

Treball de recerca

Creació d'una col·lecció de moda independent

Candy Mas Amaro



Directora María José Lozano Ferrero

Primer de Batxillerat A

Escola Garbí Pere Vergés (Badalona)

Curs 2017-2018

Tiana, 24 de setembre de 2018

ESQUEMA DE CONTINGUTS:

0. INTRODUCCIÓ GENERAL

1. Hipòtesi.....	3
1.2 Hipòtesis secundàries.....	3

2. INTRODUCCIÓ

2.1 La moda.....	3
2.2 Origen i evolució de la historia de la moda.....	4
2.3 Els dissenyadors més emblemàtics de la moda.....	6
2.4 Definició de moda independent i free-lance.....	10

3. DISSENY DE MODA

3.1 Concepte.....	11
3.2 Tipus de disseny de moda.....	12
3.3 Concepte de dissenyador de moda.....	13
3.4 Dissenyadors independents.....	13

4. PASSOS PER CREAR UNA COL·LECCIÓ DE MODA INDEPENDENT

4.1 Briefing.....	17
4.2 Inspiració i Investigació.....	18
4.2.1 Investigació sobre el concepte.....	19
4.2.2 Investigació dels materials i composició de las peces de roba.....	22
4.3 Procés creatiu	
4.3.1 Il·lustració d'idees.....	36
4.3.2 Pla de la peça.....	36
4.4 Patronatge.....	37
4.5 Confecció.....	40
4.6 Fitting.....	40
4.7 Resultat i presentació de la teva col·lecció	
4.7.1 Desfilada.....	41
4.7.2 Lookbook.....	43

5. TREBALL DE CAMP..... 43

6. BIBLIOGRAFIA..... 53

7. CONCLUSIÓ I VALORACIÓ..... 58

8. AGRAÏMENTS..... 59

0. INTRODUCCIÓ GENERAL

El meu treball està basat en l'àmbit de la moda. He triat aquest tema perquè sempre m'ha agradat i he tingut un interès cap a ella. Per això vull investigar els seus orígens i passar-ho a part pràctica, estudiant així com arribar a fer una peça de roba i els seus passos pertinents.

La raó, per la qual he triat el tema, és perquè vull adquirir més coneixements en el disseny i ser capaç de fer una peça original.

També m'ajudarà a poder transmetre les meves idees i donar a conèixer el que sóc capaç d'arribar a fer, començant des de zero, sense tenir coneixements ni estudis en el disseny.

Per últim he volgut triar aquest treball pel fet de crear un projecte original i diferent.

1. HIPÒTESI

Una alumna de 17 anys és capaç de crear una petita col·lecció de roba de bany original i única, sense coneixements ni estudis específics, a partir d'una investigació teòrica i pràctica del tema, dissenyant i confeccionant o modificant les peces de roba.

1.2 HIPÒTESI SECUNDÀRIA

Aconseguir donar a conèixer aquesta col·lecció entre un petit grup de consumidors o compradors potencials (alumnes de l'escola) i que la vesteixin.

2. INTRODUCCIÓ

2.1 La moda

Segons l'Institut d'Estudis Catalans, la paraula moda designa " *l'ús passatger que regula, segons el gust del moment, la manera de vestir-se, viure...* "

La paraula moda, deriva del llatí " *modus* " que significa: manera, norma, regla, ritme, temps...

Si posem la definició de moda, al àmbit de la indumentària, podríem dir que és " *l'ús social que es base en uns criteris de gust que varien en funció a la època i la civilització de cada cultura.*

La moda no només es refereix a la roba, sinó que també s'inclouen els elements com: el maquillatge, els complements, el perfum i fins i tot la complexió del nostre cos. Però quan parlem de la moda " vestir ", ens referim a com ens sentim en aquell moment i el mateix gust, en funció de la societat, l' època en la que vivim i les tendències que hi han en aquell moment, que influeixen en nosaltres mateixos.

2.2 L'origen de la moda i la seva història

Els dissenyadors amb la finalitat de crear un estil, es basen en cinc elements: el color, la forma, la caiguda, la textura i el equilibri de la línia " que inclouen tots els elements que donen confecció a la silueta de la peça de roba "

A continuació hi podrem veure una visió panoràmica de la historia de la moda i com aquesta va evolucionar.

ANTIC EGIPT

Tot va començar en l' Antic Egipte, on es produïa un lli transparent (la primera fibra vegetal, que el seu origen prové d'Egipte el s.IV a.C, on era una planta que creixia al costat del Riu Nil,) , un teixit ideal per els climes càlids, i que va arribar a ser molt popular. Fou un teixit que era molt difícil de tenyir-lo de diversos colors, per el tan solia ser de color blanc " el color blanc s'obtenia a través d'un procés conegut com el: " blanquejat "

Abans del lli s'utilitzava el cotó, però per qüestions de creences, tampoc s'utilitzava fibra animal ja que era considerat un tabú.

Als treballadors i camperols utilitzaven un " taparrabo " (tros de tela, que els homes utilitzaven per cobrir-se els genitals) però quan es vestien feien servir el " shenti " (mena de faldilla que s'envoltava a la cintura amb un cinturó de cuir, que li donava forma a la figura)

Per altre part tenim la vestimenta de dona, en la que no ha canviat durant 3000 anys (utilitzaven faldilles llargues de cintura alta. Alguns vestits tenien una capa que cobria las espatlles i altres vestits que portaven decoracions que representaven a un Déu en específic.

Un cop la tela estava feta, els egipcis donarien a conèixer el concepte "dissenyar/ dissenyador" fent plecs a la tela per crear diverses formes, per donar una sensació agradable i única.

EDAT MITJANA / EDAT MODERNA

Durant els segles XI-XVIII, es disposaven de una gran varietat de teixits amb diversos colors. Per exemple hi podem trobar la seda "un teixit que fou importat per els romans, propis de la Índia i la Xina "era una tela molt cara, perquè el transport era molt costós, i es venien al mateix preu que l'or.

Durant els mateixos segles va apareix la "Llana Tenyida de Tiro", en la que era molt cara. Gràcies els nous tints i teixits, les dones adinerades, podien portar estoques " tuniques llargues i amples de cotó blau " origen de la Índia " o seda groga " origen de la Xina ".

Cada cert temps sorgien nous estils i antigament era mes fàcil que una peça de roba costosa es poses de moda. Com les peces de roba eren tan cares, només afectaven a la noblesa. Tot i que amb la arribada fe la Revolució Industrial, la moda començà a influir en la forma de vestir de la gent de tot el poble.

REVOLUCIÓ INDUSTRIAL

Durant el segle XIX van començar a sorgir les primeres indústries que s'encarregaven de no només vestir els de l'alta noblesa sinó que vestia tant els rics com els pobres. També es va començar a multiplicar les fàbriques de teixits i llana, que farà que els preus d'aquest mateixos baixin, siguin molt mes barats i cada cop més gent pugui accedir a la roba. La invenció de la màquina de cosir va fer que augmentés molt més la producció i la seva venda. També van aparèixer nous tints sintètics que oferien una gama de colors molt variada.

Els canvis socials i tecnològics van facilitar encara més que la gent pogués accedir a tenir roba. Durant la meitat del segle XIX van ser publicades les primeres revistes de moda femenina i un temps després els grans magatzems van començar a vendre roba de confecció de talles estàndards. En el mateix segle, el dissenyador Charles Frederick Worth va organitzar la primera desfilada de moda amb la finalitat de despertar l'interès cap a la roba i així popularitzar-la i donar-la a conèixer.

En el segle XX i van aparèixer noves fibres sintètiques " raió, niló, polièster ", que van fer que hagués una selecció de teixits molt mes variada. En el mateixos segle hi va aparèixer el disseny fet a traves del ordinador que va facilitar la creació de nous estils. Gràcies a la globalització les noves tendències es podien observar en els carrers de Tokio, Nova York, París i São Paulo.

EDAT CONTEMPORÀNIA

En el segle XXI s'enfronta a un problema, ja que tota la moda ja està inventada. La resolució d'aquest problema es modernitzar la moda dels segles anteriors amb materials més moderns.

Utilitzem pantalons, texans, faldilles, faldilles llargues.... que s'han anat modernitzant al llarg del temps, però també fem servir peces de roba provinents d'altres cultures com: els pantalons cagats (que neix a Estats Units) i peces de roba que hem mantingut i arrussat al llarg dels anys com: las sandàlies (que neix dels grecs)

El més important d'aquest segle esque no hi ha una moda uniforme, és a dir abans les dones i els homes vestien d'una determinada forma, depenen de la classe social i las diferències personals, tots vestien igual. Però avui en dia no hi ha dos persones que vesteixen igual, uns vesteixen amb samarreta i pantalons, altres amb faldilla i camisa... es per això que la moda en la actualitat es basa en la diversitat.

Avui en dia els dissenyadors i fabricants, han trobat nous mètodes de promocionar els seus productes a través de noves plataformes, cada cop més modernes.

2.3 Els dissenyadors més emblemàtics de la moda

Al llarg dels anys, hi han hagut molts modistes importants i que han deixat una marca dins de la moda, que farà que els puguem reconèixer al llarg de les nostres vides.

A continuació he fet una recerca dels dissenyadors internacionals amb més rellevància i prestigi que han pogut arribar a fer famosa la seva marca i ser reconeguts arreu del món, mitjançant un treball constant i innovant nous estils i dissenys.

Per poder fer la selecció més basat en el total de vendes i en la popularitat d'aquest. També la revista VOGUE, m'ha facilitat informació biogràfica, per tal de saber més sobre cada dissenyador i conèixer en profunditat la seva vida i marca de roba.

Adolfo Domínguez	Adolfo Domínguez (España, Puebla de Trives, el 14 de maig del 1950)	És un dels dissenyadors espanyola amb més nom, fora d'Espanya. La seva moda sempre ha estat molt unida a la ecologia, ja que en tots els dissenys, utilitza teixits ecològics. És el creador de la marca " Adolfo Domínguez " en el que es comercialitza peces de roba femenines i masculines i fins i tot també hi podem trobar complements (perfums i accessoris)	
Ágatha Ruiz de la Prada	Ágatha Ruiz de la Prada (Madrid, el 22 de juliol del 1960)	És una dissenyadora madrilenya, una de las més longeves de la indústria de moda d'Espanya. Els seus dissenys han sigut exposats a galeries de tot el món. Durant la seva carrera no només s'ha centrat en la moda, sino que també en la decoració fins als accessoris per les mascotes.	
Calvin Klein	Calvin Richard Klein (Nova York, el 19 de novembre del 1942)	És un dissenyador que començà dissenyant abrics en els anys 70. Les seves peces de roba, són minimalistes (simplificar-ho tot, fer-ho el més simple possible) Utilitza elements mínims i bàsics. La seva marca s'ha convertit en una de les més provocadores, gràcies a la seva roba interior.	

Christian Dior	Christian Dior (Granville, França, el 21 de gener del 1905 - Itàlia, el 24 d'octubre del 1957)	Fou un dissenyador amb molta influència, que va canviar la forma de vestir, després de la II Guerra Mundial, a través d'una desfilada amb vestits, faldilles, teixits de colors diferents, que va fer que canviés el simple gris dels uniformes militars. Quan es va morir, el va substituir Yves Saint Laurent, que va ser el segon dissenyador de Dior després de la mort de Christian Dior. Tot i que la marca Dior sempre ha estat acompanyada i treballada per diversos dissenyadors, que han fet d'ella una marca prestigiosa. Avui en dia la cantant de pop Rihanna, a firmat per Dior, on ha pogut dissenyar un model d'ulleres que porten el seu propi nom.	
Coco Chanel	Gabrielle Bonheur (Saumur, 19 d'agost del 1883 - París, 10 de gener del 1971)	Fou una dissenyadora francesa, que és coneguda com una de les figures mítiques de la història de la moda mundial, en que el seu nom és un referent internacional de la indústria de luxe i femenina.	

Carolina Herrera	María Carolina Josefina Pacanins Niño (Caracas, Venezuela, el 1939)	És una dissenyadora reconeguda venecolana, que en el 1890 va posar al mercat la seva primera col·lecció de moda i a finals d'aquesta dècada ja tenia els seus propis dissenys per a núvia, així com un perfum amb el seu propi nom. Es caracteritza per tenir uns dissenys de gran elegància i luxe.	
Giorgio Armani	Giorgio Armani (Piacenza, Itàlia, el 11 de juliol del 1934)	És un dissenyador de moda italiana, principalment reconegut per la seva roba d'home. Va formar la seva pròpia empresa en el 1974 i 37 anys més tard la revista " Forbes " el va considerar un dels millors dissenyadors, amb major èxit comercial. Les seves peces de roba són còmodes, clàssiques i essencials per vestir per grans ocasions.	
Dolce & Gabana	Domenico Dolce (Itàlia, el 13 d'agost del 1958) i Stefano Gabbana (Itàlia, el 14 de novembre del 1962)	Va ser fundada en els anys 80, on només comercialitzaven peces de roba, però avui en dia hi podem trobar complements (ulleres, rellotges, anells...) És molt popular per els seus dissenys entre els artistes de Hollywood (Madonna, Mònica Bellucci...)	

Donatella Versace	Donatella Versace (Itàlia, Calabria, el 2 de maig del 1955)	És una dissenyadora de moda italiana, que va començar de la mà del seu germà (Gianni Versace), però quan va morir, va decidir portar ella l'empresa.	
Valentino	Valentino Clemente Ludovico Garavani (Itàlia, Lombardía, Voghera, el 11 de maig del 1932)	És un dissenyador de moda Itàlia, on la seva marca és una de les més prestigioses del món. El estil propi de la seva roba, sería una continuació de la tradició de l'alta costura del s.XX. Valentino insisteix en la feminitat de la dona, així com ressaltar la silueta i emprar teixits luxosos i de colors vius.	
Karl Lagerfeld	Karl Otto Lagerfeld (Alemanya, Hamburgo, el 10 de setembre del 1938)	És conegut com un dels millors dissenyadors de moda, més influents de la segona meitat del s.XX. La seva popularitat es deu al seu treball per la firma de Chanel. Des de que va començar, fa més de 20 anys, com a dissenyador principal de Chanel, el seu èxit no ha fet pas més que pujar.	

2.4 Free-lance

És una paraula molt utilitzada pels anglesos, tot i que al llarg dels anys s'ha anat incorporant a la nostra llengua, fins arribar a ser acceptat per el diccionari " Real Academia Española ".

Quan sentim parlar de freelance, vol dir que estem parlant de fer alguna cosa independent i de manera autònoma, relacionat amb el nostre ofici, ocupació o professió.

Per el tant ho podem definir com: a la persona que produeix una activitat de manera autònoma, depenen de la professió, ocupació o ofici en la que treballi. El treballador freelance vendrà al seu treball a possibles clients, que requereixen als seus serveis per a tasques determinades.

Per últim la paga obtinguda en fer el treball no serà en funció del temps emprat, sinó del resultat obtingut.

2.5 Moda Independent

Quan parlem de moda independent, el primer que ens ve al cap, és el fet de crear, innovar, originar, únic, personal.... per el tant ho atribuïm a alguna cosa que és diferent.

Pels dissenyadors independents la moda és una forma d'expressió personal. Per poder aconseguir plasmar les nostres idees i pensaments, s'ha de tenir una llibertat creativa que servirà com a base a totes les nostres creacions.

Els dissenyadors independents estan constantment experimentant i desenvolupant noves idees, sense fixar-se en el després, és a dir, sense donar-li importància a la seva posterior comercialització, en altres paraules, en la moda independent no existeix una base comercial que domini les col·leccions per seguir tendències

3. DISSENY DE MODA

3.1 Concepte

El disseny de moda és l'art aplicat dedicat al disseny de roba i accessoris creats dintre d'unes influències culturals i socials d'un període de temps determinat. Es considera que el disseny de moda va néixer de la mà de Charles Frederick Worth en el segle XIX, on es considera que va ser el primer en cosir a les peces una etiqueta amb el seu nom.

El disseny de moda fa referència al disseny de vestuari pel fet que, el seu producte principal tendeix a quedar-se obsolet després d'una a dues temporades.

Andrea Saltzman, comenta que el disseny " *es la forma que surge entre el cuerpo y el contexto, ya que el vestido es un elemento relativo, cuyo mismo planteo se determina a partir de una relación: viste, cubre, descubre y modifica el cuerpo en función de un contexto específico* "

Per poguer entendre millor, la moda és l'ús social que es basa en uns criteris de gust que varien en funció de l'època i la civilització de cada cultura. És a dir en funció d'uns criteris de gusts, envers a la població.

Per altra banda tenim el disseny, que es utilitza habitualment en el context de les arts aplicades, enginyeria, arquitectura i altres disciplines creatives. El disseny es defineix segons l'Institut d'Estudis Catalans com " *Projecte d'un objecte que s'ha de fabricar, en què es combina la utilitat i l'estètica* "

3.2 Tipus de disseny de moda

ALTA COSTURA	PRÊT-À-PORTER	MASS MARKET (Actualment)
El tipus de moda que va predominar fins als 1950, va ser la moda " feta a mesura ". Una peça d'alta costura es aquella que es dissenya per ordre d'un client individual. Està feta usualment de tèxtils costosos d'alta qualitat, confeccionada donant-li una absoluta importància als detalls i a l'acabat.	És un punt intermedi entre l'alta costura i el mercat de massa. No està feta per clients individuals, però es pren gran cura en la elecció i en el tall de la tela. L' roba està confeccionada en petites quantitats per assegurar l' exclusivitat. És molt costosa. Les col·leccions són usualment presentades per cases de modes en cada temporada durant un període conegut com la " Fashion Week ", que té lloc dos cops a l' any.	El mercat de massa, cobreix les necessitats d'un ampli rang de clients, produint roba llesta per utilitzar-la en grans quantitats i mides estàndards. Els materials utilitzats són barats i les tècniques són molt simples per així estalviar diners i temps, però encara i així produeixen una moda assequible. Els dissenyadors del mercat de massa, generalment adapten les modes establertes pels noms famosos. Esperen una temporada per assegurar-se de què un determinat estil tindrà èxit abans de produir les seves pròpies versions.
- Giorgio Armani - Dior - Chanel - Valentino - Prada	- Vichy - Chic N'Rolla - Maggi Sweet - Rita Row - Aloha Tata - Hollister	- Berska - Pull and Bear - Stradivarius - Punto en Blanco - Zara - Hollister

3.3 Concepte de dissenyador de moda

El dissenyador de moda és aquell que crea i desenvolupa col·leccions de roba i complements tenint en conta les tendències culturals i socials d'un període específic. Aquests solen tenir en compte el tipus de públic, estils i materials de la producció, tot i que normalment es solen especialitzar o decantar per una àrea en concret, com pot ser la roba femenina, masculina, per nens, bebès o d'esport.

A continuació us citaré les funcions que tot dissenyador de moda, hauria de seguir i complir:

Els dissenyadors s'encarreguen de definir tots els aspectes claus per iniciar el disseny, com és el cas de l'elecció del públic a qui anirà dirigit (edat, estil, preus..) i s'encarrega de definir el contingut de la col·lecció, com són els materials, talles, accessoris....

Un cop el dissenyador té escollit els aspectes claus, començarà a realitzar propostes de disseny com són els esbossos i prototips. Normalment utilitzen el disseny fet a través d'ordinador.

Un cop validades les propostes, el dissenyador podrà començar a desenvolupar la seva col·lecció.

Seguidament el dissenyador, que treballarà amb diversos dissenyadors tèxtils, s'encarregarà de supervisar el patronatge i la seva producció.

Per últim s'ocuparà de resoldre dubtes durant el procés de producció de la roba i controlarà la qualitat dels teixits.

Durant tot aquest procés, el dissenyador haurà d'estar al dia de les últimes tendències, sigui consultant revistes o visitant fires per obtenir informació dels nous teixits i dissenys.

3.4 Dissenyadors independents

A continuació us citaré alguns dels dissenyadors independents més emblemàtics dins del panorama de la moda, en els que me he inspirat per fer la meua col·lecció.

DOLORES CORTÉS

Dolores Cortés, la dissenyadora que he tingut l'oportunitat de concretar-li una entrevista, ha sigut una de les dissenyadores que m'ha inspirat a l'hora de fer la meua col·lecció.

Dolores Cortés en la seva marca de banyadors ofereix una àmplia i diversa gama de productes, amb un component alt de disseny i confortabilitat i una excel·lent relació qualitat-preu.

La seva marca s'estructura en diverses línies segons a qui es dirigeix: Dolores Cortés FREEDOM, Dolores Cortés CLASS, Dolores Cortés SHAPE.....

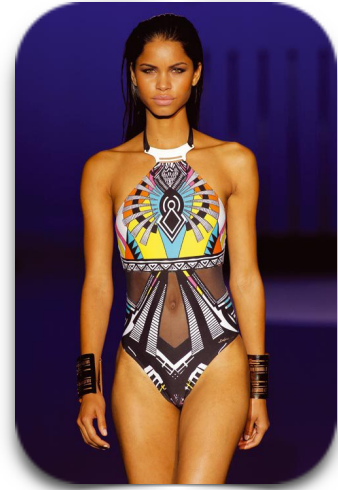
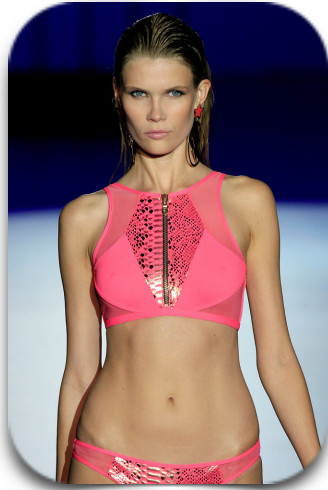
És la continuadora d'una tradició familiar de més de setanta anys en l'àmbit de disseny i la fabricació de peces de bany femenines, que es remunta a una època anterior a l'existència dels actuals teixits elàstics, quan la mare de la dissenyadora, Dolores Cortés, dissenya aquestes peces de forma artesanal en la dècada dels 50.

Recollint aquesta tradició, Dolores Font Cortés que la seva infància i joventut l'havia estat viscuda entre la moda i la roba de bany, ella comença a dissenyar col·leccions de bany als anys 80, utilitzant de nom, el nom de la seva mare " Dolores Cortés " com a firma de la marca. A partir d'aquí el seu èxit anirà creixent i creixent.

Després d'haver participat en diverses fires internacionals, inicià la seva trajectòria en el món de la passarel·la en el any 1999 " Pasarel·la Carmen " a València i debuta a la "Pasarel·la Gaudí " de Barcelona amb la seva col·lecció de bany per l'estiu 2002.... La seva trajectòria dins de la passarel·la és molt àmplia i llarga.

Actualment la seva marca compta amb 10 tendes pròpies a Espanya.

Com he esmentat abans, he tingut l'oportunitat de fer-li una entrevista, i en conclusió m'ha servit per poder adquirir més coneixement sobre la seva forma de treballar, dissenyar i organitzar-se. Per últim he pogut conèixer una mica de la seva vida professional i laboral i inclús personal. Des del meu punt de vista, és una dissenyadora única i molt professional.



AGUA BENDITA

La marca de roba de bany " Agua Bendita " va començar amb el somni dues dones colombianes " Catalina Álvarez y Mariona Hinestroza ", apassionades pel disseny, van decidir crear vestits de bany únics i exclusius, mitjançant una mescla de detalls, del disseny contemporani i artesanal.

Agua Bendita va començar en l'any 2003 venent vestits de bany a familiars i amics. En el 2004 les fires d'artesanies locals foren una gran oportunitat per donar-se a conèixer en el mercat de la moda. En el 2005 varen aconseguir posar la seva roba de bany damunt de les passarel·les, on fou la primera vegada que varen sortir al públic. Al mateix any van fer la primera campanya publicitària. En el 2006, van obrir la seva primera tenda, en el que els hi va facilitar un major reconeixement en el mercat. A més del reconeixement local, la seva participació en una fira internacional, els hi va obrir més portes, i poder-se endinsar en un nou mercat.

En el 2007 van presentar una col·lecció completa a " Colombiamoda ", la fira més important de Colòmbia. Durant el 2008 i el 2009, la marca ja era prou reconeguda i van decidir arriscar-se i portar els seus dissenys a un mercat més internacional.

Un cop van estar acceptades i van veure que tenien èxit, van decidir llençar una línia de roba interior.

Actualment les seves peces de bany amb estampats colorits i originals es venen a més de 50 països.



MIKOH

Mikoh és una marca de roba de bany creada per les germanes Duo Oleema i Kalani Miller, inspirada en l'ambient de surfistes i creativitat en el que elles hi van créixer. Van néixer a Sant Clemente in Orange County, Califòrnia. Elles dues van créixer amb el mar, i és per això que és un factor molt important en els seus dissenys.

Els seus dissenys han estat inspirats en les aventures que aquestes dues germanes havien viscut al llarg de la seva infància i adolescència: viatges, platges, diferents cultures, modelatge....

El nom de la marca " Mikoh " és sinònim de: feminisme, bellesa i força.



4. PASSOS PER CREAR UNA COL·LECCIÓ DE MODA INDEPENDENT

Quan comencem a parlar de quins són els passos per crear una col·lecció de moda ens plantejem diverses preguntes com: Què ha de fer un dissenyador? Quins són els passos que ha de seguir?

A continuació relacionaré el conjunt de processos creatius i de disseny necessaris per a la creació d'una col·lecció de moda independent des d'un punt de vista teòric.

Els diferents processos que aniré desenvolupant al llarg d'aquest apartat, són els necessaris per crear qualsevol col·lecció de moda que tant com un dissenyador independent o no d'independent ha de dur a terme.

4.1 Briefing

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

Un *briefing* és una descripció escrita i breu dels paràmetres en què s'ha de basar un producte per arribar a satisfer les necessitats de la demanda.

És una eina molt important a l'hora d'idear un producte, ja que ajuda a ordenar i planificar totes les seves possibilitats, la viabilitat per enfrontar-se al mercat, i al

mateix temps, marcar els criteris sobre els quals s'ha de basar la seva creació.

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

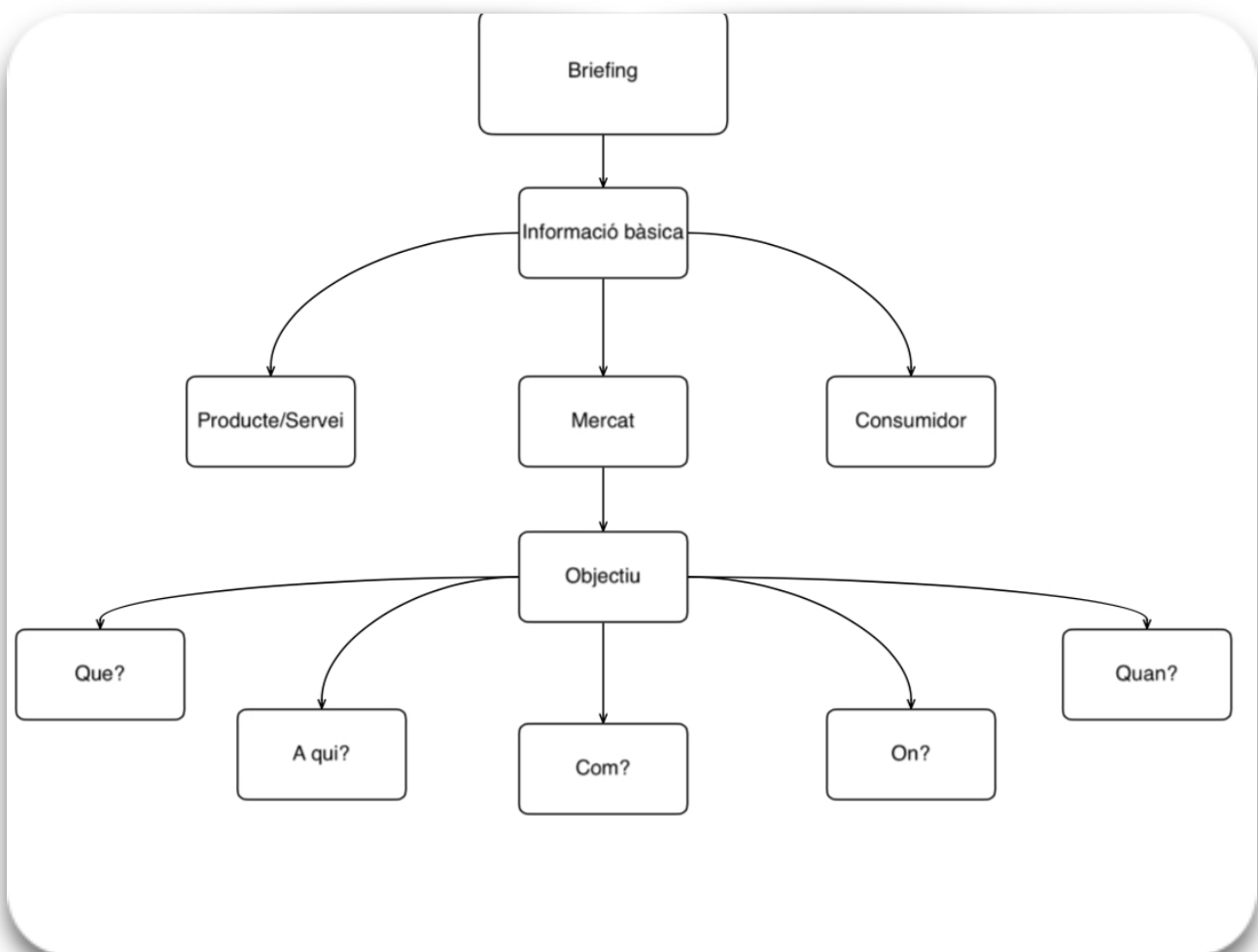
Durant aquesta fase es desenvolupen preguntes com: Quins seran els productes que pretenen llençar? Per a qui va dirigit? Com s'elaboren? Amb quina finalitat? Per què?

En el cas de la moda independent el briefing creatiu és molt més obert, ja que el dissenyador no té cap tipus d'exigència comercial que li vingui per darrere. Encara que tingui més obert l'àmbit de la mateixa creació, també cal estudiar quin és el consumidor i quina és la demanda. Té molta flexibilitat en la recerca de solucions creatives.

4.2 Inspiració i investigació

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

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



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

L'educació rebuda, l'entorn cultural, les referències històriques i les experiències personals, si apareixen a una exposició continua als mitjans de comunicació, fan que

la nostra ment es trobi constantment plena d'informació i es vegi influenciada per cents d'estímuls, creen el que podríem dir la inspiració.

La podríem definir com un estímul rebut en un moment determinat que afavoreix a la creativitat.

La inspiració, no va sola, sinó que ve acompanyada de la investigació.

Per aconseguir que tots els estímuls que inciten al dissenyador siguin encertats i el portin a una execució correcta de la peça, és necessària la investigació, que ens portarà al camí cap a l'èxit.

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

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

4.2.1 Investigació sobre el concepte

Els dissenyadors de moda independent, quan comencen a idear la seva col·lecció, la recolzen sobre algunes influències, siguin culturals o històriques.

Aquestes influències acaben esdevenint el que serà la futura inspiració de la col·lecció. Tots els dissenyadors a l'hora de crear una col·lecció, s'han d'inspirar en alguna cosa, que li servirà per poder expressar les seves idees, a través dels seus sentiments i emocions.

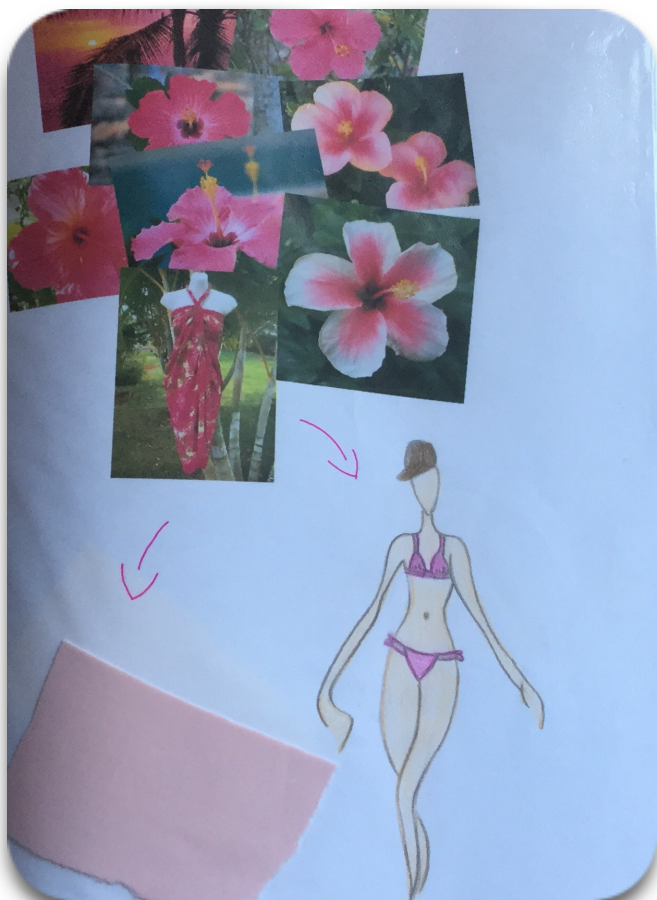
A l'hora d'agafar la inspiració, s'han de basar en una sèrie de conceptes, que són els que han de tenir en compte.

● PANEL·L DE TEMA

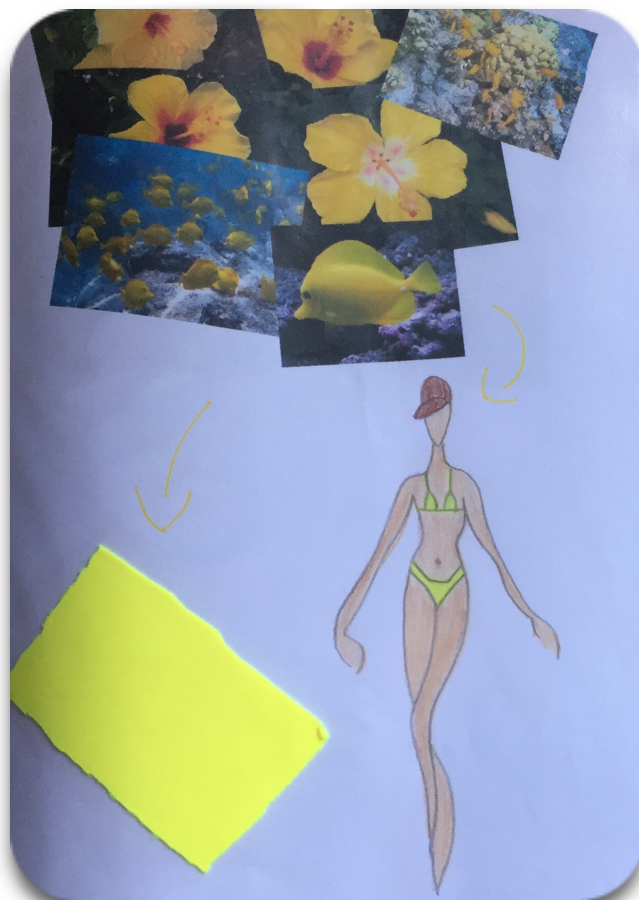
Per crear una col·lecció de moda, el dissenyador ha de tenir una idea prèvia, que l'anomenen " panell de tema ", la font d'inspiració. Aquesta inspiració pot ser donada a partir d'una influència històrica o cultural. El dissenyador s'informa sobre la idea i amplia els seus coneixements sobre el tema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

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

Un cop ja te la idea i sap quina serà la base de la seva col·lecció, sol escollir una musa a la qual anirà dirigida les seves peces. És a dir, no només un cos, al que s'adapti la peça, sinó també una personalitat, un estil...



Inspiració per la tela rosa a partir d'elements propis de Hawaii de color rosa



Inspiració per la tela groga a partir d'elements propis de Hawaii de color groc

• Influències culturals

Tot el que conforma la cultura d'un lloc, ja sigui la música, el cine, la literatura, la pintura o els vestits tradicionals, així com els corrents culturals o artístics d'un determinat moment de la història, poden acabar sent una font d'inspiració pel dissenyador de moda.

Un cop el dissenyador vol representar aquesta influència cultural es necessària una investigació i buscar tota la informació necessària i després interpretar-la.

Moltes de les firmes i dissenyadors es deixen endur per la cultura i resolen els seus projectes creatius basant-se en aquestes influències.

• **Influències històriques**

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

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

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

Per tant quan un dissenyador s'inspira, és molt important que tingui en compte les influències històriques, ja que la història del vestir pot tenir moltes interpretacions i aquestes donar resultats increïbles.

• **DESENVOLUPAMENT DE LES IDEES**

Després d'investigar i recopilar la informació relativa al concepte de la col·lecció (panell de tema) o de la peça en què s'està treballant, el següent pas és dissenyar, convertir la informació en peces, donar forma i interpretar.

Un cop el dissenyador ja té clara quina serà la seva inspiració per a la col·lecció, i a qui anirà dirigida aquesta, el creador comença a dur a terme el desenvolupament de les idees. Comença a dibuixar, a abocar la seva imaginació, a donar forma a les seves idees emocions i sentiments, fins a treure els primers esbossos.

Els primers esbossos són la primera forma que el dissenyador dóna a les futures peces de la seva col·lecció. Aquests estan fets normalment amb llapis i sense color, ja que el dissenyador a hores d'ara normalment encara en desconeix el que seran les textures i els colors.

Un dissenyador pot desenvolupar les seves idees de manera individual o en equip.

4.2.2 Investigació de materials i composició de les peces

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

• Escollir un teixit

A l'hora de dissenyar, és fonamental que el dissenyador faci una bona elecció pel que fa als teixits, ja que aquests determina la qualitat i la durabilitat del producte "peça". Existeixen molts tipus de fibra, ja siguin d'origen natural (animals, vegetals i fins i tot minerals) o artificials, que són les que provenen de la transformació química de productes naturals mitjançant polímers de cel·lulosa, proteïnes i altres matèries.

El teixit ha de concordar amb al concepte que es pretén transmetre, tant en la seva composició com en el seu ús o en la presència o absència d'estampats i altres acabats.

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

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

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

• Composició dels teixits

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

Es podem dividir en dos grans grups: Les fibres naturals i les artificials.

Les primeres són les que procedeixen d'animal o vegetals, i les segones són les fabricades industrialment.

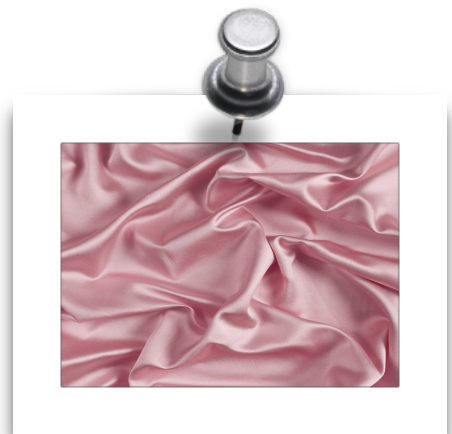
A continuació us anomenaré les principals de cada grup principal:

FIBRES NATURALS D'ORIGEN ANIMAL:

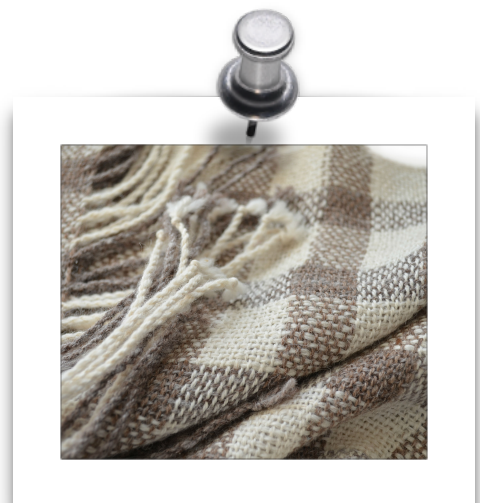
-**Llana**: Fibra que proporciona una sensació càlida i és un bon aïllant tèrmic. És elàstica i s'arruga poc. Pel que fa al manteniment, s'ha de rentar en aigua tèbia i assecar-se en posició horitzontal o eixugar-se en sec. És una fibra que s'obté principalment de la pell d'ovella.



-**Seda**: Fibra natural animal fina, suau, elegant i delicadament brillant. Hi ha referències del seu ús a la Xina des de fa 5000 anys, i és un teixit valorat en moltes cultures. És una fibra que prové de certs animals com les aranyes.



-**Alpaca**: Fibra suau al tacte i brillant de vista. És procedent del pèl de l'alpaca, un animal provinent dels Andes.



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



-**Caixmir**: Fibra suau al tacte, lleugera i sedosa. Prové de la cabra de la regió asiàtica de Caixmir. És una de les fibres animals més valorades a tot el món. Els productes realitzats amb aquesta fibra són luxosos.



FIBRES NATURALS D'ORIGEN VEGETAL:

-**Cotó**: El cotó és una de les fibres més utilitzades, ja que és també una de les més barates i alhora una de les més còmodes. Té a més una característica que afavoreix que sigui una de les fibres més utilitzades: es pot teñir, és a dir que s'hi pot estampar. Absorbeix la humitat ràpidament, el que farà que la roba de cotó sigui confortable en climes càlids.

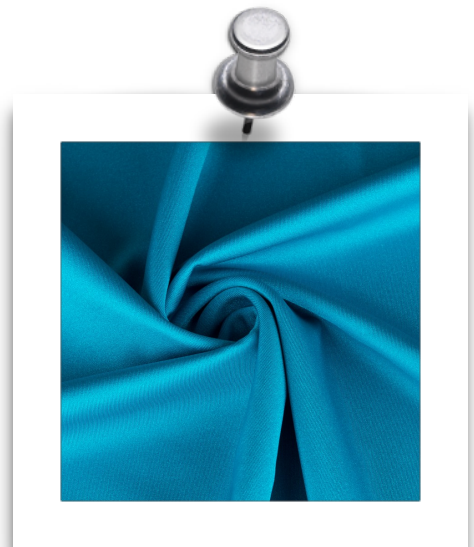


-**Lli**: Fibra molt utilitzada en la confecció de peces de roba per a les estacions més caloroses, ja que és molt transpirable i lleugera. Les peces confeccionades amb lli són fresques i còmodes. Fou una de les primeres fibres a cultivar-se per produir teixits.



FIBRES SINTÈTIQUES:

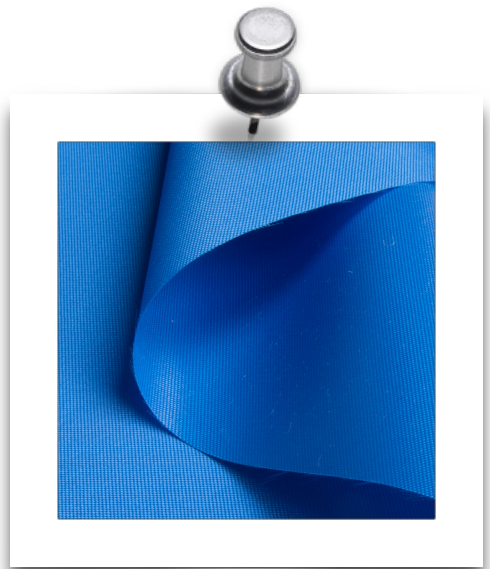
-**Elàstica/Licra**: Fibra molt flexible i resistent. Es sol afegir a altres fibres per aportar flexibilitat i comoditat.



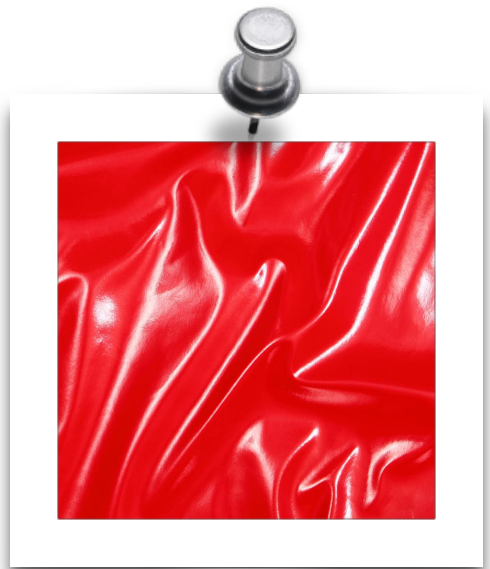
-**Niló**: Fibra lleugera i molt resistent, que resisteix a l'absorció d'humilitat i s'asseia ràpidament. És molt utilitzada per a la producció de mitges. També es combina amb fibres naturals per disminuir la producció i guanyar resistència de les peces. Pot ser mate o brillant.



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

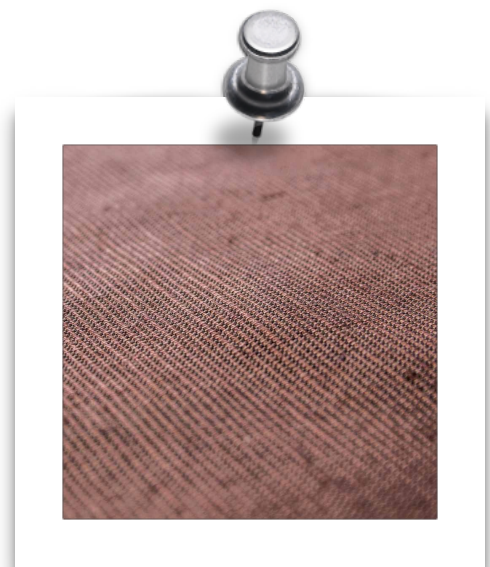


-**Vinil**: Fibra molt elàstica i resistent que té un lleuger aspecte plastificat.

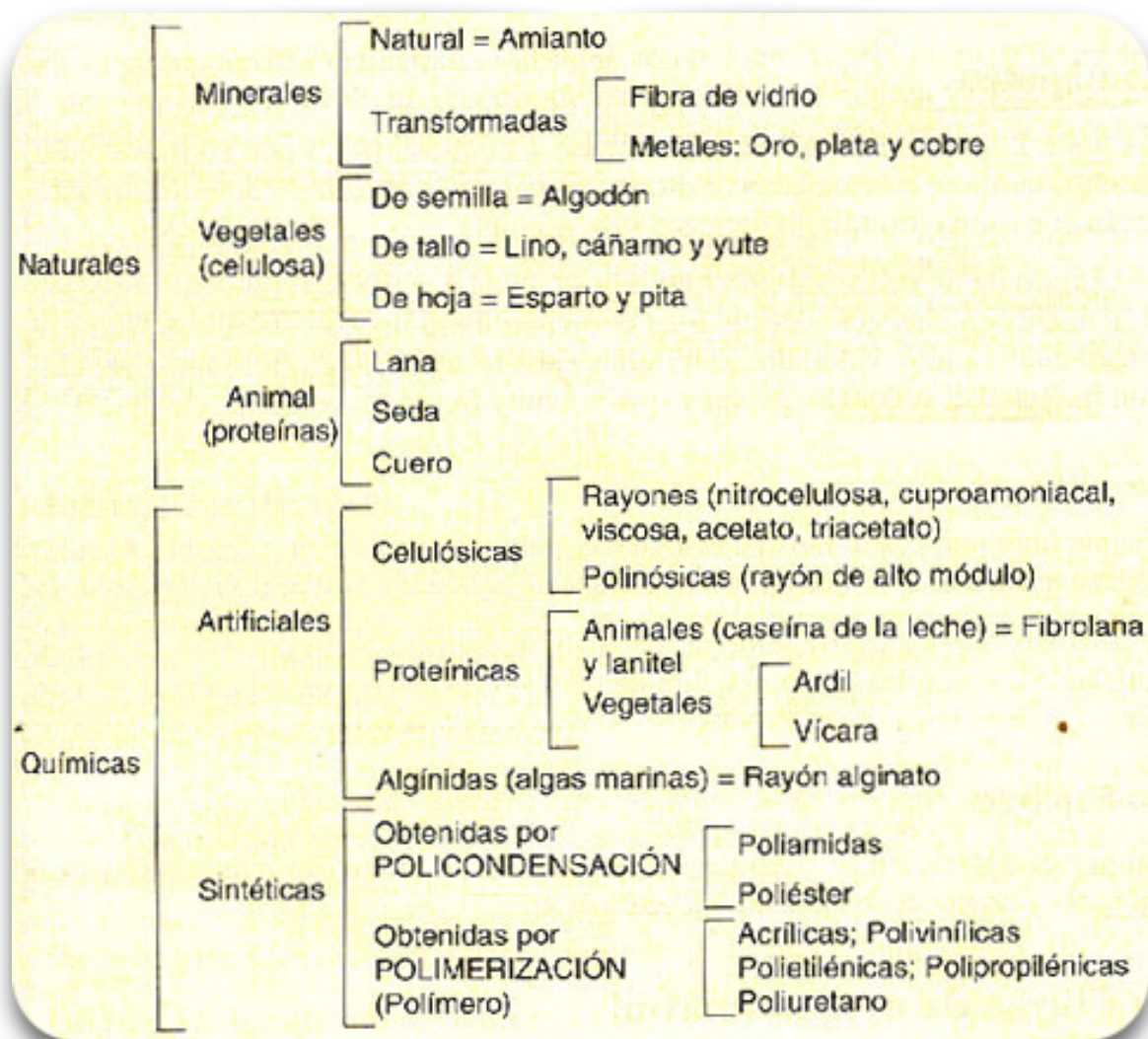


FIBRES ARTIFICIALS:

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



• Esquema de les fibres naturals i artificials



• Teixits i teles

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

A continuació us citaré alguns dels teixits i teles que podem trobar en el mercat:

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

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

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

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

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

-**Encaix**: Teixit format per fils de seda, cotó, lli, or o plata.... Dona transparència a la roba i és molt sexy. Es fa a mà i s'adorna amb brodats.

-**Organdí**: Tela feta de cotó sintètic, molt lleugera i transparent.

-**Crepè**: Teixit sintètic molt suau que té molta caiguda i s'enganxa al cos.

-**Folre**: Tela sintètica utilitzada normalment per a folrar peces.

-**Loneta**: Tela plana de cotó, que és molt rígida i resistent.

-**Tul**: Tela sintètica que és molt lleugera i que té aspecte de xarxa. Se sol utilitzar per donar un aire rígid a la roba.

-**Vellut**: Tela peluda feta a partir de qualsevol fibra en el qual els fils es distribueixen molt uniformement, amb un pèl curt i dens, que proporciona un tacte suau.

-**Pongee**: És una seda sintètica fabrica amb polièster. Entre les seves característiques, trobem que és una tela fina i prima, utilitzada com a forro interior d'una peça de roba, com són les jaquetes.

-**Pana**: Teixit fet de cotó molt gruixut de tacte aspre, molt semblant al vellut. Pot ser llis o compost per fibres entrecreuades.

-**Arpillera**: Teixit gruixut aspre, fabricat a partir de diversos tipus d'estopa. Se sol utilitzar com a element cobertor i en la fabricació de sacs i peces d'embalatge.

• Els colors

És molt important que el dissenyador tingui en compte la psicologia dels colors i el concepte sobre el qual vol treballar a l'hora d'escollir els que predominaran en la seva

col·lecció. Depenen del que es pretengui expressar amb una peça el color és un excel·lent aliat.

El color és un concepte molt important i que tindrà molt de pes. És per això que es necessari fer un bon estudi. És tan important que fins i tot es converteix en l'emblema d'algunes cases de moda i arriba a prendre el nom de la mateixa firma.

Un exemple el tindríem amb el blanc i negre de "Chanel". Tothom quan veu una bossa, una tenda... i porta aquests dos colors, els identifiquem directament amb la famosa marca "Chanel".

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

Els caçadors de tendències, després d'analitzar les desfilades a les passarel·les i repassar els colors que més popularitat han tingut durant la temporada, intenten encertar quins colors seran els dominants.

És necessari desenvolupar una gamma de colors i teixits al dissenyar, ja que qualsevol elecció de color pot ser que en necessiti d'altres per omplir alguns espais. Per exemple l'elecció de cinc colors requerirà la d'altres dos addicionals per obtenir una paleta fluida, ja que pot ser que una selecció inicial no ofereixi la varietat necessària per al disseny d'un determinat nombre de peces dins d'una col·lecció.

Cal tenir en compte, que els dissenyadors independents, no sempre tenen en compte les tendències, sobretot les del color.

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

A cadascun d'ells se li atribueix un significat:

-**Groc**: És un color que aporta felicitat. És brillant, alegre i simbolitza luxe. S'associa amb la part intel·lectual de la ment i l'expressió dels nostres pensaments.

-**Vermell**: És un color que simbolitza poder. Es sol associar amb vitalitat i ambició. Transmet sensualitat i passió, mentre aporta confiança en un mateix. Té un aspecte negatiu, i pot expressar ràbia. Si estem envoltats de massa vermell pot influir negativament.

-**Taronja**: És un color alegre que allibera les emocions negatives. Fa sentir menys insegur, més comprensiu amb els defectes dels altres i aporta comprensibilitat. Es diu que estimula la ment i que és un perfecte antidepressiu. També és un color, ideal per a l'esperit.

-**Rosa**: És un color que influeix en els sentiments convertint-los en amables, suaus i profunds. Podríem dir que és emocionalment relaxat. Fa sentir afecte, amor i protecció.

També ens allunya de la soledat i ens converteix en persones sensibles.

Així com el vermell que l'associem a la part sexual el rosa l'associem a l'amor.

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

-**Blau fosc**: És un color que fa sentir-se relaxat i tranquil, ja que ens pot recordar al mar de nit. Tot i que alhora ens pot produir depressió.

-**Blau cel**: És un color que transmet tranquil·litat i protecció. Ajuda a controlar la ment i a ser creatius.

-**Verd fosc**: És un color que representa l'inici de la mort i és indescriptible. És la negació de la vida i de l'alegria.

-**Verd clar**: És un color amb una forta afinitat amb la natura que ens connecta amb ella. Ens crea un sentiment de confort i relaxació, de calma i pau interior, que ens fa sentir equilibrats interiorment.

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

-**Blanc**: És el més pur de tots, per tant representa la puresa. Aporta protecció, pau i confort. Alleuja la sensació de desesperació i ajuda a netejar i aclarir les emocions. Fa sentir-nos lliure. Porta massa blanc ens pot fer sentir soledat i fredor, ja que ens separa de les altres persones.

-**Negre**: És un color que transmet elegància, noblesa i sofisticació, alhora que dona un toc de misteri. És autoritari i pot provocar emocions fortes.

-**Gris**: És un color que està entremig del blanc i negre, per tant dona neutralitat. No és un color que tingui molt pes visual i es utilitza per transmetre elegància i luxe. Si portem molt de gris podríem donar la sensació o generar tristesa i melancolia, com un dia de pluja.

-**Marró**: És un color que representa la tardor i dona la impressió d'equilibri. És confortable i masculí. Representa el color de la terra.

• **Combinació de colors**

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

El conjunt de molts colors primaris pot resultar un barreja molt cridanera o ordinària.

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

Utilitzar una petita quantitat de color pot accentuar o realçar, la nostra figura i sobretot el nostre conjunt.

• **Estampats i altres acabats**

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

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

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

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

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

A continuació desenvoluparé aquests dos recursos mitjançant al qual es poden fer estampats:

SEGONS LA TÈCNICA:

Pel que fa les tècniques, disposem d'estampats directes i estampats per reserva.

N'existeixen altres tipus però són molt menys utilitzats i comuns.

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

-**Estampats directes**: Són aquells que s'apliquen directament sobre el teixit mitjançant plantilles. Existeixen diferents mètodes d'estampació directa: el corró, la termo-transferència, la serigrafia...

Actualment estan molt desenvolupats industrialment, però també es poden realitzar de forma més manual.

-**Serigrafia**: És una tècnica que requereix un disseny, tinta, una regla i una pantalla (peça de seda tensada sobre un marc o bastidor). El primer pas consisteix en fer una matriu del disseny que després s'aplica sobre la pantalla. Després, la pantalla es col·loca sobre el teixit mitjançant una pressió uniforme amb la regleta es fa passar la tinta a través de la pantalla, amb el resultat que la imatge quedi estampada en la superfície del teixit. Després es fixa l'estampat amb fonts de calor per tal que no desaparegui en rentar-se.

-**Estampació amb rodet**: Produeix un disseny continu sobre el teixit. És útil per estampar sobre grans superfícies, aquells dissenys en què es repeteix el motiu.

S'aconsegueix una estampació sense costures, de manera que les unions en el disseny resulten invisibles.



-

-Estampació per transferència: Aquesta tècnica es forma a partir d'aplicació de les tintes sobre una superfície que és transferida al teixit, a l'inrevés. L'Estampació manual es fa directament sobre el teixit amb l'ajuda de tota una sèrie d'instruments, com pinzells i esponges. Aquesta aplicació manual de la pintura dóna a la peça de teixit una aparença artesanal.

Tot i això és un mètode que per la seva lentitud no resulta adequat per a una gran longitud de teixit. A partir d'aquesta tècnica s'obté un estampat únic.



-**Estampació digital**: Es pot aplicar directament sobre el textit des de l'ordinador a través d'una impressora de corró de tinta. Amb aquest mètode s'aconsegueix imatges d'alta definició i a més es poden estampar molts colors sense la necessitat de múltiples pantalles. També s'utilitza la impressió per làser, encara que resulta un procés molt costós.



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



SEGONS LA DISPOSICIÓ DE L'ESTAMPAT:

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

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

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

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

4.3 Procés creatiu

4.3.1 Il·lustració de peces definitives

Un cop el dissenyador ja ha acabat els primers esbossos i ja té les idees ben clares, passa a il·lustrar les que seran les seves peces definitives.

En aquesta il·lustració el dissenyador presentarà a detall els diferents atributs de cada disseny, les formes, els estampats, els colors i la textura de les teles.

La il·lustració pot ser utilitzada per expressar un estat d'ànim o per donar a la roba un context mitjançant alguna escena en què aquestes peces es poguessin portar o el tipus de persona que podria portar aquesta roba a través del seu estil, maquillatge, pentinat i posició.

Una il·lustració de moda no es necessari que mostri la totalitat d'una peça, sinó que mostra com lluiria aquesta damunt del cos.

Aquestes il·lustracions es poden presentar en color o no, i en diferents tècniques com el grafit, la tinta, aquarel·la i fins i tot mitjançant programes informàtics, com el CorelDRAW (un dels programes més utilitzats en el àmbit del disseny de moda professional). També podem trobar un altre programa derivat d'aquest anomenat C-DESIGN Fashion (un programa molt més professional). En aquestes diferents tècniques s'hi reflectiran els trets més característics i també s'hi faran anotacions que

serviran per fer el posterior plànol de peces. Els diferents tipus de material artístics també ajuden a expressar les diferents textures dels teixits.

4.3.2 Pla de la peça

La creació del pla de la peça és l'últim pas que fa el dissenyador abans d'enviar el seu disseny patronista, qui és qui li crearà la peça.

Un cop aquest ja té les il·lustracions definitives acabades i ha pres decisions sobre com vol els teixits, els estampats i els colors, passarà a dur a terme el plànol de cada peça.

El pla de la peça consisteix en el dibuix pla de cada disseny, amb les diferents parts d'aquest i les mesures. Aquest no sol estar a color, sinó que hi solen aparèixer indicacions sobre els colors i els teixits.

Les diferents parts d'aquest plànol, que no han d'incorporar tots aquestes parts del cos són: espatlla, pit, cintura, maluc i genoll i en cas de si és volgués fer pantalons turmell.

A partir d'aquí el patronista en fa el patró (acció de fer el patronatge), que posteriorment serà enviat a confeccionar.



Exemples d'il·lustracions de peces definitives del dissenyador Christian Dior

4.4 Patronatge

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

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

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

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

En el cas del banyadors, que és l'àmbit en el què em centraré jo, s'ha de tenir molt en compte que tant en la part de dalt com en la de baix, s'ha li ha de sumar i restar cm, per tal que quedi bé i ajustat al cos de la persona. En el cas de la part de baix se li ha de sumar 1cm, a tot al voltant i per la part de dalt, la base dels nostres pits li sumarem 1,5 cm més la quarta part d'aquesta. I pel que fa l'altura del nostre pit, li restarem 3 cm.

A continuació us citaré cada un dels passos que s'han de seguir per realitzar un banyador:

PART SUPERIOR:

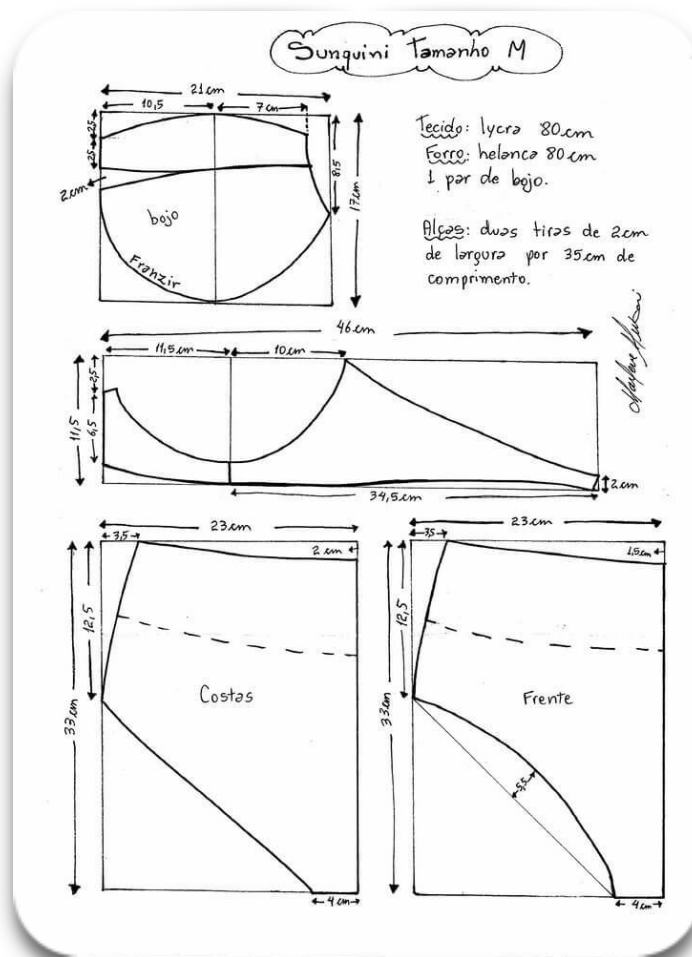
1. Mesurem la distància entre les aixelles. Restarem de 5-10 cm, a la mesura original i escriurem el número. Aquesta mesura serà la que s'utilitzarà per fer el llarg de la part superior del banyador. Segons la quantitat que li restis a la mesura original, vindrà en funció en si el vols més apretat (li restes 10cm) o un ajust més còmode (li restes 5 cm).
2. Dibuixarem un rectangle utilitzant les mesures correctes. Agafem una tela, i dibuixem un rectangle sobre aquesta, amb el llarg de tela corresponent, dibuixem una línia perpendicular de 12,7 a 18 cm a cada extrem.

3. Tallem el rectangle. Utilitzarem unes estisores per retallar el rectangle, intentant que quedin rectes i nets. Aquesta part retallada serà utilitzada per la part exterior de la peça superior del banyador.
4. Tallem la forma d'un arc sobre el material del forro. Agafarem les mateixes dimensions utilitzades per fer el rectangle sobre el material del forro. A continuació dibuixarem una línia vertical en el centre d'aquest de 7,6 cm de llarg. Depenent de com vulguis l'escot es realitzarà una línia més curta o més llarga, en funció del que vulguis ensenyar.
5. Tallem els tirants. Dibuixarem dos rectangles a la tela principal, cada un d'ells de 7,6 cm d'amplada i del mateix llarg de la tela.
6. Marcar els tirants. S'ha de marcar amb una agulla, la posició en la que aniran els tirants. S'ha de tenir molt en compte l'espai entre les dues parts superiors del banyador.
7. Cosir la part superior. S'ha de realitzar amb una màquina especial de cosir, ja que la forma en la que es coseix un banyador, es realitza en ziga-zaga.

PART INFERIOR:

1. Agafar la mida d'una calça.
2. Afegir un marge de costura a la peça exterior. Dibuixem suaument un marge de costura al voltant del contorn exterior. Aquest marge ha de ser de 0,635 cm a 1,27cm. Aquesta pas no es torna a realitzar amb el forro interior, ja que la tela exterior ha de ser una mica més gran que aquest.
3. Tallem les parts. Tallem la tela principal i el forro del banyador.
4. Cosim la part inferior del banyador. S'utilitza una puntada en ziga-zaga. S'inclou una goma elàstica a l'interior del forro, a la part de la cintura.

A l'igual que en el cas de les il·lustracions, en el patronatge també existeixen diferents programes informàtics que ajuden a resoldre el procés d'una manera molt més ràpida i fàcil.



Exemple del patronatge d'un banyador

4.5 Confecció

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

• El tall

Abans de tallar qualsevol peça, s'ha de preparar el material tenint presents alguns elements, com el dret i el revés de la tela i la direcció del teixit. La direcció en què es talla el teixit pot venir marcada pel mateix disseny de la peça. Aquest pas és molt important, ja que si es talla al revés, ens quedarà malament el resultat final. Tot i que és primordial analitzar el patró per saber si el tall de tela serà simple, doble, simètric o no.

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

- **La confecció** (fabricació de la peça)

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

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

En funció de la capacitat de l'empresa de moda, els treballs de tall i confecció els realitzen equips propis o, en la majoria dels casos.

Des dels últims anys, moltes firmes de moda amb certes magnituds aposten per produir en països o tant la compra de teixits com la mà d'obra són més barates.

Això requereix una supervisió continua dels treballs de producció per evitar un possible descuit en el procés i els acabats.

4.6 Fitting

La paraula " *fitting* " provienent del verb àngels " *to fit* ", significa que les models, dels quals lluiran, les peces de roba, fetes pel dissenyador de la marca a la que desfilen, seran provades hores abans de la desfilada per veure com els hi queda i es familiaritzin amb la roba.

És el moment més important del dissenyador, ja que aquí es veu com realment han quedat les seves peces, i si són factibles o no.

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

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

Aquest procés, ajudarà a realitzar petits ajustos, per corregir les pinces o estrènyer la cintura, o com comprovar que els tancaments de les peces estiguin ben situats.

4.7 Resultat i presentació

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

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

4.7.1 Desfilada

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

Des de fa ja uns anys, s'ha desenvolupat el terme " setmana de la moda " coneguda amb angles com la famosa " Fashion Week ". On és una setmana en la què una ciutat es converteix en la capital de la moda i en la que el treball dels dissenyadors acapara molta més atenció que en presentacions independents.

Aquests esdeveniments s'organitzen dues vegades a l'any, durant els mesos de gener y febrer, on es presenten les propostes de primavera-estiu de l'any següent, i entre el setembre i l'octubre que es mostren les de tardor-hivern de l'any següent també.

Aquesta és la manera del qual la indústria de la moda estigui molt més organitzada i cada firma es planifiqui els seus períodes de disseny, producció i venda en torn a aquestes dates, sempre treballant amb un any d'antelació.

Les setmanes de la moda amb més prestigi i repercussió mediàtica són les de París, Londres, Nova York, Milà i Tokio. A ciutats com per exemple, Barcelona, anys enrere ja s'organitzava una desfilada referent a la moda, i actualment s'organitza a la O80, que pretén impulsar la moda independent.

Les desfilades són una potent arma de promoció de les col·leccions. No obstant, també són econòmicament molt costoses.

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

Hi ha dissenyadors que prefereixen participar en desfilades alternatives a les setmanes de la moda perquè el públic que hi assisteix s'identifica amb les seves propostes i és consumidor habitual. En són un clar exemple els dissenyadors de moda

independent, que presenten les seves col·leccions alternativament perquè qui hi assisteixi ja sap el que es trobarà, un concepte alternatiu de la moda independent.



Exemple d'una desfilada de moda

4.7.2 Lookbook

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

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

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

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

5. TREBALL DE CAMP

Per poder realitzar el meu treball, em basaré en fer una entrevista a un dissenyador independent, en aquest cas, a una dissenyadora independent " Dolores Cortés ", on ha estat un gran plaer entrevistar-la. Aquesta entrevista m'ha ajudat a pogué conèixer més sobre aquest ofici i veure quins han estat els seus estudis i el seu recorregut fins arribar aquí.

A continuació us mostraré les preguntes, respostes per la dissenyadora Dolores Cortés, que com he dit abans, a sigut un gust entrevistar-la.

- Qué és la moda para usted ?

Es una profesión, pero al mismo tiempo es una vocación.

- Cuales son los pasos que se han de tener en cuenta, para abrir un negocio de ropa independiente ?

Hay que prepararse, conocer el sector al que quieres dedicarte, hacer un estudio de mercado, buscar el nicho al que dirigirte. Es importante, con todos los factores anteriores, elegir la zona en que vas a abrir que sea la adecuada. Y asumir un nivel de riesgo que puedas controlar.

- Desde l'exterior el mundo del diseño parece muy competitivo y difícil. Le ha costado mucho darse a conocer y establecer su línea propia? Que ha aprendido de la experiencia ?

Pues sí. Son muchos años de trabajo intenso, de crear equipo interno y externo, de conseguir un muy buen producto y hacer que esto sea conocido por el pública.

He aprendido que para conseguir algo has de trabajar mucho, con ilusión y transmitirlo a tus colaboradores.

- Cuales han sido sus estudios para llegar a ser una diseñadora profesional ?

He crecido entre tejidos, bañadores y patrones. Mis estudios son técnicos: patronaje básico, estudio de tejidos, arte y a partir de ahí he desarrollado

nuestro propio sistema de patrones y creamos nuestras tendencias estambados.

- De que lugar saca la inspiración, al momento de inventar sus diseños ?

Imposible de predecir. Cada vez me inspira una cosa, un lugar, una sensación... Para los desfiles miro muchas veces las corrientes artísticas.

- Si tuviera que elegir un diseñador como referencia, que le ha inspirado al largo de su carrera, quien sería ?

Lo siento. No tengo diseñador de referencia.

- Para finalizar la entrevista, me gustaría que pudiera dar un consejo a los jóvenes diseñadores, que en un futuro les gustaría dedicar-se a esta profesión ?

Se desprende de lo que te he dicho: Preparación, mucho trabajo, mucha ilusión y ser fuerte ante la adversidad y ante los primeros fracasos. Casi nunca las cosas salen bien a la primera.

Després per poder completar la part teòrica, ho he fet mitjançant una recerca a través d'internet i per últim a la **editorial GG Moda**, una editorial que només publica llibres de moda i té una gran varietat de llibres que parlen de molts temes relacionats amb la moda anterior i actual, els dissenyadors i sobretot llibres que ensenyen als joves estudiants a com dissenyar.

M'ha sigut molt útil per fer una recerca de conceptes teòrics bàsics i un estudi de l'evolució de la moda.

PART PRÀCTICA

El següent pas és desenvolupar el que és el meu panell de tema, és a dir, dibuixar i expressar tot allò que sento amb els banyadors dels anys 80 i 90 i barrejant-lo amb la paraula surf i tot el tema de la platja, Hawaii, sorra, mar.... És per això que faig alguns dibuixos relacionats amb el tema, que posteriorment em serviran d'inspiració per als primers esbossos.

HIBISCUS:

És l'element principal en què m'he basat per dur a terme la meva col·lecció. L'hibiscus és un gènere de plantes amb flors, que pertanyen a la família de les malvàcies. És una planta típica dels llocs amb clima tropical. Tenen una gran varietat de colors: vermell, rosa, blau, groc....



• Desenvolupament de les idees: Esbossos

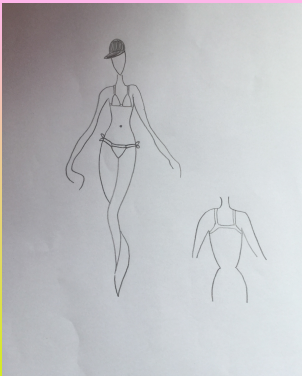
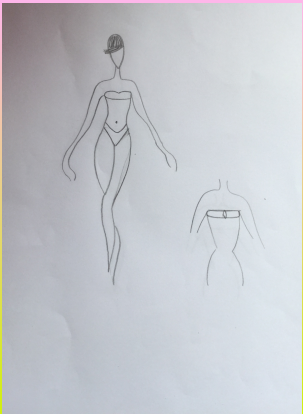
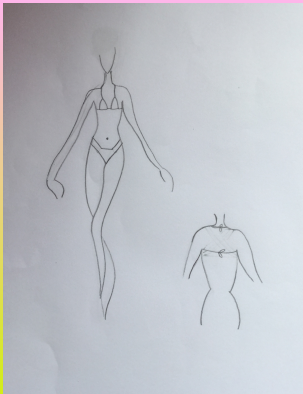
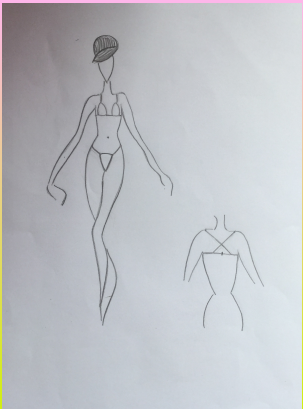
El següent pas és el desenvolupament de les idees. Em centro en el panell de tema i els dibuixos relacionats i començo a expressar-me. Duc a terme els primers esbossos. Aquesta part entro en un procés de canvis constants, per tant és una fase de creativitat.

Els canvis esdevenen gràcies al meu coneixement sobre allò que dibuixo.

Quan començo a dibuixar, el que dibuixo no concorda amb la imatge que tinc al cap, per tant segueixo modificant i transformant elements per acabar de donar la forma estimada.

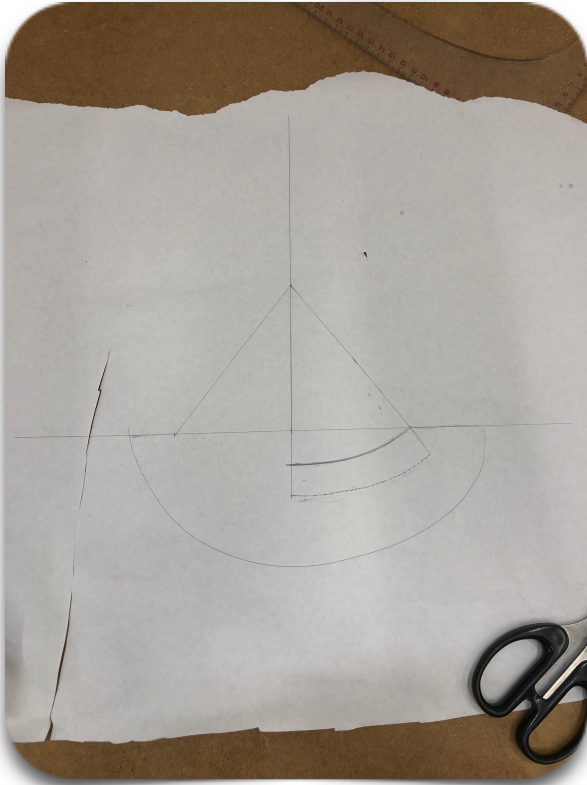
Amb tot aquest procés expresso emocions i sensacions a través dels traços dels meus esbossos.

Els primers esbossos els he fet amb paper i amb llapis. No els passo a color, ja que aquest seria el següent pas del procés, escollir colors, estampats (si es volen) i teixits.

			
ESBÓS 1	ESBÓS 2	ESBÓS 3	ESBÓS 4
			
ACABAT AMB COLOR 1	ACABAT AMB COLOR 2	ACABAT AMB COLOR 3	ACABAT AMB COLOR 4

● Patronatge:

Aquí podem veure els meus primers patronatges d'un dels banyadors i el seu procés a seguir:



Part superior del bikini



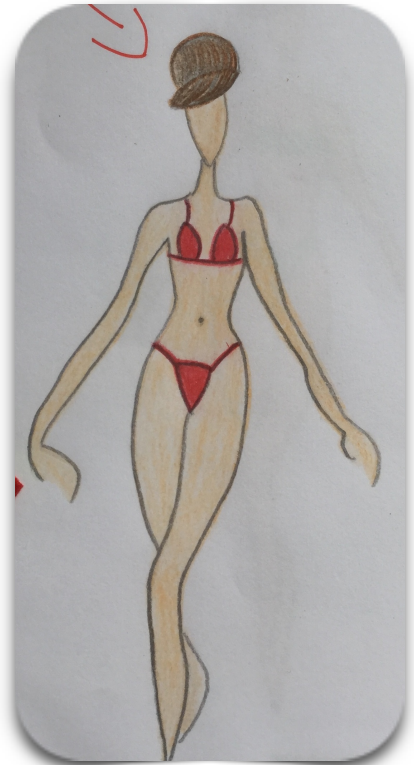
Part inferior del bikini

• Pla de la peça

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

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

En aquests dibuixos hi he representat cada peça de roba en pla, és a dir que no estan damunt de cap cos. Per fer-los he hagut de tenir en compte la forma del banyador i estirar, és a dir, he de procurar evitar qualsevol imperfecció, sobretot en les mesures, ja que d'aquests sortiran posteriorment els patrons.



• Fitxa tècnica dels banyadors

IBIS

Marca: CANDY
Ref: CH-102 / CH-103

Artículo: BIKINI

Patrones
- Parte superior: C-001
- Parte inferior: Y-001
Salida: tinte: Centro
Escote superior: copa; cosido / cosido
Si se copa: cosido / cosido
Superior espalda: cosido / cosido
Inferior espalda: cosido / cosido
Bajo pecho: FRUNCIDO
Cintura delante: GOMA A-02
Cintura espalda: GOMA A-02
Carmal delante: GOMA A-02
Carmal espalda: GOMA A-02

Cierre: NUDO Ref: C-01

Ref: C-001

Col. 01	Col. 02	Col. 03

Ref: Y-001

Col. 01	Col. 02	Col. 03

Descripción del producto:
Talla alta, en forma "Brasileña" Disponible en talla única
En su interior se incorpora una goma y un forro

IBIS

Marca: CANDY
Ref: CH-106 / CH-107

Artículo: BIKINI

Patrones
- Parte superior: C-002
- Parte inferior: Y-002
Salida: tinte: Centro
Escote superior: copa; cosido / cosido
Si se copa: cosido / cosido
Superior espalda: cosido / cosido
Inferior espalda: cosido / cosido
Bajo pecho: FRUNCIDO
Cintura delante: GOMA A-02
Cintura espalda: GOMA A-02
Carmal delante: GOMA A-02
Carmal espalda: GOMA A-02

Cierre: NUDO Ref: C-01

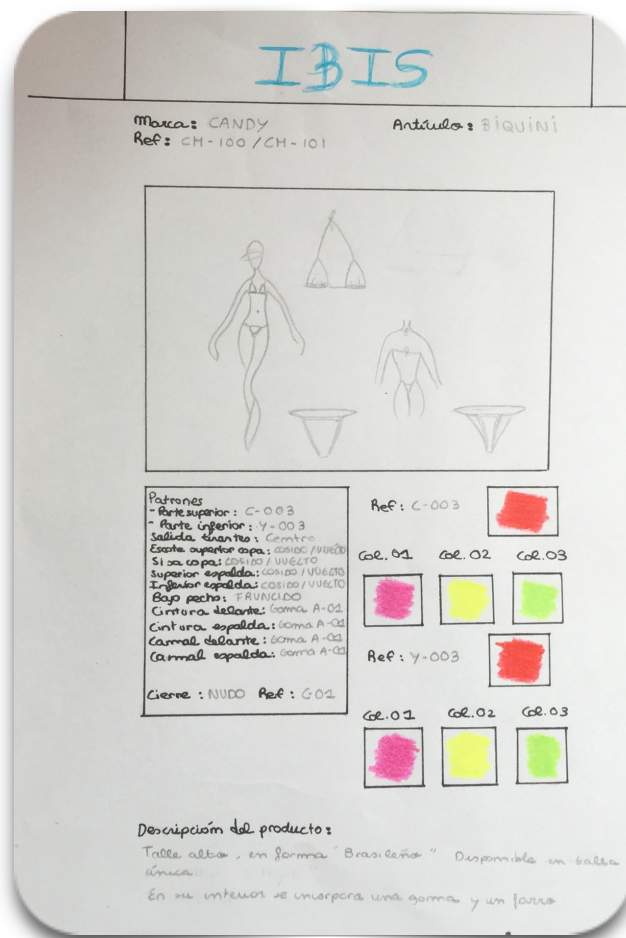
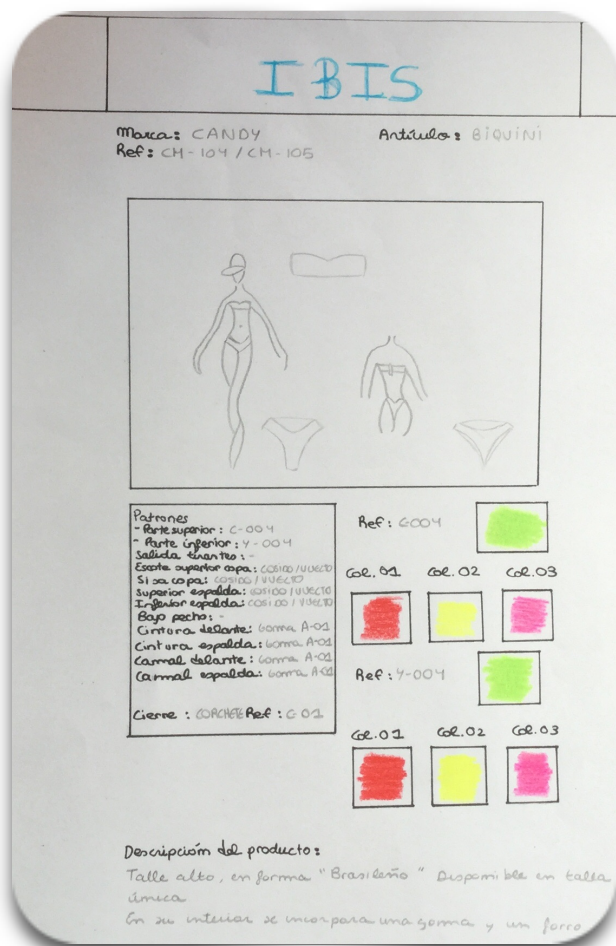
Ref: C-002

Col. 01	Col. 02	Col. 03

Ref: Y-002

Col. 01	Col. 02	Col. 03

Descripción del producto:
Talla bajo y "Brasileña" Disponible en talla única
En su interior se incorpora una goma y un forro



• Confecció i Fitting

Finalment, amb els plans de la peça a mà (i potser patrons). L'últim pas per elaborar els dissenys és la confecció.

Per poder dur a terme aquest pas he anat al taller de la modista i dissenyadora Alicia Medina, que m'ajudat a tallar les teles i confeccionant les creacions.

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

Una vegada amb les mides exactes hem procedit a confeccionar amb la màquina de cosir. Primer amb la normal, per fer el punt, i després amb la màquina de cosir, per fer els acabats. No obstant els banyadors s'han de cosir amb una màquina especial anomenada remalladora (o overlock).

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

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



Dues parts d'abaix a punt de cosir-se



Procés de confecció amb una màquina de cosir



La part d'abaix d'un dels models acabat

- **Resultat i presentació**

Per finalitzar amb la creació de la meva col·lecció, i per tal de donar-la a conèixer i llençar-la al mercat, faré una desfilada o un lookbook, que presentaré en directe.

- **Packaging i Etiqueta**



ETIQUETA



PACKAGING

6. BIBLIOGRAFIA

1. Generalitat de Catalunya, Departament d'ensenyament, El disseny: definició i àmbits [en línia] < http://agora.xtec.cat/iesb7/moodle/pluginfile.php/180922/mod_resource/content/1/el%20disseny%20en%20pdf.pdf > consulta: 11/12/2017

En aquesta presentació he pogut trobar la informació necessari per arribar a entendre el concepte " disseny ". Aquesta presentació està molt ben organitzada, ja que utilitza el format d'un esquema dividint així els tipus de disseny que podem trobar (industrial, gràfic, tèxtil i indumentària) i les seves característiques. En aquest cas a part de poder conèixer els altres tipus de disseny, jo em centraré amb el de tèxtil i indumentària, ja que el meu treball es centralitza en el moda.

La Generalitat de Catalunya, en el departament d'ensenyament, és una molt bona font de consulta, ja que hi podem trobar informació de tot i a més la informació donada es extreta per professionals de la indústria.

2. María José Arévalo, Definiciones y conceptos básicos de moda: Niveles de mercado [en línia] < <http://vistelacalle.com/131703/definiciones-y-conceptos-basicos-de-moda-niveles-de-mercado/> > consulta: 11/12/2017

En aquest blog he pogut trobar els diversos nivells i categories que te una marca de roba en funció el seu gènere i els nivells d'escala que es venen. Aquest blog em serveix per poder tenir clar quin tipus de moda es considera la més popular i quina és la més venuda en el món de la moda. Aquest blog m'ha facilitat saber més de cada tipus de categoria de moda i els redacta en forma de major (més popular) a menor (menys popular).

Les categories que ens dona ha conèixer aquest blog són: Alta costura, Prêt-à-porter, Las supermarcas de lujo, Marcas y diseñadores medianos, **Diseñadores independientes**, Las cadenas de gran distribución, Moda femenina, Moda masculina, Moda infantil i Moda de ropa informal y deportiva.

He destacat amb negreta la categoria que em centraré més.

María José Arévalo, és la autora d'aquest blog. Ella ha estudiat disseny i el seu treball es caçar les tendències de moda, més populars i conegudes en aquell moment.

3. QEPD " Que En el Placard Descanses ", Diseño de moda VS Diseño de autor [en línia] < <http://qepdmoda.blogspot.com.es/2013/11/disenno-de-moda-vs-disenno-de-autor.html> > consulta: 11/12/2017

En aquest blog he pogut trobar les diferències entre un dissenyador de moda i un dissenyador d'autor. El dissenyador d'autor és el que m'interessa més ja que equival a un dissenyador independent, que és el que treballaré i portaré a terme durant el meu treball de recerca. També inclou una taula on es poden veure les diferències i el tipus de mercat de cadascun.

4. Paola Castillo, Bases para diseñar una colección de moda: Guía completa con imágenes y ejemplos [en línia] < <http://fashionandillustration.com/bases-para-disenar-una-coleccion-de-moda/> > consulta: 16/12/2017

En aquesta web he trobat les diverses fases que s'han de seguir per poder fer una col·lecció de moda. Esta dividit en set parts. Cada una d'elles explica els processos que s'haurien de dur a terme i els punts importants que s'han de tenir en conta, si volem crear una col·lecció de moda adient i apta pel consumidor. Les set part estan complimentades amb imatges, que ajuden a que s'entengui millor i pogui veure com es fa d'una forma més dinàmica.

Paola Castillo, l'autora d'aquest blog, fou graduada al 2000 sobre un màster de tècnica de disseny de moda. Actualment treballa de dissenyadora de moda i il·lustradora freelance.

5. Sonia Rykiel, La publicidad [en línia] < <http://m.monografias.com/trabajos20/presupuesto-publicidad/presupuesto-publicidad.shtml> > consulta: 17/12/2017

En aquesta web, he pogut trobar en forma de monografia, tots els conceptes que engloben la publicitat inclouent els diversos tipus que hi han. Aquesta web està molt completa, ja que inclou tots els punts necessaris que he de saber sobre la publicitat, des del concepte de moda fins el sistema econòmic emprat en la publicitat.

Sonia Rykiel, va ser una dissenyadora de moda francesa, que va crear un moviment anomenat " prêt à porter ", que va popularitzar-se en el 1970, gràcies als seus dissenys que buscaven comoditat i llibertat de moviment.

6. Marta Inmaculada Granados Camacho, Granada College, La Historia de la Moda [en línia] < <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda/> > consulta: 4/1/2018

En aquesta web hi podem trobar la historia de la moda des de els seus inicis " Mesopotàmia " fins al segle XX. És una web que et facilita moltíssima informació, i a més a part de la seva historia hi podem trobar més apartats com: els modistes més importants i inclús inclou un glossari, per saber el significat de certes paraules pròpies del llenguatge propi de la moda.

Marta Immaculada Granados Camacho, és una graduada en moda i actualment es troba treballant en el món laboral, de disseny de moda.

7. VOGUE, Espanya [en línia] < <http://www.vogue.es> > consulta: 11/1/2018

En aquesta revista on-line, hi podem trobar tot el que ens preguntàrem sobre la moda. Ens garanteix una ampla informació sobre la moda d'Espanya.

A més la revista on-line ens permet veure edicions de temporades passades, i inclou apartats com: moda, bellesa, famosos, blogs..... que ens ajuda a posar-nos al dia de les coses que han passat.

És molt bona font d'informació i sobretot de confiança, ja que es escrita per un grup de personas amb certa experiència i coneixements.

8. Sandra Sarmiento Castillo, Universitat Autònoma del Caribe, La moda [en línia] < <https://es.slideshare.net/mobile/SandritaSarmiento2/diseo-de-modas-64890515> > consulta: 26/2/2018

En aquesta presentació on-line, podem trobar una visió global de la moda, tot seguit d'una sèrie d'explicacions, que defineixen el concepte, acompanyat amb suport digital " imatges ", que ajuden a entendre molt millor la presentació.

La he utilitzat per poder agafar tota la informació bàsica i utilitzar-la per completar el meu treball de recerca.

9. Educaweb, Dissenyador de moda [en línia] < <https://www.educaweb.com/profesion/disenador-moda-91/> > consulta: 4/5/2018

En aquesta web, molt coneguda dintre del àmbit educatiu, he pogut agafar informació clau i específica sobre el concepte de moda i les seves característiques.

M'ha proporcionat bastanta informació.

10. Arianna Giorgi, Universitat de Múrcia, Artísticamente moda [en línia] < <https://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm> > consulta: 12/5/2018

En aquest document hi podem trobar una informació molt més extensa sobre la moda i molt més específica que m'ha servit, per poder completar trets més concrets sobre aquest tema.

També aquest document ha estat fet per una estudiant de moda, per tant, és un font fiable i segura.

11. Food and Agriculture Organization of the United States, Año internacional de las fibras naturales 2009 [en línia] < <http://www.fao.org/natural-fibres-2009/about/15-natural-fibres/es/> > consulta: 18/5/2018

En aquesta web hi podem trobar una classificació general de totes les fibres naturals que existeixen. Aquesta classificació ha estat feta per l'organització d'agricultura dels Estats Units, una organització que s'encarrega de classificar i definir tots els conceptes relacionats amb l'agricultura.

Aquesta pàgina m'ha servit per pogué classificar les fibres i saber els tipus que hi han, seguit de les seves característiques.

12. Brais Moraes, Teoria del color [en línia] < <https://unayta.es/teoria-del-color/> > consulta: 27/5/2018

Aquesta presentació he pogut extreure tota la teoria del color, és a dir, he pogut entendre la classificació dels colors i que transmeten aquests. També he pogut saber com es classifiquen els colors a través del cercle cromàtic i com es relacionen entre ells.

Bàsicament d'aquesta pàgina he extret els significat de cada color i el que ens transmeten.

13. Corelclub, Diseño de moda con CorelDRAW [en línia] < <http://www.corelclub.org/disenio-de-moda-con-coreldraw/> > consulta: 5/6/2018

En aquesta pàgina he extret informació sobre l'aplicació més famosa i coneguda, que avui en dia els dissenyadors utilitzen per fer els seus dissenys digitals.

Aquesta aplicació permet fer uns dissenys molt reals i inclou totes les eines necessàries i específiques per fer el traçat, la textura....

Per últim permet una varietat molt gran de colors, que permeten fer les màximes combinacions possibles.

14. Infobae, Década por década: la evolución del traje de baño femenino [en línia] < <https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2016/10/22/decada-por-decada-la-evolucion-del-traje-de-bano-femenino/> > consulta:

En aquesta revista on-line, he extret tot la història i la evolució del banyador femení, des de els anys 80 fins a l'actualitat.

Aquesta part ha sigut molt important en el meu treball de camp, ja que jo per fer la col·lecció de moda, em baso en els anys 80 i 90, sobretot en la forma.

15. Richard Sorger, Jenny Udale , Editorial: **GG Moda** 2008 ISBN: 978 84 252 2131 6

16. Virginia Grose, Editorial: **GG Moda** 2012 ISBN: 978 84 252 2516 1

17. Kate Scully, Editorial **GG Moda** 2012 ISBN: 978 84 252 2447 8

18. Guillaume Erner, Editorial: **GG Moda** 2008 ISBN: 978 84 252 2066

19. Winifred Aldrich, Editorial: **GG Moda** 2010 ISBN: 978 84 252 2354 9

7. CONCLUSIÓ I VALORACIÓ

Aquest treball de recerca malgrat no haver acabat tota la practica, li he posat molt d'esforç i ganes.

Per tant podríem dir que durant aquests mesos he fet molt bona feina, però pel que fa la pràctica he anat molt justa, perquè es necessita molt de temps i treball per arribar-la a crear, perquè no només es compra les teles, fer el disseny... sinó que s'ha de cosir i fer-ho. Per tant durant aquest estiu, com ja tinc fet el patronatge, els dissenys i les teles comprades, només em faltaria cosir i acabar de perfeccionar.

El procés de confeccionar els dissenys, ha estat una mica complicat i difícil. Malgrat no poder fer els 4 dissenys per falta de temps, he pogut experimentar i saber el funcionament i utilització d'una màquina de cosir.

Els meus objectius establerts a l'hora de plantejar la hipòtesi han estat validats per una part i falsats per un altre, ja que he aconseguit dur a terme una petita part de la col·lecció, sense tenir una formació en aquest àmbit. Però per l'altra part ha estat falsada, ja que no he aconseguit confeccionar tots els bikinis que tenia plantejats, pensats i dissenyats.

Fent una valoració en general, aquest treball ha portat el seu temps, però també com és un projecte relacionat amb la moda, un camp que m'apassiona i m'agrada molt, l'he gaudit i he pogut obtenir uns coneixements més amplis sobre aquesta.

Agraïments

En primer lloc vull agrair a la meva directora del Treball de Recerca, María José Lozano Ferrero, per la seva orientació i ajuda constant, que han fet possible dur a terme aquest treball d'un any.

Per últim vull donar les gràcies a la dissenyadora, Alicia Medina, directora de l'empresa EANDB, per la seva col·laboració i ajuda en la part pràctica.

