col. Algunes larves d'arnes consumeixen cotó, tomàquets i blat de moro. Aquestes larves es coneixen comunament com cucs del cotó, cucs de la fruita del tomàquet i cucs del full del blat de moro. Algunes espècies d'arnes també s'alimenten dels teixits fabricats amb fibres naturals, com la llana i la seda. Existeixen diversitat d'opinions sobre l'efectivitat de certes fustes, com el ginebre i el cedre, per espantar les arnes. Les boles de càmfora que contenen insecticides com el Paradiclorobenceno, són utilitzades comunament a les llars i es consideren una forma eficaç de prevenció. No obstant això, les boles de càmfora poden ser perilloses per als éssers humans i, per tant, els nens i les mascotes se'n de mantenir allunyats. Les boles de càmfora, a més, produeixen una olor desagradable. Els pesticides d'ús comú no es recomanen en tractaments de plagues d'arnes.

Models més semblants el nostre vestit:

- **Arna de la franela del sud (molt plomosa)**



- **Arna gitana (les antenes són dues plomes)**



- **Trichophaga tapetzella o Tinea pellionella (les ales del final acaben amb un petit borriçol)**



- **Papallona Monarca**

Ou

Una papallona monarca comença la seva vida com un ou enganxat sota la fulla d'una asclèpia. El cuquet (una larva) creix dins de l'ou. Quan està a punt, la larva mastega un buit en l'exterior del seu ou, i s'arrossega pel forat fins que pot entrar al món de fora. Després d'uns minuts, la larva menja per primera vegada les restes del seu ou. Monarques femelles deixen entre un i tres ous en el costat inferior de les fulles asclepias. Aquest procés és repetit fins que la femella ha deixat centenars d'ous.



Larva

Després de menjar el seu ou, la larva comença a menjar fulles asclèpies. Asclèpia és l'única planta que una larva monarca pot menjar. La larva menja i creix, creix i menja. Ella creix tant que no pot cabre en la seva pell vella, gairebé com quan tu creixes tant que no caps en les teves robes velles.

Per poder créixer tant, la larva ha de mudar-se de la seva pell. La pell vella es parteix, exposant la pell nova sota d'ella. La larva s'arrossega per la pell vella, que ja és massa petita. Després d'alliberar-se, la larva sol menjar la seva pell vella abans de menjar més fulles d'asclèpia.

Després de mudar-se de les seves pells, les larves monarques continuen creixent i han de mudar-se quatre vegades més. L'última vegada que es muden és molt diferent que les altres. La larva s'arrossega de la seva asclèpia i busca un lloc apropiat. Algunes larves viatgen més que altres. Quan la larva ha trobat el lloc apropiat, comença a teixir una malla de seda amb un "botó" al centre. Una vegada que l'ha acabat, la larva agafa la seda amb les seves cames, i es penja de cap per avall. La part del davant del seu cos es posa en un revolt de manera "J".



Metamorfosi

Quan ha format el seu "J", la larva es muda per l'última vegada. La pell es parteix per darrere del seu cap i la larva s'arrossega mentre es penja de cap per avall, per desfer-se de la seva pell vella. L'última muda és la més difícil, perquè la larva ha de deixar la seva pell vella i encara ha de penjar del seu "botó". Quan la larva incorpora un ganxo que penetra el "botó" al costat posterior de la larva, ella pot remoure la pell restant.

Quan la pell restant cau, la larva es converteix en pupa. No té ulls ni antenes. No té cames i no es pot moure. Tots els canvis majors en forma de cos, mida i arranjament prenen lloc quan és una pupa. En les papallones monarques, aquesta etapa pot durar una setmana. En acabar, una papallona adulta emergeix de la Chrysalis.



Una papallona emergent espera dues o tres hores abans de poder volar. Les ales noves són petites i arrugades, i per això bombeja líquid per les venes de les seves ales per fer-les més grans. Després, la monarca ha d'esperar fins que una mica d'aire pugui reemplaçar una mica del líquid. Fins a aquest punt, la monarca no pot volar i les seves ales es danyen molt fàcilment.



Després que les ales s'han endurid, la papallona vola fins a trobar el seu primer menjar. Des d'aquest moment en endavant, la monarca pren tot el seu menjar. La papallona visitarà diversos tipus de flors per trobar el seu menjar en forma de nèctar.

Les monarques adultes no només necessiten nèctar, sinó que també necessiten aigua.

Les papallones monarques adultes comencen a aparellar-se a la primavera, abans d'arribar al seu destí. Les papallones monarques femelles generalment deixen entre un i tres ous sota de fulles d'asclèpia. Elles fan això fins que han post centenars d'ous. Aquests ous després neixen en forma de larva, es muden fins que són pupes i es converteixen en adults a l'estiu. Després, aquests adults s'aparellen.

Les noves femelles ponen ous mentre volen cap al nord. El cicle es repeteix durant tot l'estiu.

Finalment, al setembre, el procés d'aparellament acaba. L'última generació de l'estiu és la que migra fins a les llars d'hivernació.

La història

Les papallones cobreixen el sòl, hi ha tantes que és difícil caminar. Moltes pengen dels arbres i fins i tot dobleguen les branques a causa del seu pes. Milers de variacions de negre i taronja volen pels arbres.



Durant l'estiu, milions de papallones monarques viuen al sud del Canadà i en els Estats Units d'America. Al setembre, les papallones adultes es preparen per a la seva migració. Elles formen grups enormes, iguals als de les aus migratòries. Volen entre 10 i 15 milles al dia, i eventualment arriben a la seva llar d'hivernació, després de volar durant un o dos mesos, depenent de la distància.

No tots els grups migratoris hivernen en el mateix lloc. Papallones que viuen a l'oest de les muntanyes Rocoses volen a la costa central de Califòrnia. Papallones que viuen a l'est de les muntanyes Rocoses volen al sud, a Mèxic.

Encara que els científics coneixien els llocs d'hivernació de Califòrnia, no sabien la ubicació dels llocs d'hibernació a Mèxic. Fred Urquhart, un científic de la Universitat de Toronto, finalment va descobrir a on volaven aquestes papallones. Va enganxar etiquetes petites amb instruccions en les seves ales, descrivint on es podrien tornar les etiquetes. Així va poder rastrejar la ruta de les papallones, utilitzant les etiquetes que gent li va tornar. Eventualment, va rebre etiquetes de les llars d'hivernació.

Cicle de Vida Anual

El viatge cap al Nord

Cada primavera, les primeres monarques arriben als estats del nord i de l'est dels EUA i al sud del Canadà, poc temps després que les primeres asclèpies (cotofluix) apareixen en l'àrea. Aquestes primeres monarques en els llocs de reproducció del nord provenen d'ous posats per femelles, que probablement han passat l'hivern a Mèxic i han volat per trobar els cotons al nord de Mèxic i al sud-est dels EUA (com Texas, Louisiana i Florida), utilitzant els últims recursos d'energia que els han quedat després de passar un llarg hivern. Sovint pensem que les primeres monarques que veiem a finals de primavera pertanyen a "la primera generació" del nou any.

La reproducció de l'estiu

Les monarques de la primera generació s'aparellen, ponen ous i moren. Els seus ous iniciaran novament el cicle, sortint de la closca, creixent i convertint-se en pupes, emergint i, un cop més, vivint vuit setmanes per aparellar-se, deixar ous i morir. Cadascuna de les tres o quatre generacions de l'estiu viuen la mateixa classe de vida.

El Viatge cap al Sud

Les papallones monarques que emergeixen com a adults a finals de l'estiu no poden romandre en els climes freds de l'hivern. Les monarques no estan adaptades a les baixes temperatures i a la falta d'humitat. Se sotmeten al mateix cicle de vida de les generacions anteriors a elles, fins que són adults. En aquest moment, les seves vides són diferents de les generacions passades. En lloc d'aparellar-se i pondre els ous, posen tota la seva energia per migrar a un clima que pot ajudar-les a sobreviure fins a la primavera. Això els permet romandre amb vida fins a la primavera següent, quan seran capaces de volar al nord i pondre els seus ous. Aquesta migració és la part clau per a l'èxit del cicle de vida anual de les monarques.

Aquestes monarques llueixen exactament igual que les altres monarques. No obstant això, són fisiològicament diferents i emergeixen de la crisàlide en un estat anomenat diàpauza reproductiva. La diàpauza és bàsicament un període de desenvolupament interromput; aquestes papallones no tenen els seus òrgans sexuals interns (testicles i ovaris) madurs com els tenen les generacions de l'estiu. Una varietat de senyals de la natura es combinen per produir aquesta condició de diàpauza, incloent un escurçament en la durada del dia, canvis en la temperatura entre el dia i la nit, i inclusivament l'edat de les plantes de cotó que menjaven les larves! A partir de finals d'agost i continuant a través de setembre i octubre, aquests individus volen al sud fins a 2,000 km fins a la serralada volcànica del centre de Mèxic. Les monarques beuen nèctar i utilitzen els corrents d'aire calent per a planejar en lloc de volar, la qual cosa requereix una gran despesa energètica a mesura que avancen.

Hivern a Mèxic

A Mèxic, les monarques es troben en els vessants sud de les muntanyes i s'agrupen sobre les branques dels arbres oyamel. La temperatura i la humitat els permeten entrar en una letargia (molt similar a la hibernació, però no tan profund com un "son"). D'aquesta manera, poden conservar la seva energia fins que el clima més càlid de primavera torni.

Les monarques que passen l'hivern a les muntanyes del centre de Mèxic són la generació final de cada any. Després de passar diversos mesos a Mèxic (des de principis de novembre fins a març), els dies càlids i la durada del dia més perllongada són els senyals que els diuen que és el moment d'estar actives de nou.

Aquí us adjuntem un vídeo on s'explica perfectament el llarg i increïble viatge que realitzen aquestes papallones.

<https://www.youtube.com/watch?v=y72CH5wsyZo>



També hi ha vestits que no fan referència a cap papallona en concret, sinó a totes elles, perquè totes passen per una metamorfosi, com hem explicat abans.

Aquí teniu la llista dels vestits que fan referència a les diferents parts de la transformació que pateix la papallona durant la seva vida:

-vestit ou – vestit negre

-vestit eruga monarca – vestit amb estampat blanc, negre i verd

-vestit crisàlide – vestit blanc/ transparent, amb vol.

Annexes

Cultures antigues

Les papallones són animals freqüentment associats a manifestacions de caràcter mitològic i religions de l'espècie humana. Com ja sabem i hem explicat, les erugues es transformen en papallones mitjançant un gran procés de transformació (metamorfosi completa).

En moltes cultures antigues es veuen com a símbol d'inestabilitat a la vida terrenal, ja que consideraven que el viatge d'una anima d'un cos terrenal a un cos diví era un procés tan sorprenent com el de l'eruga que es converteix en una papallona.

Els grecs antics sovint representaven l'ànima humana amb les ales d'una papallona. Hi ha representacions en làpides grecoromanes, en les quals la “Psyche” (l'ànima) pot aparèixer com una papallona sortint del cos dels morts.

Per al cristianisme, una tomba és l'ànima que, extreta del seu embolcall carnal ascendeix, transformant-se en imatge de resurrecció. La papallona, per ells, és identificada com a l'animal de l'ànima. Algunes cultures la representaven sortint de la boca de difunts, com a símbol del seu últim alè.

- **Significat psicològic**

És la possibilitat que té l'home de “renéixer”, de canviar les seves limitacions terrenals i elevar-se mitjançant la seva transformació interior. És un missatge de superació, tot el que et proposis ho pots fer, l'eruga no pot volar però, mitjançant una transformació, es converteix en papallona, i aquesta sí que és capaç de volar.

- **Significat en el Feng Shui**

És l'energia de l'amor i la llibertat, i és capaç d'atreure companyia a les persones que estan soles. Té la suficient energia per mobilitzar una persona estancada emocionalment.

L'ús de les papallones és en molts aspectes similar a l'ús de les aus com a símbol, ja que tant les aus com les papallones volen lliures; l'home desitjaria volar per poder estar més a prop del cel i així ser més feliç.

El símbol de la papallona és una de les cures més comunes en el Feng Shui pels aspectes sentimentals o de romanticisme. Els enamorats també passen per un moment de transformació, igual que les papallones, per convertir-se en un animal que transmet inspiració i seducció, dues condicions associades a l'amor.

- **Significat dels colors**

Hi ha diverses supersticions sobre els colors de les papallones, una d'elles és que si una papallona negra es para en algun lloc proper a tu és senyal que algú morirà o que en un període de temps hi haurà mala sort. En el cas que sigui blanca és un

senyal de puresa i significa que hi haurà bona sort. Si és castanya pot donar lloc a algun tipus de malaltia en un parent estimat o proper.

- **Significat en els somnis**

Si és blanca, significa innocència.

Si és groga, significa manca de coneixement.

Si és vermella, significa passió.

Si és de color blau, significa romanticisme.

- **Esperança de vida**

L'esperança de vida d'una papallona depèn de l'espècie a la qual pertany. Aquests insectes viuen de mitjana dues setmanes o menys. La papallona monarca sol viure fins a sis mesos i hi ha espècies, com la *Nymphalis antiopa* que, poden arribar a l'any de vida, el límit per a una papallona.

MODA

Com podem definir la moda?

La moda indica un mecanisme regulador d'eleccions, realitzades en funció dels criteris subjectius associats al gust col·lectiu.

La moda són aquelles tendències repetitives que marquen o modifiquen la conducta de les persones. A tots ens influeix directament o indirectament, conscientment o inconscientment.

És una tendència en la qual el individu adopta un vestuari apropiat a l'època, implicant una forma determinada de vestir, l'ús d'accessoris o de la forma i/o color del cabell.

En el disseny de modes els tèxtils són els principals recursos que s'utilitzen per la fabricació de la roba, per això es comú observar varietat de dissenys tèxtils.

Com va sorgir la moda?

La moda va sorgir al segle XIV, i ha anat evolucionant fins als nostres dies. Durant centenars d'anys van ser els monarques i els nobles els que van marcar les pautes de la moda.

-Al segle XVII Lluís XIII, el rei de França, va decidir ocultar la seva calvície amb una perruca. A principis del segle XVIII, els nobles europeus van començar a afaitar-se el cap per així seguir el seu exemple, imposant un estil que va durar més d'una dècada.

-Al segle XIX, les revistes femenines van començar a promocionar les noves tendències i fins i tot a oferir patrons econòmics perquè les dones poguessin confeccionar la seva pròpia roba.

-Al segle XX la popularitat del cinema i de la televisió van fer que les estrelles de les pantalles es convertissin en ídols internacionals i van començar a imposar la moda. El mateix va passar amb els músics famosos, els quals van posar en voga estils radicals que la joventut no va trigar a imitar.

El fenomen de la moda va ser durant molt de temps el privilegi de l'aristocràcia, de la cort i dels rics, que en volien imitar les formes; posteriorment, es va popularitzar i es va convertir en un complement el maquillatge, el perfum i fins i tot les modificacions del cos. La difusió de la moda va ser lenta fins que, des del segle XVII en endavant, hi va haver les primeres publicacions periòdiques. La ruta de la seda hi va tenir un gran paper, però sota el secretisme de l'elaboració d'aquests tipus de teixits. La moda pot ser observada des d'un punt de vida estrictament artístic o artesanal, però també pot ser analitzada com un instrument del desenvolupament econòmic.

Avui dia la situació encara no ha canviat, els anunciants es valen eficaçment de desfilades de models, atractives revistes de paper setinat, cartelleres, aparadors i anuncis televisius per crear una demanda de peces noves.

100 anys de moda resumits en 100 segons de video:

https://www.youtube.com/watch?v=-1gcGkZ_RKQ



Unes quantes passarel·les basant-se en les èpoques antigues:

1. Prehistòria (primera passarel·la professional de la moda i l'estètica)

https://www.youtube.com/watch?v=-1gcGkZ_RKQ



2. Edat antiga (primera passarel·la professional de la moda i l'estètica)

<https://www.youtube.com/watch?v=dLPQfzwr6p0>



3. Segle XVIII (Primera passarel·la professional de la moda i l'estètica)

<https://www.youtube.com/watch?v=DSDd9qL4oN0>



4. Segle XX (primera passarel·la professional de la moda i l'estètica)
<https://www.youtube.com/watch?v=vv2a2dpgCAY>



5. Edad moderna (primera passarel·la profesional de la moda i l'estètica)
<https://www.youtube.com/watch?v=txgSPhoBaxU>



Com es creen les tendències?



Les tendències creades pels dissenyadors es publiquen en un llibre anomenat *Trend book* (llibre de tendències). Per crear un *Trend Book* hi ha diversos passos inevitables que cal tenir presents.

Creació:

Una vegada que les idees i els termes han estat seleccionats, els dissenyadors han

de crear les seves col·leccions amb una temporada, o fins i tot dues, d'antelació. Han de seleccionar les idees i els teixits definitius que han decidit promoure, proporcionar impressions, i detalls dels petits accessoris com poden ser clips o botons. A continuació, han de muntar una col·lecció que inclouen els *Trend Books* de diferents grups. Els dissenyadors han d'assegurar que la col·lecció la inclouen els *Trend Books* de diferents grups. Els dissenyadors han d'assegurar que la col·lecció sigui equilibrada i que els diferents components vagin ben coordinats.



Trend Book (llibre de tendències)

Dissenyadors que han marcat el món de la moda

Coco Chanel: feminitat i llibertat

Va començar sent dissenyadora de barrets, però no per això va guanyar la fama, sinó per donar la llibertat a la dona (va eliminar les cotilles, els forros i els volants). Els seus dissenys eren senzills, còmodes i sofisticats. Va introduir línies que eren considerades masculines a la moda de dona, com els jersis i els pantalons. Va convertir el negre en sinònim d'elegància.

Balenciaga: "l'arquitecte" de la moda

El seu domini de l'agulla i la seva creativitat fan que continuï sent un referent. Va ser conegut com "l'arquitecte del volum" per les semblances dels seus vestits amb el món escultòric. Va crear figures soltes i elegants, inventà asimetries, el *baby doll*; els dissenys en forma de globus, les mànigues amples o les línies depurades.

Pierre Cardin: Trencant motlles

Va crear vestits ampolla, els vestits de coll Mao dels Beatles o les mitges de colors. A més, va ser el primer modista que va llençar una línia de prêt-à-porter. Per això, el van expulsar de la federació de l'alta costura, tot i que després va ser readmès. Va ser un gran modista i un gran empresari que va crear un dels més grans imperis de la moda.

Yves Saint Laurent: Estil andrògin

Després de treballar per la casa Christian Dior, en els anys 60 va començar la seva carrera en solitari. Entre els seus dissenys més prestigiosos hi ha l'esmoquin femení, el trench, la jaqueta gavany, les bruses marineres, les jaquetes de safari, els vestits andrògins i les botes fins a la cuixa. Igual que Chanel, també marcà tendències més enllà de les teles.

Giorgio Armani: De la medicina a la moda

Els dissenys que va confeccionar per Richard Gere per la pel·lícula *American Gigolo* el van convertir en un referent i en un dels dissenyadors preferits de les "celebrities" com Diane Keaton, Sofia Loren, Claudia Cardinale o Gwyneth Paltrow. El segell característic del seu treball és un estil senzill, sensual i sempre elegant.

Jean Paul Gaultier: Prodig de la imaginació

Conegut com l' enfant terrible, noi rebel, el dissenyador francès es caracteritza per la seva gran creativitat. Autodidacta i inquiet, busca inspiració en múltiples i variats estímuls, com el mal, la religió, la cultura popular, Espanya, etc. En les seves col·leccions han estat molt presents les transparències, els teixits elàstics, el calçat militar, els sastres amb caputxa i les cotilles, l'única roba que per al dissenyador té sexe.

Karl Lagerfeld: L'excentricitat feta moda

El "kàiser de la moda" és una de les personalitats més influents del sector. Excèntric i innovador, ha treballat per firmes com Fendi o Chloé, o per la seva mateixa firma, Karl Lagerfeld, tot i que el seu major reconeixement l'ha obtingut de la direcció creativa de l'emblemàtica casa de moda Chanel, lloc que ocupa des de fa tres dècades.

Christian Dior: Pare del "new look"

Va crear el domini de "new look" a finals dels 40, un estil basat en dissenys molt femenins i elegants, caracteritzats per la cintura marcada, les espatlles rodones i les faldilles en forma de corol·la. Amb això va aconseguir la forma de vestir de la dona i tornar a la moda l'esperit alegre perdut durant la Segona Guerra Mundial.

Alexander McQueen: Transgressió

El 2001, després de passar cinc anys a Givenchy, va crear la seva pròpia marca. Anomenat "El hooligan de la moda", es va convertir en una icona pel seu estil trencador basat en la formació clàssica i per la seva mort als 40 anys. Amb tocs grotescs, atrevits i barrocs va donar lloc a creacions mítiques. Els "bumster trousers" (pantalons amb el tiro molt baix), la jaqueta tipus quimono o la levita "origami", o les seves famoses sabates "armadillo" són algunes de les seves creacions més controvertides.

Valentino: Sensualitat

Va ser triat per Jacqueline Kennedy per crear el disseny amb què es casaria amb el magnat grec Aristòtil Onassis, un senzill vestit de punta per sobre el genoll, elegant i molt femení, cuidat per detall, colors sensuals i línies femenines. És un dels preferits de la "jet set". Farah Diba, Audrey Hepburn, Nancy Reagan o Liz Taylor han lluit els seus dissenys.

LA PUBLICITAT

Definició de "publicitat"

No es fàcil dir què és la publicitat, hi ha moltes formes de definir aquest mot,

alguna d'elles són aquestes:

1 - "Tècnica aplicada als mitjans de comunicació de massa amb l'objecte d'induir al públic a determinats comportaments, principalment en l'àmbit comercial" - Al Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis catalans.

2 - "És un ídol comercial, que vol vendre o proporcionar, o simplement augmentar el prestigi d'una empresa o marca comercial." - diu la publicista Maria Victòria Romero

3 - "Toda aquella forma pagada y no personal de presentación y promoción de ideas, bienes y servicios por cuenta de alguien identificado." - segons l' Associació Americana de Màrketig (anys seixanta).

4 - "Un medio de comunicación masiva que involucra a un responsable, el anunciante, quien normalmente contrata a una organización de medios, por ejemplo, las cadenas de televisión, para que transmitan un anuncio que en general es creado por una agencia" - segons els autors David A. Aaker i John G. Myers

5 - "Publicidad es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones." - segons la Llei General de Publicitat a Espanya.

Objectius de la publicitat

La publicitat té tres objectius bàsics: informar, persuadir i recordar.

- **Informar.** Ens dóna a conèixer la gran oferta de productes que podem trobar al mercat, si hi ha productes nous i els seus usos i els canvis de preus que podem trobar en un producte.

- **Persuadir.** És a dir, convèncer de la necessitat de disposar d'un producte o provocar desig d'obtenir-lo. Promoure el canvi a la marca pròpia i modificar com els clients perceben els atributs del producte.

- **Recordar.** Recordar als clients que podrien necessitar el producte en un futur proper, recordar-los també on podrien comprar aquest producte, conservar el producte dins la ment dels consumidors i mantenir-lo com a tria necessària.

" El primer objectiu que té tot anunci és aconseguir que els ciutadans comprin aquell

producte. "

Història i evolució

Les primeres aparicions de la publicitat comencen a Pèrsia. Sorgeixen gràcies a l'economia de subsistència i la ruralització, que dificultaven l'aparició de les manifestacions publicitàries en altres indrets.

A Egipte, s'observa una millora del comerç i, per tant, millora de l'economia. A les piràmides es troben inscripcions amb valor publicitari. A més d'aquestes inscripcions, els papirs, molt més útils ja que són de fàcil transport, també es fan servir per a la comunicació i per a la publicitat. Les principals ciutats egípcies són un nucli de comerç actiu on s'ofereixen diversos productes.

A Grècia, les polis i el comerç són els eixos de l'economia grega. Dins de la polis, l'àgora té un paper important ja que al seu voltant és on sorgeixen els primers missatges i anuncis en pergamins, pedra i fusta. A causa del caràcter racional de la ciutat grega, sorgeix la necessitat de fer-se veure i apareixen els axons que són columnes de pedra o fusta preparats perquè s'hi col·loquin cartells escrits amb anuncis o avisos.

Les ciutats romanes representen un gran escenari econòmic i, per això, es produeix una notable expansió del comerç. A més, s'observa l'existència de processos electorals que fa possible l'aparició de la propaganda política i les frases comencen a agafar importància respecte a la provocació de la compra en els clients i s'apropen al concepte de l'eslògan. Els suports són els "alba" i els "libelli". Els primers són taulons d'anuncis permanents i els segons són papirs que s'adossen als murs.

A l'edat mitjana, es produeix un gran descens del comerç, gairebé no hi ha mercat i encara menys, mercat exterior. A causa d'això, la publicitat pateix una caiguda important, la publicitat escrita s'extingeix i només queda activa la publicitat oral. Cinc-cents anys després, gràcies a la reactivació econòmica, apareixen els gremis, organitzacions econòmiques que fan possible l'aparició de la publicitat exterior basada sobretot en símbols ja que hi havia molts analfabets. Els gremis, com a font publicitària, s'encarregaven de defensar la qualitat dels productes. També utilitzaven els gravats i la xilografia per imprimir anuncis oficials o d'esdeveniments religiosos.

A partir de l'aparició de la impremta de Gutenberg, s'inicia l'etapa moderna de la publicitat. La impremta va produir una revolució ja que possibilitava la

reproducció múltiple d'un missatge i la seva difusió simultània a diversos llocs. Tanmateix, el creixement dels centres de negocis va provocar un desenvolupament de la publicitat com a mitjà de comunicació per informar al públic dels productes que arribaven, de les ofertes i els serveis que oferien.

Els segles XV i XVI, es donen a conèixer els primers cartells publicitaris a Anglaterra, França i Alemanya i, el segle XVII, apareix a Espanya promocionant una correguda de toros. Més tard, el segle XIX el cartellisme va adquirir un gran desenvolupament a Espanya i, durant la República i la Guerra Civil espanyoles, el cartell polític va tenir gran èxit com a mitjà de propaganda. A la Segona Guerra Mundial, acompanyat de la ràdio i la televisió, el cartell va tenir una gran importància en l'àmbit de la comunicació.

Amb l'entrada del segle XX, l'ús del cartell disminueix ja que la publicitat s'especialitzarà i creixerà amb la creació de les tecnologies, així com la ràdio i la televisió. Més tard, cap als anys cinquanta, s'inicia l'Era dels productes”, una època on els publicistes es concentraven principalment en les característiques dels productes, els beneficis que podien obtenir i el que el producte proporcionaria al client.

Avui dia, la publicitat segueix sent molt important pel món comercial. Amb la introducció dels “sistemes d'afinitat” que poden rastrejar el perfil d'un consumidor a través d'internet i amb l'ús de la tarja de crèdit dels consumidors, els publicistes poden dirigir els seus missatges de forma més directa i crear vincles d'afinitat i permanència cap al producte o servei, aconseguint la fidelització del client a l'empresa. Molts dels aspectes que els publicistes es van plantejar per a una millora en l'àmbit audiovisual van haver de canviar amb l'aparició d' internet, la xarxa social amb més èxit en l'actualitat i que en el futur modificarà els mètodes de la convicció en la comunicació.

El primer anunci de televisió: <https://www.youtube.com/watch?v=lsjc2uDi10I>



El primer anunci de televisió de la història va ser de l'empresa fabricant de rellotges Bulova. Va ser emès l'1 de juliol de 1941 als EUA per la cadena WNBC. La companyia va pagar 9 dòlars per un espai de 10 segons que es va retransmetre abans d'un partit de beisbol entre els Dodgers de Brooklyn i els Filis de Filadèlfia. En l'espot apareixia una imatge d'un rellotge Bulova en un mapa dels Estats Units, alhora que se sentia una veu en off que deia: "Estats Units corre en el temps de Bulova."

Al Regne Unit, el primer anunci va ser d'una pasta de dents i es va emetre el 1955, a la cadena ITV. A Espanya, el primer comercial va ser de la marca Freemotor i es va fer públic el 1957 a través de RTVE.

Anuncis de roba

La moda també té la seva història i, gràcies al món audiovisual, la podem veure de forma ràpida i entenedora. Aquí us deixo un vídeo que transmeten molt bé el pas del temps i les diferents modes:

Roba i el pas del temps

ANUNCI 1: En aquest anunci podem veure com ha evolucionat la moda a mesura que també ha evolucionat el temps. El que és interessant d'aquest anunci són els canvis de la roba de la protagonista, sempre a la mateixa distància de l'objectiu. Un molt bon truc per canviar de roba sense que es noti gaire.

<https://www.youtube.com/watch?v=awCXw3nDkHM>



ANUNCI 2: En aquest vídeo se'ns mostren un noi i una noia contínuament ballant per diferents escenaris i canviant de roba i d'estil contínuament, intentant representar les diferents modes dels últims 100 anys. La càmera sempre se situa davant seu, són ells qui es mouen. Música continuada.

<https://www.youtube.com/watch?v=7JxfgId3XTs>



ANUNCI 3: Podem observar una noia, la protagonista, com camina aparentment sobre una roda en la qual sembla que sigui la història. Ella canvia de vestuari a mesura que passen els anys i la música també ho fa. El que és molt interessant d'aquest vídeo és la forma en què està fet i com relaciona els estils de moda amb les coses importants del moment (segon pla).

<https://www.youtube.com/watch?v=lrmbwThy3Iw>



Tipus de publicitat

Segons l'oferta del missatge publicitari, podem classificar la publicitat en tres grups diferents.

Publicitat de productes

La publicitat de productes se centra en el producte que s'ofereix i pretén que el receptor compri o consumeixi aquest producte. Exemples d'aquest tipus de publicitat són la publicitat de la beguda Coca-Cola, d'una colònia o de productes de neteja.

Publicitat de serveis

La publicitat de serveis se centra en les funcions que ens ofereixen les empreses, ja siguin grans o petites, com per exemple els bancs, companyies estatals, agències de viatges, les emissores de ràdio i de televisió, i les universitats o escoles, entre d'altres.

Publicitat institucional. Propaganda.

La publicitat institucional, també anomenada propaganda, es centra a donar a conèixer a la població els projectes d'alguna institució pública o pretén convèncer o aconsellar al receptor perquè actuï d'una forma determinada. Exemples d'aquest tipus de publicitat són la publicitat del Ministeri de sanitat i consum o Ministeri d'interior del govern Espanyol, d'una ONG, etc.

Glossari

Agència publicitària: empresa que es dedica a preparar, crear, programar o executar publicitat per a un anunciant.

Anunciants: persona natural o jurídica en l'interès de la qual es realitza la publicitat.

Brífiing: document, elaborat generalment per l'anunciant, que recull informació sobre el mercat, el producte, el consumidor, la competència, la distribució, els objectius de màrqueting, els objectius de comunicació, el pressupost de què es disposa per fer una campanya publicitària, etc., i que es presenta a l'agència de publicitat perquè l'utilitzi com a guia d'instruccions per elaborar l'estratègia publicitària.

Comprador: persona física o jurídica que compra o ha comprat un producte. No s'ha de confondre amb el consumidor.

Consumidors: individu que consumeix personalment el producte, encara que no l'hagi comprat.

Creativitat condicionada: el creatiu publicitari no treballa amb una total llibertat creativa, sinó que està condicionat pel brífiing i el posicionament.

Eslògan: frase generalment breu i fàcil de recordar que resumeix un missatge publicitari.

Marca: signe o conjunt de signes que identifica una empresa, un producte o un servei i el distingeix d'altres.

Màrqueting: aplicació d'un conjunt de tècniques planificades, coherents i dinàmiques per obtenir un procés eficient de producció, distribució i venda de productes o de serveis.

Mercat: conjunt de persones físiques o jurídiques, amb característiques comunes, que necessiten un producte o un servei determinat, que desitgen o poden desitjar adquirir-lo i que tenen la capacitat econòmica i legal per comprar-lo.

Posicionament: percepció competitiva d'un producte o un servei associat a una marca determinada que el fa atractiu a una part de consumidors. Una estratègia de posicionament és una estratègia de màrqueting que té l'objectiu de dotar un producte o una marca d'un posicionament determinat enfront dels competidors.

Propaganda: tot i que s'utilitza en alguns casos com a sinònim de publicitat, entenem per propaganda la comunicació persuasiva que vol difondre una ideologia política, religiosa, etc., i aconseguir-ne adeptes.

Públic objectiu: conjunt de persones al qual es dirigeix una acció de comunicació.

Publicitat: comunicació persuasiva i/o informativa sobre els productes, serveis, marques, etc., d'un anunciant, per mitjà, fonamentalment, d'anuncis subscrits i pagats per l'anunciant, que es proposa com a objectiu incidir directament o indirectament en els comportaments de compra i de consum dels públics a què s'adreça.

Relacions públiques: conjunt d'accions, fonamentalment de comunicació, que són fruit d'un programa deliberat, planificat i sostingut i que tenen per objectiu establir i mantenir unes bones relacions i un clima de confiança mútua entre una persona física o jurídica i els seus públics.

Segmentar el mercat: procés de divisió d'un mercat en conjunts de consumidors amb característiques o comportaments comuns, que poden reaccionar de manera homogènia als estímuls de màrqueting.

Campanyes publicitàries de moda (anuncis)

ANUNCI 1: En aquest anunci podem observar la pantalla sempre separada (dos platons, de diferents colors). els protagonistes comencen en un plató i quan passen a l'altre la seva roba ja no és la que era. Juga amb el moviment i els plans: general i americà. Un molt bon anunci amb diferents personatges (home, nens, dona) i diferents objectes.

<https://www.youtube.com/watch?v=OcVeSrXf0XQ>



ANUNCI 2: <https://www.youtube.com/watch?v=OWgWf6FVJco>



ANUNCI 3 : <https://www.youtube.com/watch?v=JgaGXv1XnrA>



ANUNCI 4: <https://www.youtube.com/watch?v=ni7L7wG7uEE>



ANUNCI 5: https://www.youtube.com/watch?v=4_VxJhmlIUY



EL NOM

El primer nom: Regina

Un cop vam tenir la idea de les papallones, vam pensar que el millor seria nombrar la marca amb el nom d'aquests insectes; després vam provar de traduir el nom de

“papallona” en varis idiomes, aquests van ser els resultats que ens van agradar més:

Portuguès: Borboleta

Anglès: Butterfly

Italià: Farfalla

No acabàvem d'estar satisfetes i llavors la idea va aparèixer. El meu pare, sempre que anàvem d'excursió al camp i veia una papallona groga, em deia: tindrem bona sort, ens acaba de passar una papallona reina pel costat. Tot i que la papallona groga oficialment no es coneguda com la papallona reina.

Després de dir el nom de “reina” vaig pensar que jo coneixia una persona que es deia així, la meva gran cuidadora de la infància “Regina”. Gràcies a un curs que vaig fer de llatí i en el que vaig aprendre el significat d'aquesta paraula, entre moltes d'altres, vam decidir que ja havíem trobat el nom de la nostra línia de roba: es diria Regina.

La paraula “Regina” és un nom femení d'origen llatí, el seu significat és “Reina” o per ser més exactes “Aquella que es una Reina”.

També hi ha dades que ens afirmen que el nom es refereix a un dels qualificatius de la Verge Maria: Regina Coeli, que significa “Reina del cel”.

Les dos afirmacions les acceptem per vàlides, ja que podríem dir que les papallones són les reines del cel.

Trobàvem que aquest nom (Regina) expressa el que volem que les noies sentint el provar-se la roba i complements confeccionats per nosaltres: que sentin que tenen la llibertat i l'energia dels estampats de les papallones, plasmades als nostres dissenys.

Aquesta col·lecció de primavera- estiu 2015 va dirigida a dones que volen experimentar a la seva vida una metamorfosi, igual com les papallones.

.

Opció definitiva: Danaus

A mida que anàvem coneixent la història de la papallona monarca (danaus) ens sentíem identificades amb ella. La vida de la papallona Danaus expressa superació, treball en equip i bellesa. Vam optar per canviar el nom de la marca.

De la papallona Monarca en parlem a la pàgina inicial d'aquest treball.

Definitivament la nostre marca es diu:

Danaus

LA LLETRA O TIPOGRAFIA

Després de decidir el nom de la marca (Danaus) cal centrar-nos en quina tipografia és l'adequada.

Definició

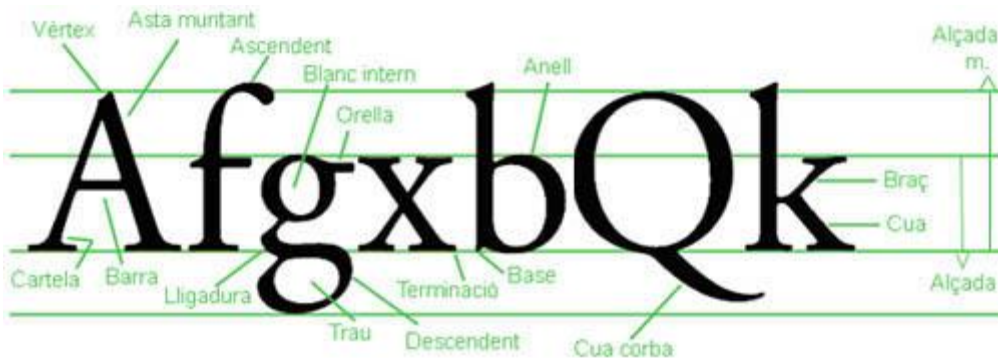
És el disseny de caràcters unificats per les seves propietats visuals. La tipografia s'encarrega de dissenyar lletres i compondre textos de manera que aquests puguin llegir-se de manera fàcil, eficaç i agradable. La tipografia implica definir les característiques formals dels caràcters però també la seva combinació, els espais que els separen, els espais entre paraules o la interlineació. També comporta definir els signes de puntuació, la combinació d'aquests amb les lletres i amb les paraules.

Família tipogràfica

És un grup de tipografies amb característiques similars. Els tipus o membres d'una família s'assemblen entre si però també tenen trets propis.

Parts de les lletres (glossari)

Les diferents parts de les lletres s'han anomenat amb una sèrie de termes, moltes vegades utilitzats per a descriure formes geomètriques o parts del cos. Les lletres tenen braços, peus, orelles, terminacions i, també, cues, vèrtex, anells. Les característiques de cada una d'aquestes parts definiran la font del caràcter.



Alçada: És l'alçada de la lletra de caixa baixa, excloent les parts ascendents i descendents.

Alçada de els majúscules: és l'alçada de les lletres de caixa altra d'una font.

Línia base: és la línia sobre la qual es recolza l'alçada.

Cos: Altura del paral·lel lepidet metàl·lic que està muntat sobre el caràcter.

Rebava: espai que queda entre el caràcter i el canto del tipus metàl·lic. També s'anomena "ombro".

Asta: és el rang principal de la lletra que defineix la seva forma essencial.

Ascendent: Asta de la lletra de caixa baixa que sobresurt per sobre de l'alçada (b, k, d).

Descendent: Asta de les lletres de caixa baixa que queda per sota de la línia base (p, q, g, j)

Asta muntant: són les astes principals, verticals o obliqües d'una lletra (L, A, V)

Asta ondulada: també anomenada espina, és l'asta de forma corba (S)

Anell: és l'asta corba tancada que clou el blanc intern d'algunes lletres (b, p, o)

Barra: també anomenada asta transversal, és el tret horitzontal d'algunes lletres (A, f, H, t)

Trau: part tancada de la lletra g que queda per sota de la línia base. Si és obert s'anomena cua.

Blanc intern: Espai en blanc contingut dins d'una anell o d'un trauc.

Braç: terminació no inclosa dins del caràcter que es projecte horitzontalment o cap amunt (K, L)

Vèrtex: punt exterior d'encontre entre dos braços (A, M)

Cartela: traç curt de represa o conjunció entre l'asta i la terminació.

Cua: Asta obliqua que penja en algunes lletres (R, k)

Cua corba: Asta corba que es recolza a sobre de la línia de base o per sobre d'ella (Q)

Orella: petit traç terminat que s'afegeix a l'anell en algunes lletres (g, o, r)

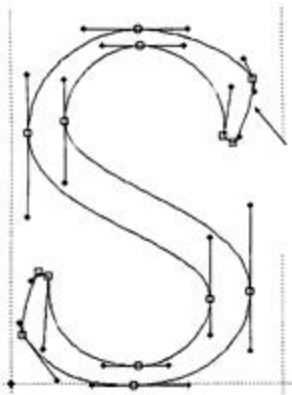
Terminació, Serif o gracia: traç terminal d'una asta, braç o cua. És un tret de caràcter ornamental, totalment prescindible per a la seva definició.

Inclinació: és l'angle suggerit per la modulació d'espessors entre els trets d'una lletra.

Tipografia digital

A causa del desenvolupament dels sistemes d'edició digital, els procediments tradicionals es van substituir per la tecnologia digital que permeten crear i reproduir directament, amb molta precisió i qualitat, tipus digitals. Hi ha diferents programes de creació de tipografies digitals. Dos dels més coneguts i utilitzats són el Fontographer i el FontLab, que permeten dibuixar els caràcters a partir de corbes Bézier, en les quals es basa el llenguatge PostScript. També es poden

utilitzar d'altres programes de dibuix vectorial per a traçar els caràcters, com poden ser el Freehand o l'AdobeIllustrator.



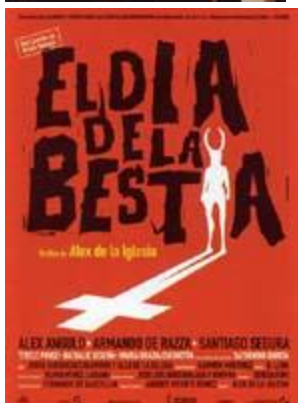
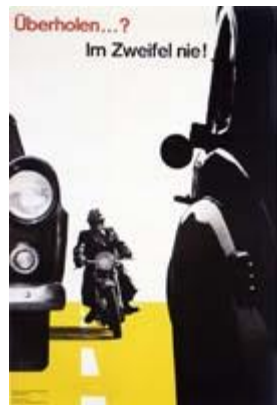
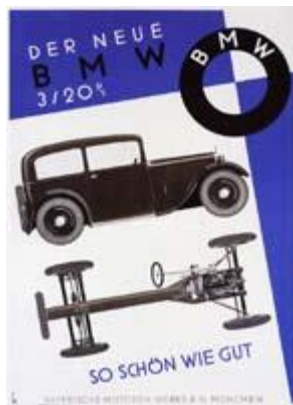
Exemple de disseny de lletra a partir de la definició de punts.

Les lletres traçades a mà també es poden escanejar per a ser posteriorment retocades en un programa de tractament d'imatges. Així es poden igualar els diferents caràcters, definir correctament les línies rectes, igualar l'alçada, etc.

[Explicació sobre la tipografia](#)

Estils tipogràfics





1. Jules Chéret (França 1836-1932), 1893, 121x84, París.
2. Biais, Maurice (França 1860-1934), 1898, 115x79,5 París, botiga d'artesanía.

3. Feure, George de (París 1868-1928), 1899, 61x41, París.
4. Leffler, Heirich (Viena 1863-1919), 1899, 63,5x45,5.
5. Hoeksema, Daniël (Països Baixos 1879-1935), 1907, 52,5x114,5, Amsterdam.
6. Hemnerger, Andreas K. (Austria), 1933, 102,5x74,5, Múnic.
7. Romein, Johannes Bernardus (Holanda 1894-Irlanda 1957), 1932, 140x90, Amsterdam.
8. Müller-Brockmann, Josef Mario (1914-1996), 1953, 128x90, Zurich.
9. Aicher, Otl (Alemanya 1922-1991), 1954, 59x41,5, Alemanya.
10. Cieslewicz, Roman (Polònia 1930-França 1996), 1961, 95x65 Polònia.
11. Strenger, E.Erich, 1962, 118,5x85 Alemanya-França.
12. Moscoso, Víctor (Espanya 1936), 1967, 56x35,5, EEUU.
13. Oscar Mariné Brandi, Madrid 1996.

Història

Tipografies i avantguardes artístiques

Durant les primers dècades del segle XX es produeixen molts canvis en l'àmbit artístic. Apareixen tota una sèrie de moviments artístics que proposen canvis formals i nous enfocaments estètics. El Constructivisme rus, el Suprematisme, el Cubisme, el Futurisme, el Dadaisme, De Stijl o el Surrealisme són moviments que, englobats dins del que s'ha anomenat les avantguardes artístiques, aporten noves possibilitats per a la producció artística. Aquest moviments repercutiran de manera decisiva també en el camp del disseny, especialment en el camp del disseny gràfic. Per un costat es crearan les condicions conceptuals necessàries perquè el disseny gràfic incorpori tot un nou repertori formal. Per l'altre costat molts artistes explotaran les possibilitats comunicatives dels elements gràfics, experimentaran amb la tipografia i incorporaran en la seva producció formats i suports propis de l'àmbit del disseny gràfic, com el disseny de llibres, fulletons, cartells, entre d'altres. Amb aquesta situació es crearà el marc idoni perquè el disseny gràfic comenci a ser considerat com una disciplina més dins del camp artístic i es doni així peu a introduir-la en els ensenyaments artístics.

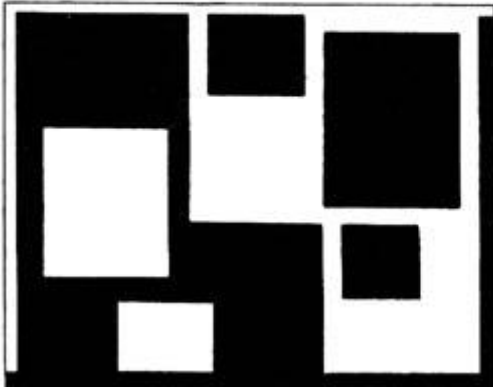
La tipografia serà un dels elements amb el qual més experimentaran els artistes durant les primeres dècades de segle XX. Es dissenyaran nous repertoris d'estils tipogràfics, d'acord amb l'estètica de cada grup. Es començarà a jugar amb la combinació de diferents tipus i a trencar amb els paràmetres tradicionals de la composició. I, per sobre de tot, s'explotaran les possibilitats expressives i comunicatives de les lletra impresa. Podem dir que es reivindica la condició artística de la lletra i les significacions que les seves característiques formals i compositives poden aportar.

ABONNEMENT 2.50 DUITSENLAND 4.00 BUITENLAND 5.00 PER JAAR. MAANDBLAD VOOR DE BEELDENDEN VAKKEN. REDACTIE THEO VAN DOESBURG. UITGAVE X. HARMS TIEPEN. TEL. 785 89 888.

DE STIJL

ADRES VAN REDACTIE: 2007 SALGWATER 3 LEIDEN. SOMMERSTRAAT 2. HARMS TIEPEN, WIPOLITUSBURG 37 DELFT. INTERCOM. 785 89 888.

14 JAARGANG. APRIL. NESENTIENHONDERDACHTTIEN. NUMMER 4.



DE STIJL



1. Vilmos Huszar, Coberta per a la revista De Stijl, 1917.
2. Theo van Doesburg, logotip De stijl, 1917.
3. Kurt Schwitters, Cartell per a un acte Dadà, 1923.
4. Ardengo Soffici, Poema futurista, 1915.

L'escola de Bauhaus, el disseny com a disciplina.

L'escola de la Bauhaus fou la que adopta el disseny gràfic com a disciplina a ser ensenyada. Abans del 1923, durant la primera etapa de l'escola, ja s'imparteixen coneixements d'escriptura i construcció de lletres. En la segona etapa ja es produiran cartells, manifestos, fulletons o d'altres impresos als tallers de l'escola. Herbert Bayer, Paul Renner, László Moholy-Nagy, entre d'altres seran alguns dels artistes i professors que donaran un nou enfocament al disseny tipogràfic, fent un ús imaginatiu de les bases de la tipografia, atribuïnt un nou caràcter a la forma i ubicació del text en els dissenys gràfics.



bauhaus

die neue linie

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
a d d



6.

1. Joos Schmidt, Logotip de l'escola de la Bauhaus, 1925.
2. Herbert Bayer, alfabet Universal, 1925-28.
3. Herbert Bayer, coberta de revista, 1928-30.
4. László Moholy-Nagy, Cartell, 1925.
5. Paul Renner, Esbós de la tipografia de la Futura, 1925.

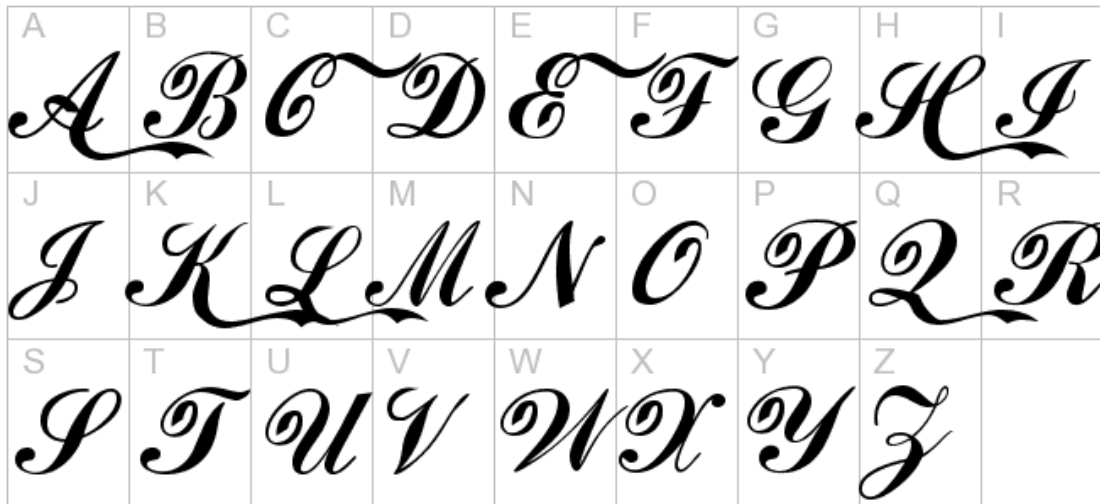
Procés i resultat final

Després de documentar-nos sobre les tipografies, hem fet una tria sobre les que més ens agraden i millor representen Danaus:



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 . , ; ' " ! ? @ # \$ % & * { (/ \ }

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 . , ; ' " ! ? @ # \$ % & * { (/ \ }



Riesling

I hem estat practicant amb el programa Font forge per crear la nostra pròpia lletra. Finalment ens hem decantat per la tipografia Riesling.

LOGOTIP

Definició

- Plasmació gràfica del nom d'una marca, títol, etc., fet amb un disseny especial que es reproduïx als rètols, anuncis, etc. (*Diccionari de l'enciclopèdia catalana*)
- El logotip, també conegut com a logo, és un signe gràfic, distintiu o emblema utilitzat per entitats comercials, organitzacions o individus amb l'objectiu de facilitar o promoure el reconeixement públic instantani d'un producte, servei o empresa. (*Viquipèdia*)
- Distintiu gràfic que identifica una marca, un producte, una empresa, etc., format sovint pel seu nom o per lletres del seu nom. (*Institut d'estudis catalans*)

Funció

El logo té dues funcions principals

- Ha de representar amb eficàcia la identitat del seu posseïdor.
- Ser efectiu a la recepció del mateix: presentar en l'imaginari de les persones deixant una empremta inesborrable de la seva marca.

Perquè necessitem un logo?

- a) **Representar una companyia completament:** aquell que desitgi veure prosperar els seus negocis necessita definir un missatge clar que condueixi tots els aspectes que el conformen: productes, serveis, filosofia i missió. El logo dissenyat ha de mostrar aquest missatge de manera simple, atractiva i pregnant.
- b) **Facilitar el reconeixement d'una marca:** A través d'ell, el públic accedirà a reconèixer immediatament una companyia. Serveixen com a senyals dins d'un variat univers de marques, fent possible l'associació automàtica de determinat disseny amb determinada organització.
- c) **Diferenciar una empresa de la seva competència.** Ha de ser immediatament recognoscible i marcar la diferència entre una organització i els seus competidors. Un logotip que es confon amb el dels competidors podria provocar que es consumeixin els articles de la competència, especialment si ja es troba més establerta al mercat.
- d) **Consolidar la presència de l'organització en el mercat**

Paràmetres que hem de seguir per dissenyar un logo

- **Simple**

No cal confondre qualitat amb complexitat en el disseny. Un disseny amb formes, línies i tipografies simples, així com amb una paleta cromàtica acotada, generarà un gran impacte si està realitzat, a més, amb creativitat. El principi de simplicitat és clau, farà que sobresurti entre els múltiples signes existents en l'ambient i permetrà que el disseny s'instal·li a la ment de les persones.

- **Adequat**

El logo d'una empresa ha de ser coherent amb ella; en ser-ne la cara visible, és fonamental que el disseny sigui coherent amb la imatge que aquesta vol donar de si. La coherència o consistència és la relació lògica entre els instruments gràfics seleccionats per a la composició d'un logotip i el que una organització vol transmetre. Tot el que conforma un logo parla d'alguna manera de l'empresa representada.

- **Atractiu**

Perquè un logo arribi a establir-se al mercat i en la ment del públic cal que abans de res impacti a les persones així que el vegin. És fonamental que cridi l'atenció facilitant evocar una imatge clara i precisa. Si pensem en les marques famoses comprovarem que tots recordem amb facilitat els seus logos. Aquesta qualitat és fonamental, perquè els logos fàcils de recordar són guies que funcionen a l'hora de triar quin producte o servei es vol adquirir.

- **Versàtil**

L'aplicabilitat d'un logo és la seva capacitat d'adaptar-se a diferents mides, colors i superfícies sense perdre la seva llegibilitat. Aquesta qualitat és molt important si es té en compte que un logo, en ser la peça central d'un sistema gràfic corporatiu, s'aplica en múltiples ocasions sobre diferents espais.

- **Original**

Una de les principals raons de ser d'un logo és aconseguir que una determinada empresa aconseguixi imposar-se sobre altres, marcant una diferència qualitativa.

El significat dels colors en els logotips



Logotips d'empreses de moda





Procés i resultat final

La nostra inspiració

[Web on podem trobar 40 logos que contenen papallones](#)

[Web on podem trobar siluetes dels diversos tipus de papallones](#)

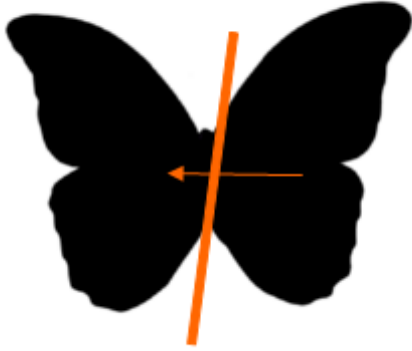
[Web d'il·lustracions de papallones \(tatuatges\)](#)

Procés de creació del nostre logo

Primer hem agafat idees sobre diferents papallones Danaus i ens hem decidit finalment pels colors de la papallona monarca d'aquesta imatge.



Hem agafat una imatge PNG d'una papallona normal i li hem retallat una ala i l'hem posada a sobre de l'altra, perquè sembli que està de costat; després hem fet una línia que dividia les dues ales.



A continuació, hem creat un text de color negre amb la paraula Danaus amb la font Riesling, que és la qual hem elegit pel nostre logo.

Riesling

Hem ajuntat el logo amb el nom perquè quedi la papallona repenjada a la D de Danaus.

Hem seleccionat l'àrea de la papallona fent **click + control sobre de la capa**, i hem copiat un tros de la imatge de la papallona monarca i hem clicat a **edición, pegado especial, pegar dentro**, així aconseguim que la imatge que hem copiat s'introdueixi dins de la àrea seleccionada.

Hem adaptat la imatge col·locada a la forma de la papallona que hem creat nosaltres perquè quedés com ens agrada.

Finalment hem guardat l'arxiu com **.PNG** perquè es un format que deixa veure els fons transparents.



COMPLEMENTES PROCÉS I IDEES:

Complements fets a partir de suro (taps de suro)

La primera idea que vam tenir va ser fer tots els complements a partir de taps de suro, aquí teniu les imatges seleccionades:

Finalment aquesta idea va ser rebutjada perquè no s'ajustava a la roba confeccionada.

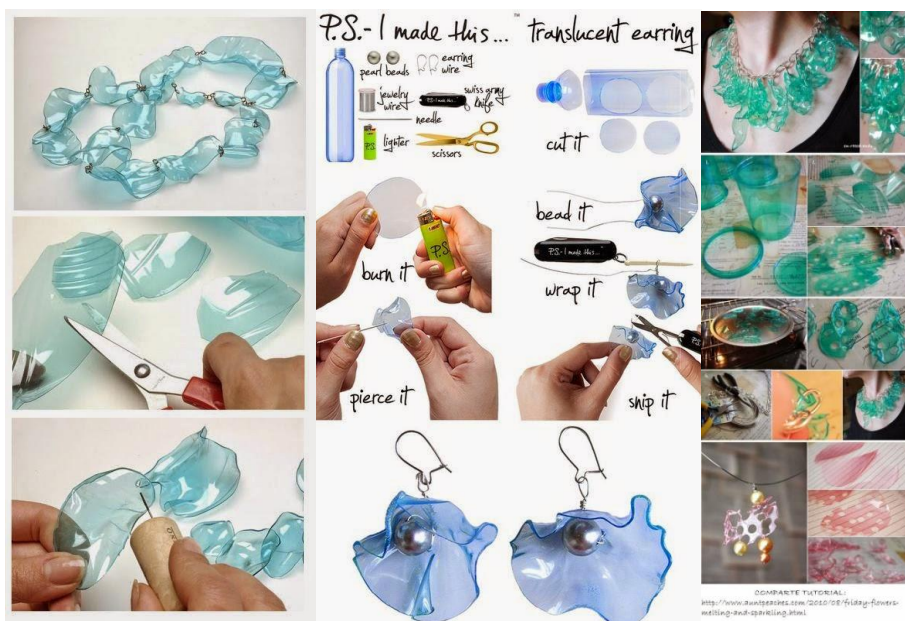


Complements fets a partir de materials reciclats

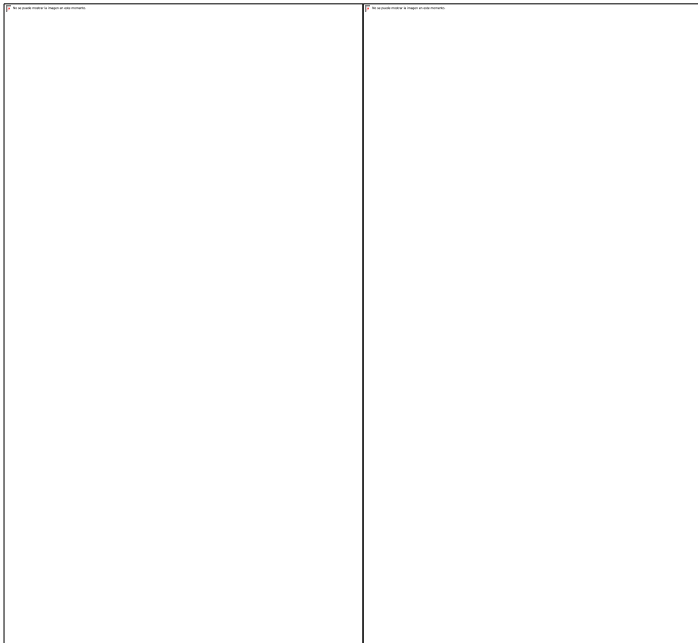
Després vam pensar de fer els complements amb materials reciclats, ja que els vestits són realitzats des de 0, vam trobar que era una bona idea combinar moda sostenible i moda no sostenible en una mateixa col·lecció.

Cada vestit és un món i per això a cada col·lecció li corresponien accessoris diferents que la complementaven. Aquí teniu les col·leccions amb els seus vestits corresponents:

Col·lecció ampolles de plàstic (vestit crisàlide)



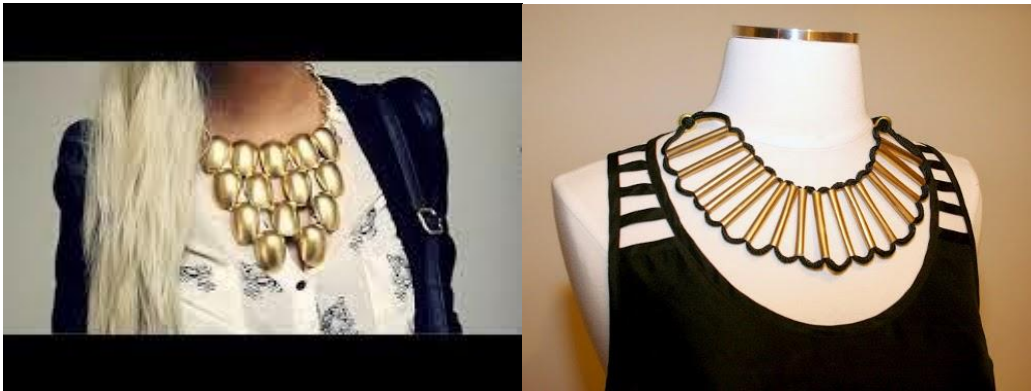
Col·lecció cremalleres(vestit eruga)



Col·lecció festuc(vestit papilió maackii)

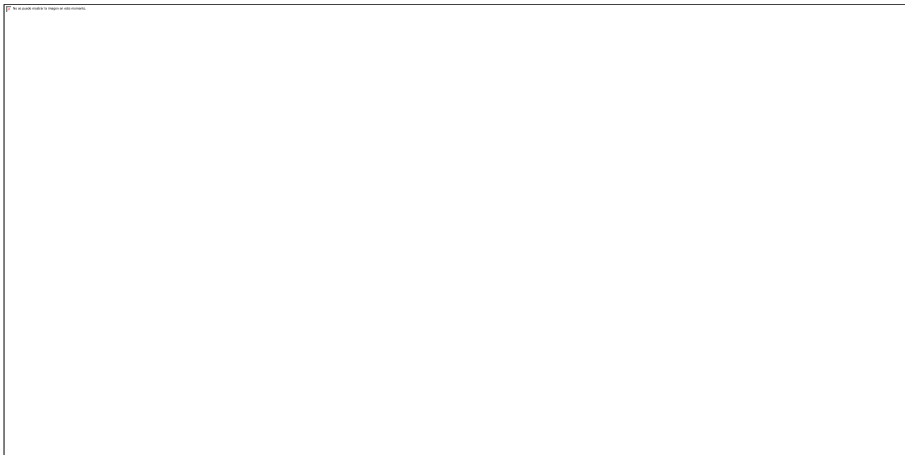


Col·lecció canyeta i cullereta (vestit ou)



Col·lecció xapes (vestit arna)





Col·lecció “trapillo” i fil (vetit melitaea cinxia o doncella del llanten)

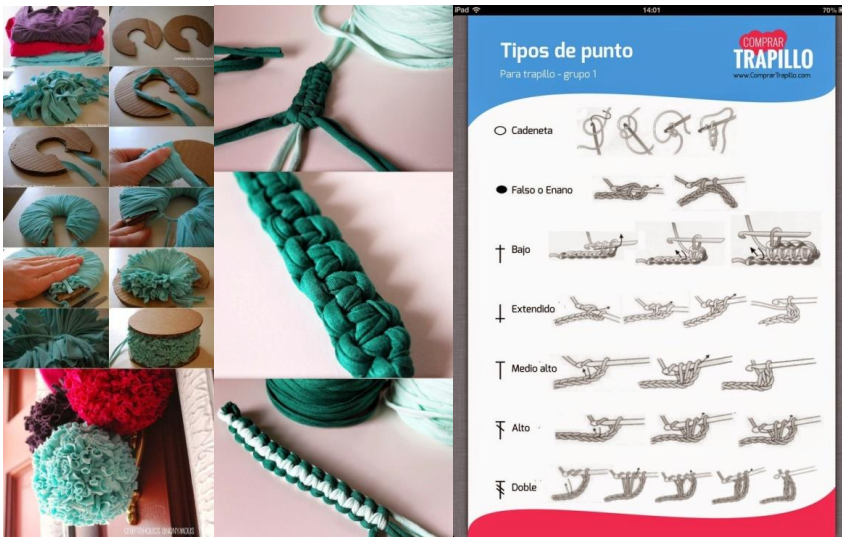


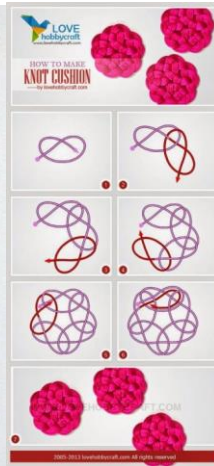
Complements fets a partir de “ trapillo”

Com heu vist en el últim punt, hi ha una col·lecció de “trapillo”.Aquesta col·lecció va ser la que vam escollir al final com a complement dels vestits. Cada vestit té un estil diferent de collaret/polsera.

Aquí podeu observar unes quantes imatges en les que ens vam inspirar:







--	--

A part d'imatges, també hem buscat tutorials el YouTube i d'altres models que no us mostrem a les imatges anteriors.

Aquesta va ser la nostra selecció i és la que hem usat per complementar el vestuari.

Polsera trenada amb trapillo: <https://www.youtube.com/watch?v=ivFwUN3Dpkg>



Polsera trenada amb un botó fet amb trapillo:

<https://www.youtube.com/watch?v=G6prTRUGSmo>



Collaret de trapillo teixit amb dos dits:

<https://www.youtube.com/watch?v=G6prTRUGSmo>



Collaret amb nusos celtes:

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



Collar amb nusos celtes (un altre estil):

https://www.youtube.com/watch?v=dTrYSVf_jkg



Collar amb nusos celtes multicolor fet amb cordons de sabates:

<https://www.youtube.com/watch?v=y5KXqcQ5TJs&list=UUNkKHBnLpH%C2%A>
[DQc90iXVU1XmQ](https://www.youtube.com/watch?v=y5KXqcQ5TJs&list=UUNkKHBnLpH%C2%A)



Collar i polsera de trapillo (no trenat)

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



Collaret trenat amb cordons de sabates (punta rodona o plana):

<https://www.youtube.com/watch?v=HxpvOlaVLVw&list=UUVQ57sutlynVhQMjV2RnX7g>



Collar de trapillo amb tècnica de scooby doo

<https://www.youtube.com/watch?v=9b EeOX vqI>



Collar de trapillo amb tècnica de scooby doo 2

<https://www.youtube.com/watch?v=CUjSdXQbyV0>



Collar de tires de tela de trapillo fet amb el disc kumihimo

https://www.youtube.com/watch?v=VhFi5tGH_Rs



Renovar un braçalet amb trapillo

<https://www.youtube.com/watch?v=JSmnRnCMJn8>



Collar fet de trapillo amb els dits

<https://www.youtube.com/watch?v=lrIIV6AO7xc>



Collar de trapillo fet amb el dis kumihimo:

<https://www.youtube.com/watch?v=UWEtpP1eUoM>



- Anells

Anell que recorda a una flor

<https://www.youtube.com/watch?v=AL8BdTgGukg>

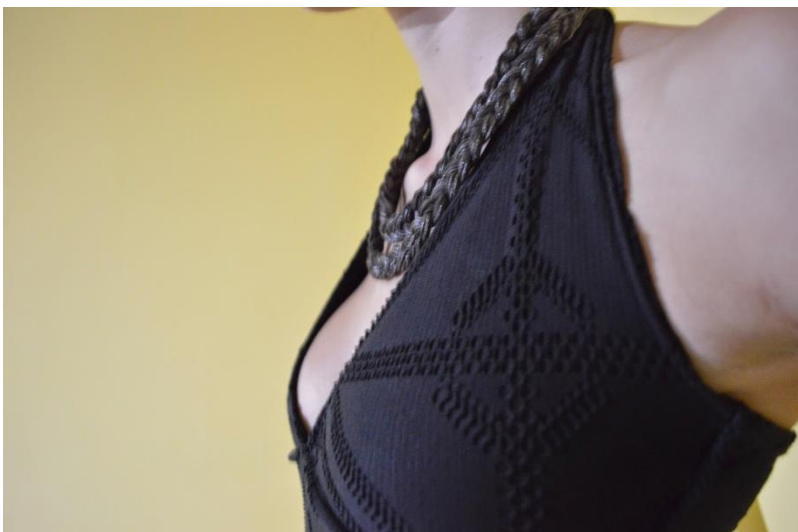


Anell fet amb trapillo a partir d'un "espiral"

<https://www.youtube.com/watch?v=T8DGBcE7enM>



Fotografies dels accessoris definitius fets per nosaltres:





Material:

- 1 rotllo de trapillo blanc
 - rotllo de trapillo gris
 - rotllo de trapillo negre
 - rotllo de trapillo lila
- 1 cadena daurada
- ganxet (12)
- cola per enganxar roba
- rotllos de fils (2 colors)
- tanques
- suport per anells
- botons

Sortides per anar a comprar el material:

- A Sant Celoni
- A Granollers
- A Cardedeu

Sortides per anar a comprar les teles:

- A Barcelona (2 cops)
- A Sant Celoni (3 cops)

Aquí teniu algunes fotografies de les sortides:



PATRONATGE

Definició:

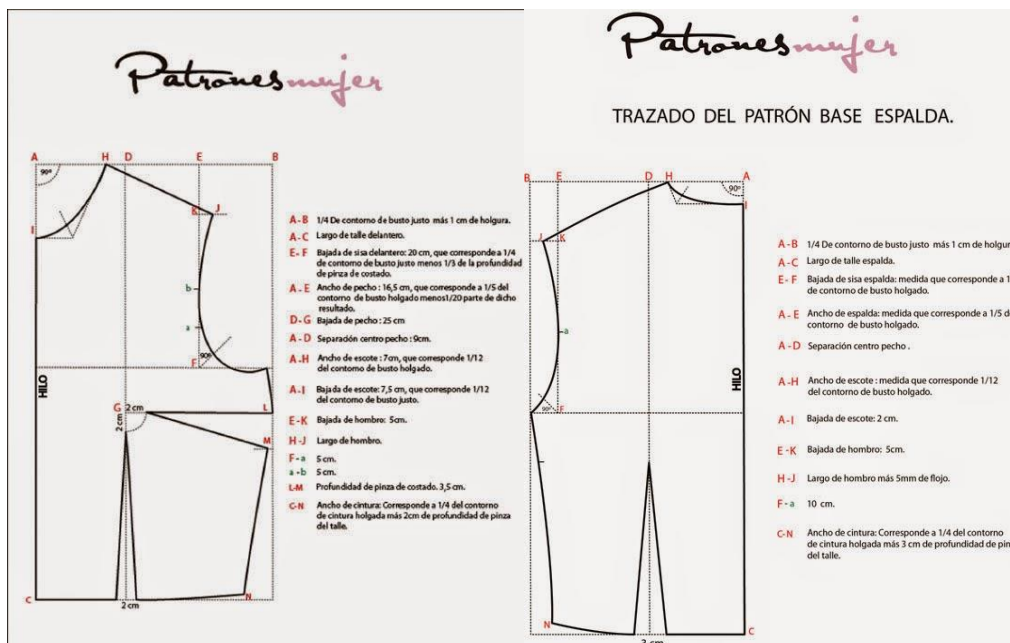
El patronatge es un pas obligatori alhora de dissenyar roba, es tracta d'agafar totes les teves mides i dibuixar-les en un full (especial per patrons), però no és tant fàcil, hi han moltes formes de fer patrons:

- Sistema Lutterloh: És un sistema de traç i tallat de patrons, únic i molt senzill d'aprendre, i ja reconegut mundialment des de fa desenes d'anys. Només requereix agafar dos mides i immediatament, en una forma fàcil i ràpida, iniciar a tallar i confeccionar els teus propis patrons. Aquest vídeo ens ho explica molt bé:

<https://www.youtube.com/watch?v=SD2GyYamrXs>



- O el bàsic, que és el que e utilitzat jo. Fer patrons em semblava algo imposilbe, portava temps intentant-ho i no ho aconseguia de cap manera, fins que vaig trobar això, que em va ser de gran ajuda:



Un element comú i necessari ahora de utilitzar qualsevol sistema de confecció de patrons és: PÀCIENCIA

Materials i teles necessàries:

- **Vestit melitaea cinxia**

-2x2 metres de tela (millor que sobri que no pas que falti)

Gasa amb estampat de leopardo

Forro negre bàsic ja que la gasa es transparent.

-Fil Gütermann negre

-Agulles extrafines per quan s'hagi de marcar el patró sobre la tela, aquestes agulles son les millors per no fer malvé la tela, ja que no totes son adequades per depèn de quines teles.

-Agulla per la màquina de cosir d'una grossor de 70-80

La part superior delantera consta d'un escot paraula d'honor amb forma de cor i una llargada fins la cintura, amb una pinça delantera al pit (esquerra i dret) i la part superior trasera te 2 pinçes una a cada canto.

La part inferior és una faldilla bàsica, ni arrapada ni ample, amb una longitud de 42 cm desde la cintura.

**Les pinçes:* serveixen per fer que la roba s'adapti a la mida en el cos, i que no faigi arruges innecessaries.

En el següent vídeo es pot observar tot el procés de forma resumida, que s'ha dut a terme per la confecció del vestit melitaea cinxia:

<https://www.youtube.com/watch?v=DMD9uiCMDko>



- **Vestit Papilio Maackii:**

Material:

- 4 m de rejilla negra
- 2m de rejilla de doble color
- Entretela adhesiva
- Fil Gütermann de color verdós.
- Agulla per la màquina de cosir d'una grossor de 70-80

Part superior: Ja que tenia el patró delanter del vestit melitaea cinxia vaig aprofitar i a partir d'aquest vaig modificar-lo, per així obtenir un altre patró per aquest vestit, d'escote també paraula d'honor però envès de tenir forma de cor, tindria una forma totalment recte

El patró de la part delantera trasera era totalment igual que el de la melitaea cinxia

Part inferior: La part inferior es tracta de una faldilla d'un vol de 90 graus, molt fàcil de fer i amb un resultat molt bo.

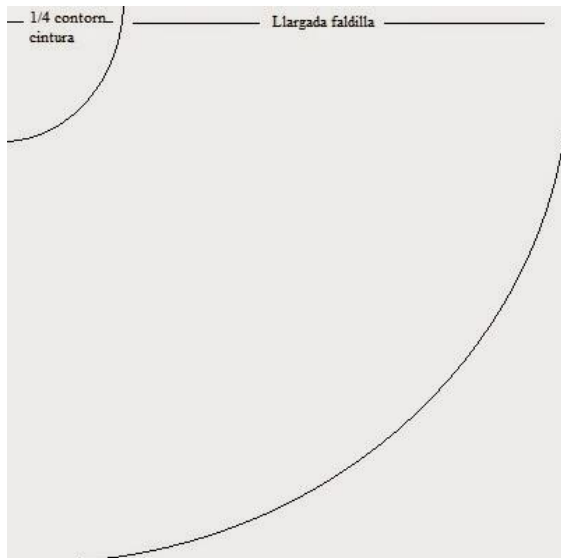
En el següent vídeo es pot observar tot el procés de forma resumida, que s'ha dut a terme per la confecció del vestit Papilio Maackii:

<https://www.youtube.com/watch?v=xsbAX46NWt4>



<https://www.youtube.com/watch?v=TVZ6uUUK954>





- **Vestit arna**

Material:

- 2m de tela plumada
- 2m de tela d'encaix
- Fil Gütermann negre

Part superior: La part superior delantera té un escot en forma de pic, i una llargada fins la cintura, és arrapada i no té cap pinça ja que la tela era elastica, així que no era necessari. La part trasera es una continuïtat de la tira de l'escot, i en cap moment te una unió al mig.

Part Inferior:(com que la tela era de un elevat preu econòmic, no em vaig veure en cor de fer sola la part inferior i vaig acudir a una especialista a Palautordera, la qual em va ajudar a fer-la)

- **L'ou**

Material:

- Licra negra bàsica 2 m
- Licra negra amb figures 2 m
- Entretela adhesiva
- Fil Gütermann eslastic

Part superior: El vestit de l'ou, al principi era un triquini ja que la primera idea que vam tenir no consistia en fer que tot fossin vestits, però com que ja estava fet, sabia greu no incorporar-lo en el video, així que vaig fer alguns arreglos per convertir-lo en un vestit.

Part inferior: Vaig planxar entretela adhesiva a la unió de les dos licres, per així donar més volum a la part inferior intentant transmetre la idea de un ou. El patronatge consistia en una faldilla bàsica però amb una amplada (tant per dalt com per baix) superior a la normal, finalment vaig cosir la faldilla a la part on hi hauria d'haver la calça del biquini, i només amb un petit gest vaig aconseguir que pasés de ser un triquini a ser un biquini.

- **Vestit crisàlide**

Material:

- 2m de tela floral cosida a sobre de rejilla
- Forru blanc
- Vel
- Gasa blanca per cobrir el cos.

Part superior: la part superior consisteix en un escot de forma rectangle bàsic, amb una pinça a cada costat del pit. i dos pinces a cada costat de l'esquena

Part inferior: patró faldilla bàsica.

*Nota: Aquest vestit va ser dels que més em va costar a fer, ja que la meua màquina, al no ser professional, em trancava el fil cada dos per tres, i no podia atrevesar algunes parts de la tela.

- **Eruga:**

Material:

- 2m de tela elàstica negra
- 2m de tela de qualsevol tipus, però elàstica, de color blanc.
- 4m de tela verda per fer el cos i la part d'abaix dels vesits.

Aquest vestit consta de tres parts: Part superior (pit), el cos (del pit fins als genolls), part inferior (dels genolls fins al terra)

Part superior: La part delantera vaig fer un patró bàsic d'escot d'oval amb un dobleg al coll imitant a una camisa. La part trasera vaig fer una esquena escotada, en la qual només hi havien les tires dels tirants que la travaven.

Cos: Consisteix en una faldilla de tubo bàsica

Part inferior: Vaig fer exactament el mateix patró que la part inferior del vestit

Papilio Maackii, però en comptes d'agafar 1/4 de la mida de la meua cintura, vaig

agafar 1/4 de la mida dels meus genolls, i vaig donar-li encara més vol, però més per la part trasera que per la delantera, per donar un efecte de una mini cua.

*Amb aquest vestit intentava imitar la forma de un vestit de cua de sirena basant-me amb els colors de una eruga.

En el següent vídeo es pot observar tot el procés de forma resumida, que s'ha dut a terme per la confecció del vestit Eruga:

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



Confecció

La confecció dels vestits va ser possible gràcies a la màquina de cosir Singer 2259:



La màquina de cosir utilitzada durant el treball és una Singer 2259, bàsica i econòmica, a mi, personalment, més molt útil, és fàcil d'utilitzar i en cap moment m'ha portat cap problema.

• Parts de la màquina:

Disc de tensió: Serveix per regular la tensió que vols que tingui el fil alhora de cosir. La tensió bàsica del fil: 4.

No oblidis que:

-Un ajust adequat de la tensió és important per una bona costura.

-No existeix un ajust únic de la tensió que sigui adequat per totes les funcions de puntades, fils o teles.

-El 90% de totes les costures es situaran entre "3" i "5"

-Per funcions de costura amb puntades decoratives o en zigzag, la tensió del fil sol ser menor que per la costura recte.

-Per totes les puntades decoratives, sempre obtindràs una puntada més atractiva i menys furncida en la tela quan el fil superior apareix per el costat inferior de la seva tela.

Tirafils: Part per on es posa el fil per enfilar-lo a l'agulla.

Talla fils: situat a la part del darrere de la màquina, Serveix per tallar el fil un cop s'ha acabat de cosir.

Prensateles: T'aguanta la tela perquè no s'arrugui mentre cuses.

Placa de l'agulla: És metàl·lica i és molt útil alhora de guiar-te per no anar de tort i que així quedi una costura ben recte.

Taula de cosir convertible a una caixa d'accessoris: Serveix per apollar la tela, i si es desmunta es poden col·locar objectes a dins com: fils de cosir, agulles, tisores, etc. És molt útil

Botó de retrocés: Serveix per quan es comença una costura, un cop s'han fet unes quantes puntades endavant, tires enrere gràcies a aquest botó i seguidament endavant, i gràcies a aquest moviment es fa un nus automàtic perquè no es desfagi la costura.

Tope del devanador: És una peça necessària alhora d'enfilar la canilla (canilla: objecte rodó obligatori que va a la part inferior de la màquina on si posa el fil, i fa la

puntada juntament amb el fil que s'enfila a l'agulla, la canilla va introduïda dins la bobina)

Disc de selector de puntada: tal i com diu el seu nom, és un disc en el qual hi han totes les puntades bàsiques, influïdes:

-Zigzag

-recte

-puntades elàstiques

-Puntada recta flexible: Agrega un reforç triple al estirament de la tela

-Ric Rac: És convenient per les teles fermes com el cotó, la pana, popelina, etc.

-Vora invisible: Útil per vores, cortines, pantalons, faldilles, etc

-Vora invisible en teles elàstiques

-Vora invisible bàsica

-Traus: Els gruix varis segons la tela. Sempre fes un trau de prova al tipus de tela que utilitzaràs.

Consells:

-Afluïxa una mica la tensió del fil superior per obtenir un resultat millor.

-Utilitza reforç (baix tela) per teles molt fines o elàstiques.

-Es aconsellable utilitzar un fil gruixut per teles elàstiques o de llana teixida.

-Els zigzag s'ha de cosir per sobre del fil gros

-Enganxat de botons: S'ha d'instal·lar una placa per cobrir els impel·lents (ja ve amb la màquina Singer 2259) Aquesta puntada et coseix el botó a la tela automàticament. S'ha d'anar amb compte alhora d'utilitzar l'agulla, no totes son aptes per tots els botons.

-Puntades decoratives.

Nota: Per fer les vores invisibles amb major facilitat, fes servir el prensateles per vora invisible.

Disc selector llarg de la puntada: Serveix per elegir el llarg de la puntada desitjada.

Màquina overlock



Màquina overlock

CAP màquina aconseguir fer totes les coses desitjades, per això hi han moltes màquines de cosir, cada una específica amb l'acció desitjada.

La màquina de cosir overlock també anomenada màquina de sobrificar, es sol utilitzar amb combinació amb la màquina de cosir normal, ja que proporciona un acabat polit i professional a la roba. Treballa amb dos fils superiors i dos fils inferiors i cuchilles per tallar la tela sobrant. S'utilitza sobre tot per sobrefilar o rematar cantons, però també per cosir roba o gènere de punt.

Costures: En les costures a màquina overlock, les puntades rodegen la vora de la tela per donar-li un acabat professional. Els sobrefilat de 3 fils es fa servir sobretot per rematar cantons; el de 4 fils, gràcies al quart, es a més una costura forta, fantàstica per teixits de punt elàstic.

REPORTATGE FOTOGRÀFIC

Introducció

Per fer l'edició d'aquestes imatges hem utilitzat **Adobe Photoshop CS6** i el procés que hem seguit és el següent:

Hem agafat la fotografia que hem fet prèviament en una sessió fotogràfica en un plató que hem creat nosaltres i hem escollit una o diverses imatges que s'adaptessin a la fotografia. Com hem explicat abans, cada vestit té la seva raó de ser, i per això ha de tenir una localització diferent.

Primer hem creat les dues capes per poder editar la fotografia i la imatge per separat, hem agafat l'eina de la "**Goma d'esborrar**", per poder treure el fons del plató, utilitzant diferents mides de la goma per tenir més precisió, a continuació, hem posat la fotografia de la mida correcta, perquè s'adapti a la imatge. També hem utilitzat l'eina "**Lazo Magnético**" per retallar la model.

Després hem utilitzat les eines "**Curvas, Brillo/Contraste y Tono/Saturación**" perquè la fotografia i la imatge tinguin el mateix color.

En algunes imatges hem hagut de fer altres capes i editar la il·luminació, creant-la amb un to blanc o groc i difuminant-ho amb "**Filtros - Desenfoque Gaussiano**" i adaptant-lo al nostre gust, també en altres imatges hem hagut de crear les ombres amb un pinzell negre i abaixant l'opacitat fins al 50%.

En el procés ens hem trobat amb algunes dificultats: no obstant això, amb molta paciència les hem pogut resoldre. Aquest treball ens ha servit per obtenir més coneixements amb aquest software.

De tots els conjunts hem fet fotografies de davant, perfil i darrere, per tal de poder contemplar i valorar millor el conjunt. Més endavant, el dia de la presentació, hi haurà noves fotografies.

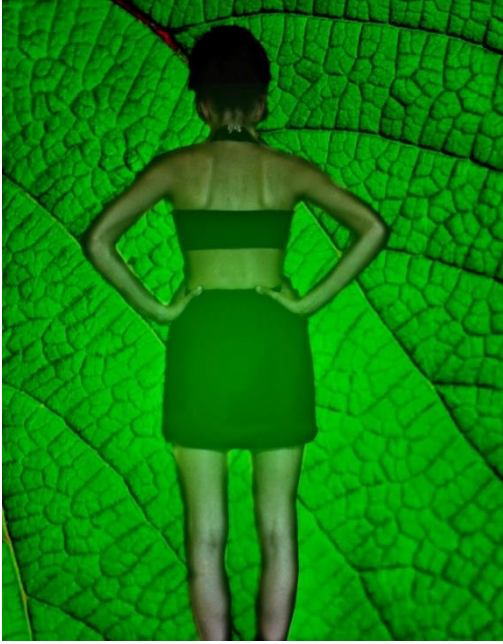
A l'esquerra trobem les fotos sense editar i a la dreta, les fotos editades.

- **Vestit Ou**

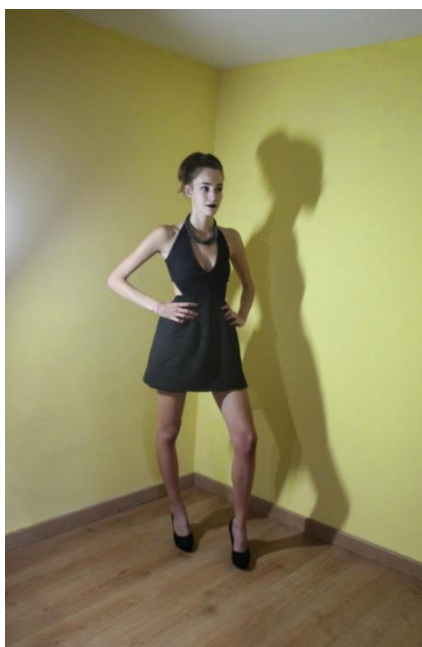
Per aquest conjunt hem triat com a fons un pla detall de diverses fulles, el motiu és que els ous es dipositen a les fulles, cada espècie en una planta diferent.

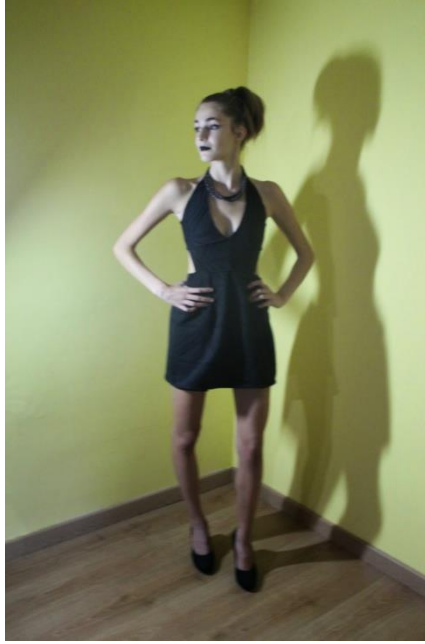
El pentinat i el maquillatge també l'hem fet pensant que és un ou: el cabell recollit en forma rodona i el maquillatge i els complements negres com el vestit per mostrar un sentit homogeni en el conjunt de la imatge.

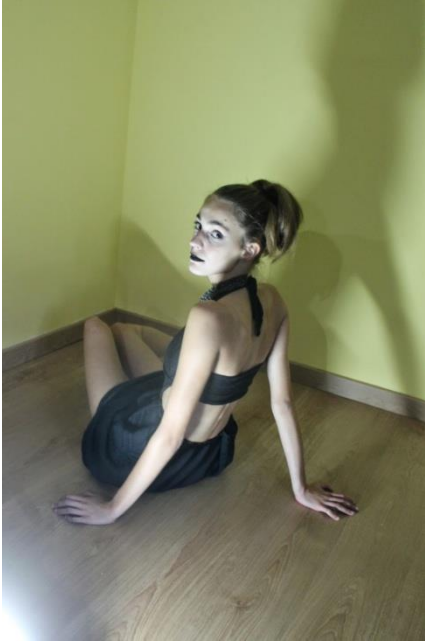


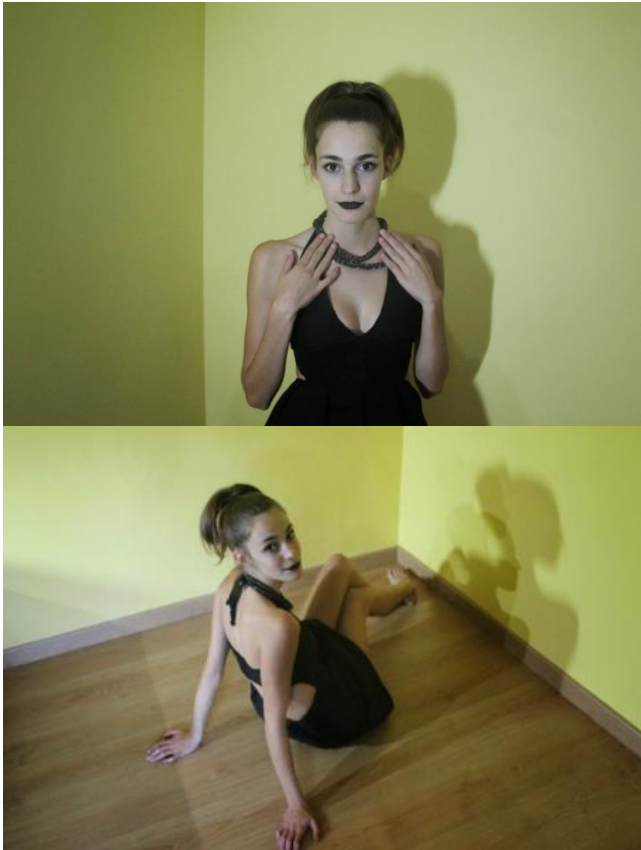


Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:









- **Vestit Eruga**

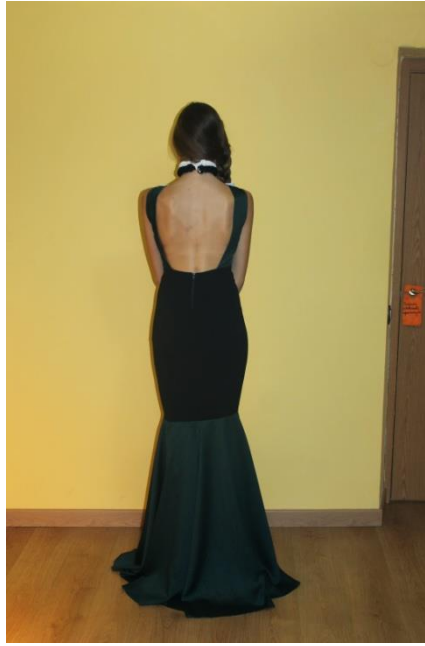
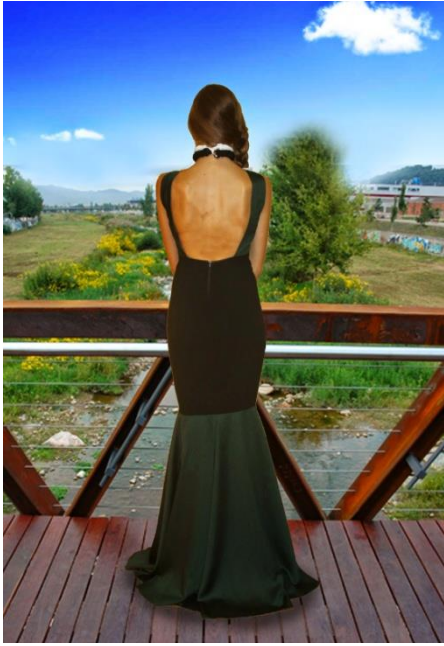
Aquest vestit està basat en l'eruga de la papallona Monarca, la qual conté aquests tres colors (blanc, negre i verd). Els dos collarets representen les tires que té el cos de l'eruga, igual que els llavis i els ulls, maquillats d'aquests tres colors.

Pel fons hem escollit un prat verd, amb la intenció d'expressar que l'eruga ja és més gran que l'ou i que, com hem dit abans, creix molt ràpidament i ja no es queda sol a la fulla, també per les plantes i els prats. El pentinat és una trena, per donar sensació de longitud i creixement respecte a l'ou.

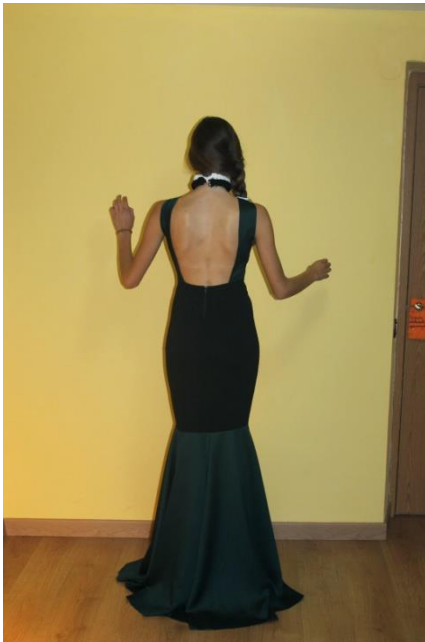






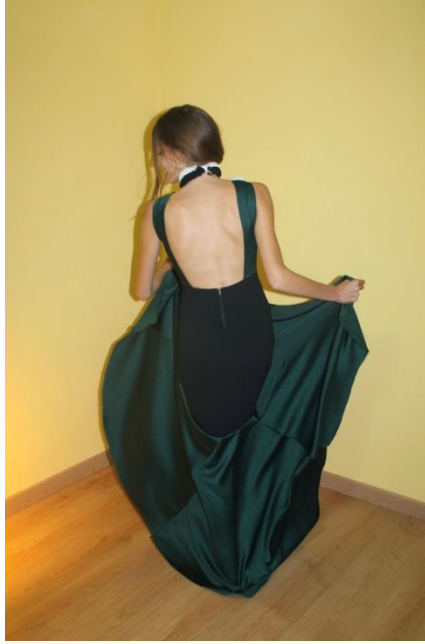


Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:













- **Vestit crisàlide**

L'eruga es converteix en crisàlide. Dins la crisàlide l'eruga esdevé papallona. Acostumen a ser blanques, per això el vestit és blanc. El vel, que ens recorda una mica un vestit de núvia fa la sensació que la crisàlide s'estigui formant, fins al punt que el contingut de dins (el vestit) ja no es veurà. El pentinat no és rellevant, la seva funció és sostenir el vel.







Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:

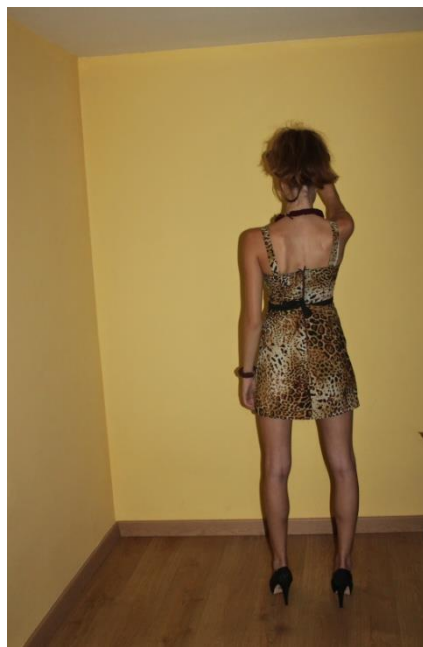
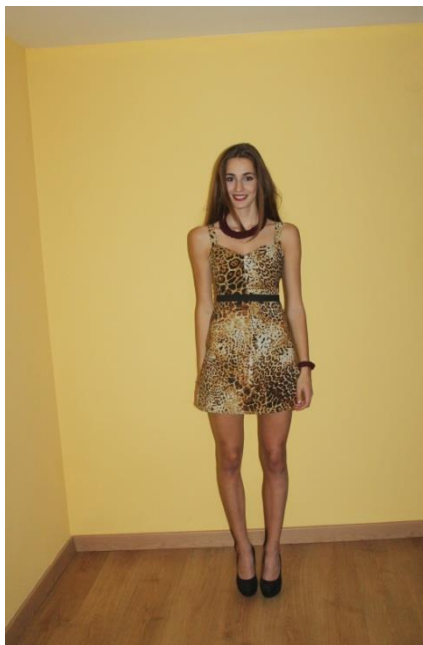


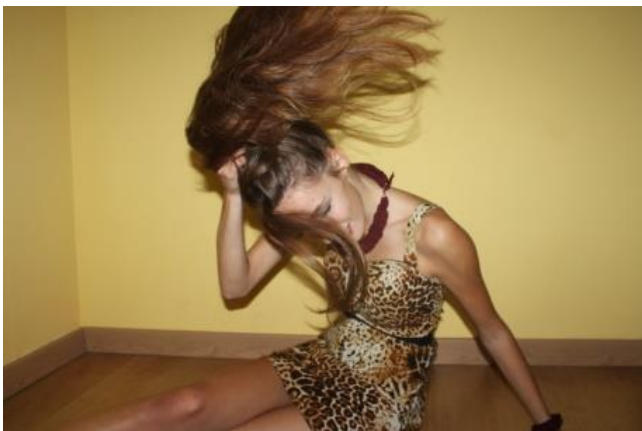




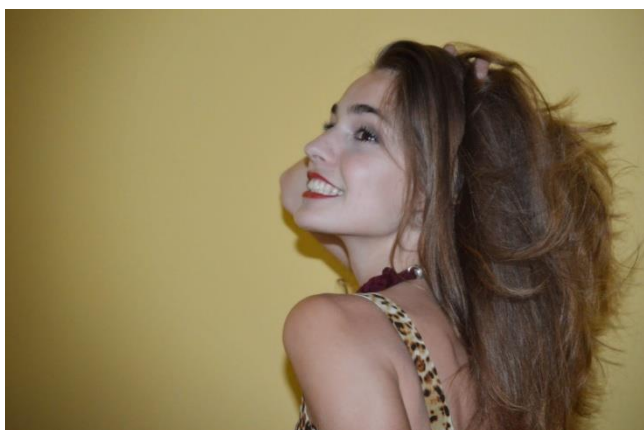
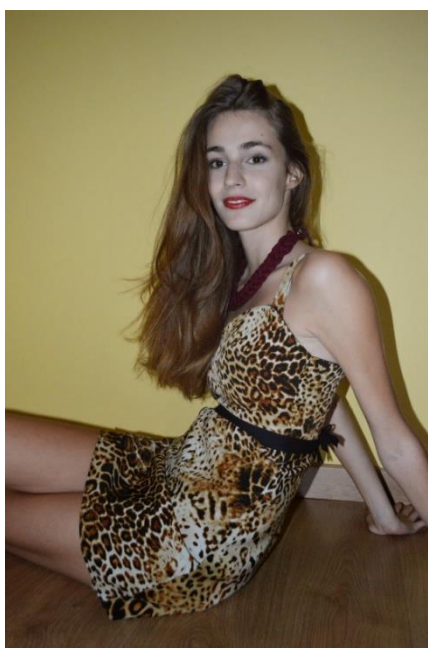
- La papallona diürna *Melitaea cinxia*

Tal i com es pot llegir a l'inici del nostre treball, hem triat aquesta papallona per representar les papallones diürnes. Tots els diferents fons tenen en comú el color vermell i ja hi ha més presència de bosc i de flors. El cabell deixat anar representa l'obertura de les ales i la llibertat. El color dels llavis fa joc amb el collar.

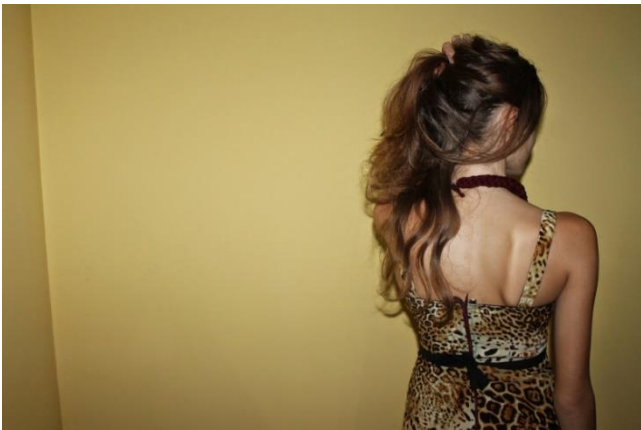




Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:







- La papallona *Papilio Maakii*

A l'inici també s'expliquen els diferents trets característics d'aquesta fantàstica papallona. Aquest conjunt expressa diversió i es caracteritza per la flor del cap (les papallones s'alimenten del nèctar de les flors) i els diferents tons del vestit varien segons d'on vingui la llum. El fons ja és un bosc, on la papallona pot volar lliurement. Les dues cues del pentinat representen dues de les ales d'aquesta papallona.









Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:



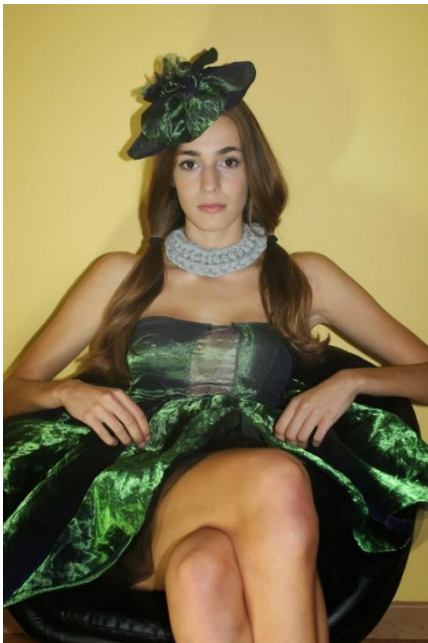






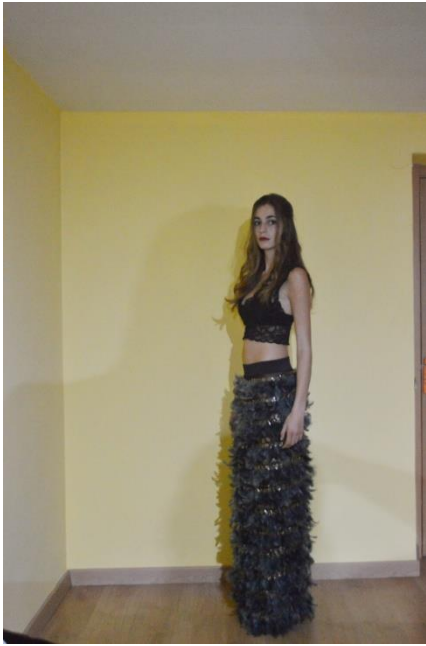






- **L'arna**

Com podeu veure, aquests teixits representen molt bé les arnes o papallones nocturnes i el seu plomatge que les diferencia de les diürnes. El fons representa la nit. Les arnes acostumen a buscar la llum dins la foscor. A l'inici trobareu més informació sobre aquests insectes. El cabell i el maquillatge ajuden a donar la sensació de nit.

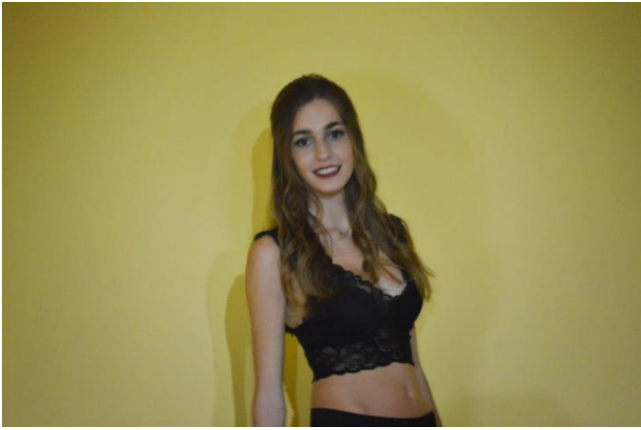
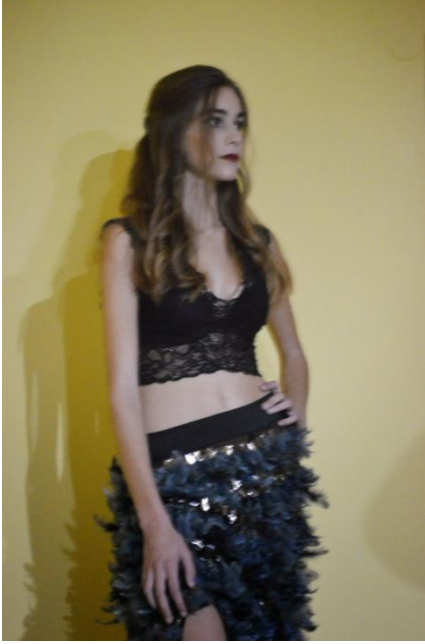


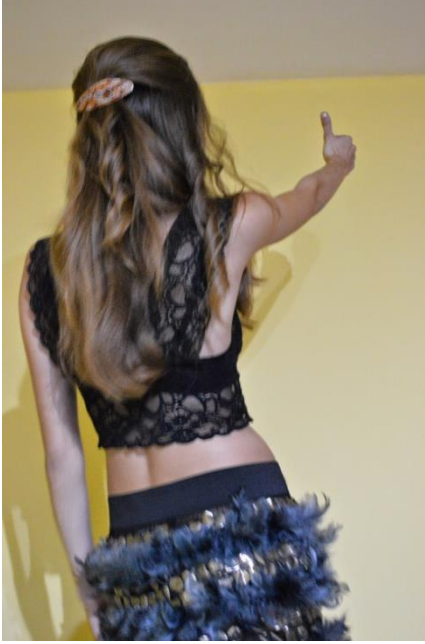




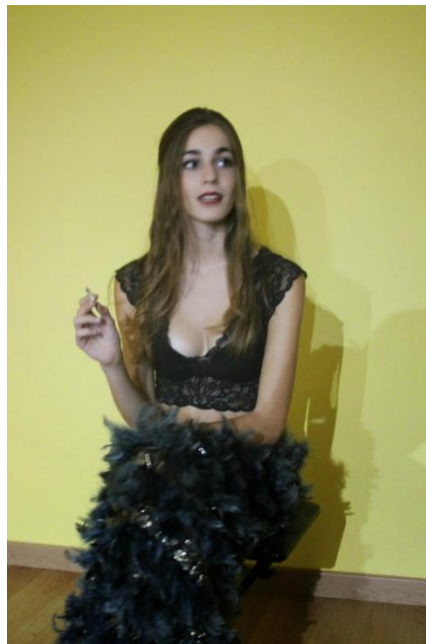
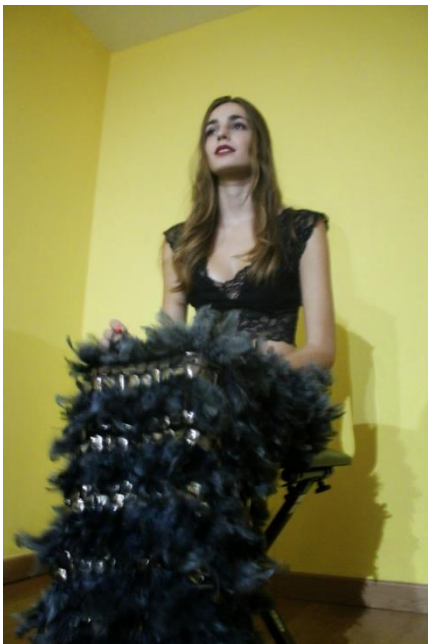
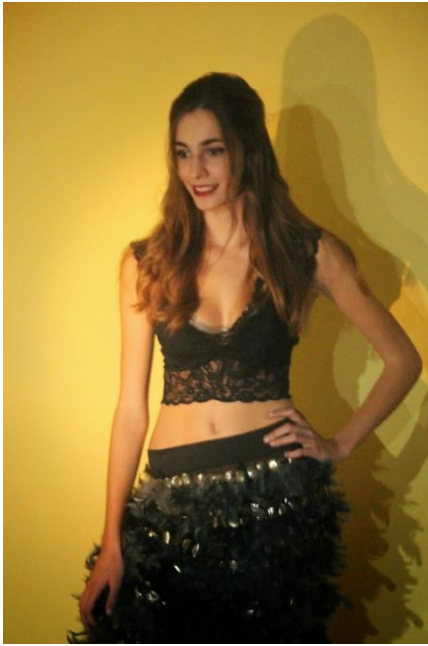


Diverses fotografies de la sessió fotogràfica d'aquest vestit:

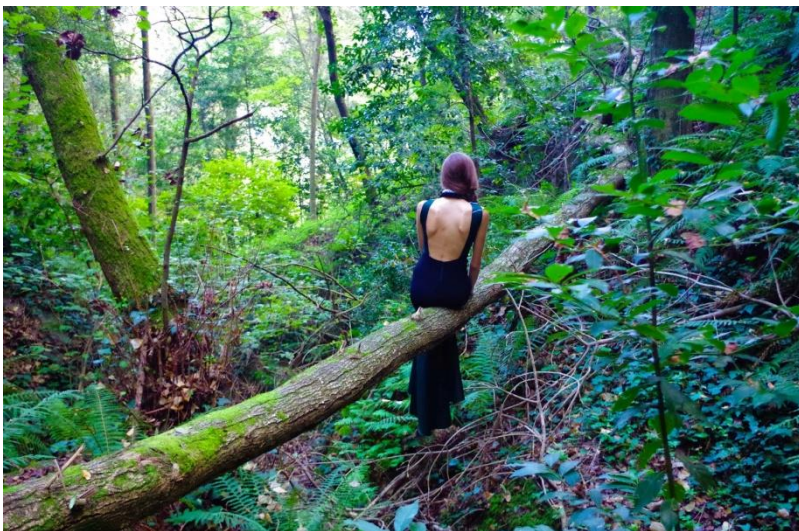


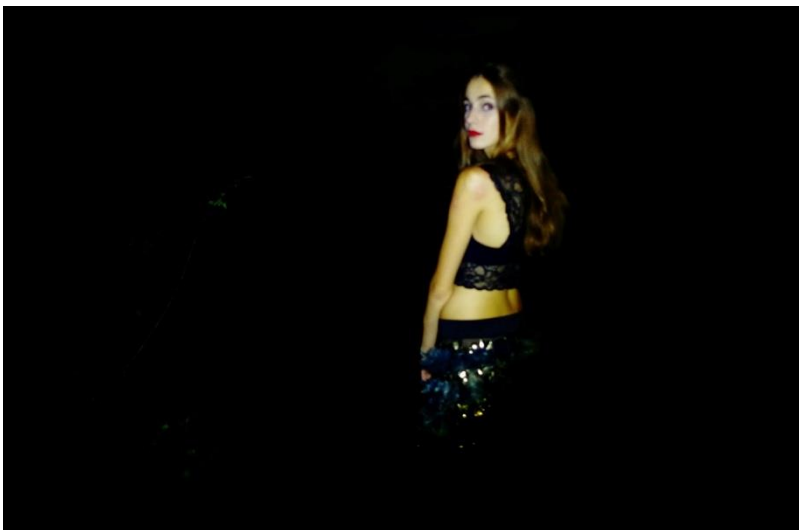






Finalment, també vam fer un reportatge fotogràfic però aquest cop sense utilitzar el Photoshop, les vam fer directament al lloc on més endavant gravaríem l'anunci. Vam col·locar els vestits en llocs estratègics per tal de representar el seu significat, explicat anteriorment.





L'ANUNCI O SPOT PUBBLICITARI

Elaborar un spot publicitari

Els passos

Primer de tot hem d'escriure un document, que contingui els apartats següents:

Empresa anunciant. Convé que feu una breu introducció de la seva història i "productes" (nivells de formació).

L'empresa és Danaus, creada per Autora 1 i Autora 2.

Temàtica o producte. Característiques, composició, preu, benefici que aporta al consumidor, entre d'altres dades significatives.

El producte que oferim són vestits i complements. El preu és una mica elevat, el motiu és el valor de les teles i les hores de treball dedicades.

Al consumidor, li aporta llibertat, sentir-se bé amb un mateix i no tenir por a canviar (seguretat).

Competència. Si és que en té. Avantatges i desavantatges del "nostre" producte respecte al de la competència.

No tenim una competència directa, però sí que hi ha moltes marques de roba. La nostra col·lecció creiem que es desvia de les col·leccions normals pel fet que té una molt bona base al darrere i un bon objectiu, més enllà de l'econòmic.

Àmbit o mercat. Descripció del lloc on ha d'incidir la nostra temàtica. Mercat real i mercat potencial, segmentació (si ve al cas).

La nostra temàtica ha d'incidir en dones amb inquietuds. La roba està pensada per portar a la primavera/estiu.

Consumidor. Característiques, costums, estils de vida, motivacions de compra o d'ús.

El consumidor ha de ser una dona. Ha de tenir ganes de provar coses noves, de no preocupar-se pel que la gent pugui dir d'ella, una dona que viu la vida i vol un canvi. Dones que vulguin sentir-se lliures i que no tinguin por de lluitar per aconseguir els seus somnis.

Objectiu de màrqueting. Què vol aconseguir l'entitat?

Volem aconseguir que el prototip de dona perfecta que ens ha creat la publicitat sigui qüestionat i que la paraula "moda" no agafi un sentit general, sinó un sentit diferent per a cada persona.

Objectiu de la publicitat. Informació concreta sobre el que ha d'aconseguir la publicitat

El nostre objectiu és, a través dels vestits, que la gent aconseguixi conèixer i valorar l'enorme riquesa de tots els éssers vius de la Terra, en aquest cas les papallones, i de la importància de protegir-los.

Públic objectiu. Informació sociodemogràfica i sociopsicogràfica sobre el grup d'individus al qual s'adreça el missatge publicitari.

El missatge s'adreça a dones amb les característiques anomenades en el punt del consumidor.

Un segon document, contestant aquestes preguntes:

- A qui ens adrecem? Dones (a partir de 16 anys)
- Què volem aconseguir del públic? Volem aconseguir que s'atreveixin a canviar i a ser com elles volen. Que s'expressin amb total llibertat.
- A través de quins mitjans? A través d'un anunci i d'un *book* de fotografies.
- Quin és l'únic argument de venda, poderós i fàcil d'entendre per al consumidor? Atreveix-te a volar.

Més tard començarem a preparar-ho tot per fer realitat aquest anunci:

1) Establim l'eslògan de l'anunci. L'eslògan és una frase, generalment curta, que acostuma a sintetitzar la idea base de la campanya i que acompanya la marca i ajuda a recordar-la.

Tenim diversos eslògans que expressen bé la nostra marca:

- Atreveix-te a canviar
- No tinguis por de volar
- Sigues tu mateixa
- Allibera't
- Que els obstacles no et facin abandonar el teu somni
- Converteix-te en papallona
- Somia, vola i no et rendeixis

L'eslògan seleccionat és "Allibera't" perquè és curt i entenedor.

2) Redactem la part verbal del missatge publicitari. Escrivim tots els textos, tant orals com escrits, que intervenen a l'anunci.

L'anunci no tindrà cap tipus de diàleg, volem que el consumidor es fixi en la roba, els complements i els paisatges. La música ajudarà a entendre l'acció.

3) Elaborem la part visual del missatge publicitari. Dibuixem les vinyetes dels moments clau de l'espot, com si fos un còmic i adaptem el text a les vinyetes.

Encara no hem acabat de decidir quin anunci farem, més avall trobareu algunes idees.

4) Rodem l'espot. Necessitem principalment càmera i tríode.

El dia de l'exposició (7 de novembre) es projectarà.

Per rodar-lo necessitem:

- Llum (focus o llanterna)
- Una càmera
- Un tríode
- Una model
- Un programa per editar-lo (Sony Vegas)
- Els vestits i els complements

5) Establím les localitzacions de gravació, que prèviament ja haurem decidit. Estudiem els llocs de gravació.

Els llocs de gravació són prats, boscos, flors, etc.
Són els llocs on viuen les papallones.

6) Les persones que faran de models es maquillaran i vestiran abans de gravar.

Sí, es maquillarà igual que a les fotografies (Reportatge fotogràfic) , allà expliquem el perquè dels vestits, dels pentinats i del maquillatge.

Idees

- **Fer un anunci curt**

Opció 1:

L'anunci consistirà en una persona (Autora 1) que vagi fent voltes sempre en el mateix punt (l'escenari pot anar variant i cada X temps canvia el vestit).

Objectiu: mostrar la nostra marca de roba i mostrar la metamorfosis d'una papallona gràcies als vestits confeccionats (ou – eruga – crisàlide – papallona 1r dia – papallona 2n dia - papallona 1 nit) pot ser que la transformació es faci durant un dia sencer (això es veurà reflectit en la llum).

Opció 2:

L'anunci tracta d'explicar l'evolució d'una papallona a través dels vestits i els complements. Volem aconseguir que aquesta transformació es porti a terme durant un dia natural (l'ou a l'alva i l'arna a la nit). La model a través dels seus moviments vol representar el significat dels vestits. L'ou és totalment quiet. L'eruga comença quieta però va agafant moviment. La crisàlide és quieta i s'enrolla amb el vel. Les dos papallones de dia tenen molt de moviment (ex: columpi: volar, riu: alimentació papallones). Finalment l'arna es gravaria a la nit el mateix lloc a on s'ha gravat a l'ou. Per fer aquest anunci cal tenir molt en compte tota la recerca de la vida de les papallones. També volem donar la sensació de llibertat, d'aquí el nostre eslogà: Allibera't.

- **Fer un anunci llarg**

Opció 1:

-*Escena 1:* La protagonista està asseguda en un camp amb els ulls tancats, una papallona (feta amb ordinador) li toca el nas, ella es desperta, la papallona se'n va i la protagonista va darrere d'ella. - ou

-*Escena 2:* La papallona decideix endinsar-se al bosc, la noia decideix seguir-la. La papallona va massa ràpida i la protagonista no pot anar el seu pas ja que no té ales, encara no és una papallona. - eruga

.../...

Missatge: No et rendeixis, fes realitat els teus somnis, atreveix-te a canviar.

L'anunci es projectarà el dia de l'exposició (6 o 7 de novembre)

Música

Des del principi vam tenir clar que el nostre anunci havia de tenir una música que l'acompanyés i que ajudés a entendre el missatge que volem transmetre amb la nostra marca.

Volíem una música que expressés el canvi, que tingués alts i baixos, que se't fiqués a dins del cos; una melodia relaxant i, a la vegada, amb moments intensos i que et fessin vibrar.

Després de veure i analitzar els diferents estils de música, vam decidir escollir la clàssica.

Definició

La música és l'art que es manifesta en l'organització dels sons i els silencis en el temps. És l'art de la generació, manipulació i combinació, en successió dels sons, produïts per veus humanes o instrumentals, molts cops per a la transmissió d'emocions i missatges.

Principals estils de música

- **Clàssica**

És un estil musical sorgit el segle XIII que es caracteritza per un estil esquemàtic, pautat i harmònic.

Artistes a destacar, com per exemple Mozart, Hydn i Beethoven.

Exemple: [Wolfgang Amadeus Mozart - Allegro](#)

- **Música popular**

És un conjunt de gèneres i estils musicals que, a diferencia de la música tradicional, no s'identifiquen amb nacions o ètnies específiques. Per la seva simplicitat i la seva interpretació no exigeix uns grans coneixements musicals. Aquest tipus de música va sorgir el segle XVIII.

Artistes a destacar: Antonio Molina, Concha Piquer, Rocío Jurado, Sabina...

Exemple: [Rocío Jurado - Como Una Ola](#)

- **Música folk**

És un estil de música que parteix de la música popular i tradicional. La música folk va sorgir al segle XVIII. Poden partir originàriament de temes musicals populars o només prendre'n exemple de l'estil i formar temes propis dels autors. Artistes a destacar the Dubliners, Nadau, Wolf Tones...

Exemple: [Musica Folk Herbert Pixner Trio "Der Russische](#)

- **Jazz**

És un gènere musical nascut a Nova Orleans a principis de la dècada del 1900, on es barreja un ritme propi dels afroamericans d'Estats Units, amb una instrumentació i un timbre genuïns de les bandes de carrer.

Artistes a destacar: Louis Armstrong, Fats Waller, Miles Davis...

Exemple: [Louis Armstrong - When The Saints Go Marching In\]](#)

- **Blues**

És un gènere musical vocal i instrumental basat en la utilització d'unes determinades notes, l'ús de les progressions d'acords del blues i d'un patró repetitiu que sol seguir una estructura de dotze compassos. Va sorgir el segle XIX.

Artistes a destacar: Robben Ford, Ray Charles, Jimy Hendrix...

Exemple: [Jimi Hendrik- Little Wing](#)

- **Country**

És un estil musical sorgit els anys 20 del segle XX, a les regions rurals del sud dels Estats Units i a les províncies marítimes del Canadà. Va combinar la música folklòrica d'immigrants d'alguns països europeus amb d'altres formes musicals ja arrelades a Nord-Amèrica.

Artistes a destacar: Don Richardson, Ernest Stoneman, Riley Puckett...

Exemple: [You Ain't Met My Girl- Jeremy Castle and The Lonesome Knights](#)

- **Rock**

És un estil musical que va sorgir a partir del Blues. A Amèrica del Nord, amb referents com Elvis Presley o els Rolling Stones.

Va sorgir a mitjans del segle XX.

Artistes a destacar: Elvis Presley, Rolling Stones...

Exemple: [The Rolling Stones- It's Only Rock'n Roll](#)

- **Punk**

És un estil musical que va aparèixer els anys 70 com a subgènere musical del rock. Des d'aleshores l'han acompanyat corrents artístics, literaris, ideològics i polítics, i d'aquests n'han derivat formes d'intercanvi i de relacions socials pròpies.

Artistes a destacar: Green Day, Black Flag...

Exemple: [Green Day- American Idiot](#)

- **Pop**

És una de les interpretacions musicals originades a partir de la segona meitat del segle XX, orientades al públic amb la finalitat de ser comercialitzades. Es contraposa a la música clàssica.

Artistes a destacar: Lady Gaga, Madonna, Katy Perry...

Exemple: [Lady Gaga - Do What U Want Feat. R. Kelly](#)

- **Techno**

És un estil de música electrònica creada a finals dels anys 70, però que va aconseguir la màxima popularitat els anys 90. És una evolució del rock progressiu, però té unes melodies més electròniques i uns ritmes més durs i obsessius. Es caracteritza per la utilització d'instruments electrònics.

Artistes a destacar: LFO, 808 State, Daniel Bell...

Exemple: [Best Techno 2011-2012](#)

- **Reggaeton**

És un estil musical influït pel hip-hop. Neix a partir de les festes en les quals el DJ punxava la cara B instrumental dels vinils de reggae. Va sorgir el segle XX.

Artistes a destacar: Don Omar, Daddy Yankee...

Exemple: [Nicky Jam - Travesuras](#)

- **House**

És un estil de música electrònica. Les arrels del House comencen el 1985. El House és un descendent directe del so disco que aconseguí trencar a través de la música.

Artistes a destacar: David Guetta, Pitbull, Dj Tiesto...

Exemple: [DJ Antoine ft. The Beat Shakers - Ma Chérie \(DJ Antoine vs Mad Mark 2k12 Edit](#)

- **Chill Out**

És un gènere musical que es caracteritza pel seu ritme relaxat i el predomini de la melodia sobre la veu, sovint absent. Va sorgir a partir dels anys 90 com a gènere musical independent. S'utilitza per posar en llocs públics com: supermercats, dentistes, sales d'espera....

Artistes a destacar: Chambao, Israel Izz...

Exemple: [OFFICIAL Somewhere over the Rainbow - Israel "IZ" Kamakawiwo'ole](#)

Selecció

- **Les millors opcions (a totes elles hi ha piano)**

1. [BSO Los protegidos - Sentimientos](#)
2. [Evanescence - My Immortal \(Piano Cover - Rob Hughes\)](#)
3. [The Cinematic Orchestra - To Build a Home](#)
4. [The Cinematic Orchestra Arrival of the Birds & Transformation](#)
5. [Comptine d'Un Autre Été- Die fabelhafte Welt der Amélie Piano](#)
6. [Ludovico Einaudi - Una Mattina \(Extended\)](#)
7. [Ludovico Einaudi - In un'altra vita](#)

Música escollida

- **Primera opció**

[The Cinematic Orchestra Arrival of the Birds & Transformation](#) (opció 4)

Hem redactat un escrit per tal de demanar permís per utilitzar-la en el nostre treball de recerca:

"We are Highschool students. We study art at Celestí Bellera in Barcelona/Catalonia. We send you this e-mail to ask you permission to use your song "The arrival of the Birds" for our research work about fashion. The only purpose will be academic, so no commercial use is intended. We'll upload our finished video on Youtube, using your song as a soundtrack, so that our teachers can see it and assess it.

We are looking forward your answer

Thank you

Att: Carla Corpas Paret and Marta Duran Vilalta"

- **Segona opció**

[Comptine d'Un Autre Été- Die fabelhafte Welt der Amélie Piano](#) (opció 5)

El rodatge

Finalment, vam anar al Parc Natural del Montseny a gravar el nostre anunci (llarg) per tal que es veiés com són els vestits en moviment i representar la metamorfosi i la localització de les nostres papallones.

Material: una càmera, un trípode, vestuari adequat, maquillatge adequat, els vestits i els complements.

Actriu/model: Autora 1

Càmera i edició (Sony vegas pro 12): Autora 2

Música: Arrival of the birds (Cinemathic Orchestra)

Temps de gravació: Un dia natural, des de les 5 i 30 del matí fins les 8 del vespre.

Aquí teniu el resultat:

https://www.youtube.com/watch?v=jwBIdk_lpeY



Recordar que no té cap finalitat comercial, sinó acadèmica.

Aquest treball de recerca va ser lliurat a través d'un blog:
<http://modanaus.blogspot.com.es/>

Us animem a fer-hi un cop d'ull per accedir més fàcilment a tots els links.