

La naturalitat dels anys 70

La dècada dels 70 la societat es trobava en un moment complicat. Tot estava revolucionat i agitat, per tant van sorgir moltes tendències, com el romanticisme nostàlgic, el “disco”, el glam, la roba esportiva, el punk, l'exotisme, etc. Creant així una dècada brillant i jove.

Tanmateix, en mig d'aquesta combinació d'estils, van tornar els clàssics: roba elegant, de qualitat i funcional, basada en faldilles fins el genoll, pantalons estrets, vestits camisers, bruses senzilles, jaquetes i peces de punt.

Durant aquesta dècada, la moda urbana va afegir elements essencials dels anys 70, com la mini falda i els pantalons curts. L'estil *punk*, va sorgir al final de la dècada però, com un grup petit i es va desenvolupar a gran escala durant els anys 80.



Les tres fotografies expressen el caràcter de l'estil dels 70

El retorn pel gust a un aspecte més natural és degut als nous estils futuristes. Va prosperar la tendència **hippie** , juntament amb els texans. Es volia recordar una època d'innocència pastoral, amb vestits de cotó, mànigues amples, volants , patronatge alt, escots modestos i faldilles llargues.

Hippie

Cal remarcar que la tendència *hippie* no es reduïa només a la moda, sinó que era un conjunt de persones amb uns ideals, que no coincidien amb la societat ni les tradicions morals de l'època. Es va començar a cultivar als anys 60, i es va desenvolupar als 70. Cercaven la seva inspiració a través de cultures i religions estrangeres.

Els hippies es caracteritzaven pel seu cabell llarg (tant homes com dones), confeccionaven la seva pròpia roba, i els agradava vestir texans desgastats. També es van utilitzar els pantalons amb pota d'elefant, ja utilitzats als 60 però, durant aquesta època van ser utilitzats per homes i dones. Després els dissenyadors van presentar roba d'aquestes característiques, com a articles de moda.



Fotografies que reflecteixen el caràcter hippie dels 70

Disco

La moda *disco*, va comportar la comercialització de les teles metàl·liques i brillants, l'estampat de lleopard, i una sèrie d'accessoris per poder lluir a la discoteca, com també l'aparició de les plataformes a principi de la dècada i la el tacó d'agulla del final dels 70.



Vestits de núvia dels anys 70

Referent als vestits de núvia era característic unes faldilles amples, vestits fets amb teles que donen sensació de caiguda i flors al cabell, seguint les corrents hippies del moment. Eren vestits desenfadats i basats en el "flower power".



Vestit de núvia dels anys 70



Vestit de núvia anys 70

Els recordats anys 80

Els anys vuitanta és una de les èpoques més recordades, és possible que sigui a causa del seu volum, colors, exuberàncies i l'exageració en general. Als 70 les camisetes i els pantalons es duïen molt amples, durant aquesta dècada, això canvia completament.

Les camisetes més característiques, tenien grans colors i portaven ombres, i els pantalons ben ajustats, les faldilles i les mini faldilles són rectes. Els pantalons texans van tenir una gran importància i la roba interior anava adquirint potència dins del món de la moda. Els pentinats són extremadament rissats, mitjançant permanents. El maquillatge era exagerat.

Hi havia una gran utilització de colors però el negre i el blanc van tenir un gran moment durant aqueta època.



Claude Montana

Característic dels vuitanta és l'exteriorització de la roba interior adaptades per ser peces exteriors, dissenyadors com **Paul Gaultier** o **Vivienne Westwood**, van exterioritzar els cossets i les lligues. Aquest estil va perdurà fins a principis dels anys 90.



Dissenys de Gaultier

Un gran icona d'aquest temps, va ser Madonna, que va imposar el seu estil, mitges de reixeta, leggings, tops ajustats, guants sense dits y cadenes *strass*. Michael Jackson va popularitzar les jaquetes y els pantalons de cuir.



Diverses fotografies de Madonna, el icona del moment

Vestits de núvia dels anys 80

Durant aquesta dècada els vestits de núvia es van portar a l'excés; vels quilomètrics, tuls, vestits vaporosos i l'estil núvia-princesa van ser les tendències més destacades. En aquest període es van casar famoses que van marcar l'estil com la princesa Diana de Gales.



Diana de Gales per Emmanuel



Madonna per Jean Paul Gaultier

El punk

Va néixer com a reivindicació de tot el que estava establert: el glam, les idees contraculturals dels hippies assimilades per la societat, així que havien de trencar els lligams que els unís, ho van fer a partir de la música i la roba.

Els punks eren definits com joves que es declaraven anti-moda i sistema, el seu objectiu era escandalitzar. Eren fàcils d'identificar gràcies a la seva estètica característica per dur collars de gossos, els caps rapats o tenyits de colors llampants, pantalons de tub i leggings.

Aquest moviment tenia una part clarament intel·lectual, criticava la societat del consumisme. Van rebre moltes influències, una d'elles va ser l'art Dadà dels anys 20 (defensor de l'anarquia). El seu objectiu era desafiar les convencions, recollia també influències del rock dels 50, i lo militar incloent el nazisme.



Estil punk



Vogue 2009

Els anys 90: una dècada discreta

El menys és més, va ser la clau d'aquest període, on s'esquivava l'excés viscut durant els 80. Era una generació que defensava les peces bàsiques. Una tendència que va evolucionar durant els 90 va ser el **Grunge**.

Aquesta subcultura es va expandir gràcies als mitjans de comunicació, com revistes, canals de televisió, etc. Era característic per l'absència d'excés i glamour, era molt simple i assequible, tenien un aire despreocupat, i no conjuntaven peces entre sí. Les dones en concret utilitzaven vestits de seda amb botes i jerseis de punt extra grossos. Van ser típics els pantalons de tir baix, grans escots i els texans destenyits, trencats, etc. Les samarretes es tallaven al llombrígol, i es mostraven els pírcings i els tatuatges.



Grunge 90, Vogue archives



Courtney Love



Grunge 90's



Doc Martens

També trobem el corrent del **Desconstruccionisme**, es basa en desmuntar totes les peces creades, deixant veure les costures, els doblecs, etc. Volia examinar el significat de la roba i la manera de portar-la, estava relacionat amb el Surrealisme.



Martin Margiela

Martin Margiela

Com a oposició total dels 80, va aparèixer el **Minimalisme**, paral·lel al grunge i al desconstruccionisme. És un estil atemporal, funcional i es reduïa a lo essencial. Els talls de la roba eren elegants i refinats, els colors eren neutres i apagats, per no distreure l'atenció del tall del vestit. No hi havia cap tipus d'adorn innecessari.



Aquestes diverses peces de roba demostren la senzillesa, la tendència a utilitzar el que és essencial.

Vestits de núvia dels anys 90

Les núvies dels anys 90, van introduir els vestits amb l'escot de paraula d'honor una nova tendència que ha tornat en força en l'actualitat.



Vestit de suaus línies geomètriques

del 1999

Segle XXI

La moda del s. XXI evoluciona d'una manera exageradament ràpida, és degut a tots els canvis socioeconòmics dels països, han desaparegut les jerarquies socials, la influència i evolució dels mitjans de comunicació, la revolució d'Internet i la desaparició de barreres comercials.

El factor més important en la moda del s. XXI ha estat la generalització de l'accés a Internet.

Avui en dia, les grans cadenes han format grans imperis, innovant, incorporant les noves tendències i venent a preu assequible, tot això ha estat possible per les evolucions tecnològiques i estratègies de màrqueting.

La moda, ara , és tan pluralista i canvia tan ràpid que és acusada de monòtona i uniforme, així que no es pot ser radical al vestir, així que vivim en una època a on tot es porta.

La segona meitat del s. XX , es va caracteritzar per l'èxit que tenien les tendències relacionades amb subcultures i contracultures, que provocaven alarma general i debats polítics. Durant el s. XXI , no hi ha hagut cap fenomen semblant, això és degut a la gran velocitat que la indústria assimila noves subcultures, això fa neutralitzar el possible impacte.

Influències de les celebrities

Les anomenades celebrities són aquelles que lideren les tendències d'aquesta època. Anteriorment, el públic volia vestir com les classes altes, degut a la jerarquia social, ara la referència són els famosos. Darrere hi ha una estructura comercial, per poder treure beneficis. Internet està ple de webs que ajuden a trobar el mateix *look* d'un famós a preu assequible, portals de roba de venda directa, etc. També hi ha revistes que es dediquen a la moda de les celebrities, com vestir-te, pentinar-te, etc.

Dissenyadors que són conscients del moviment, contracten a famosos per representar la seva marca. Tot aquest auge de les celebrities no ha nascut al s. XXI , al 1930, Hollywood i les seves actrius van ser de gran influència en les modes del moment.

Vintage

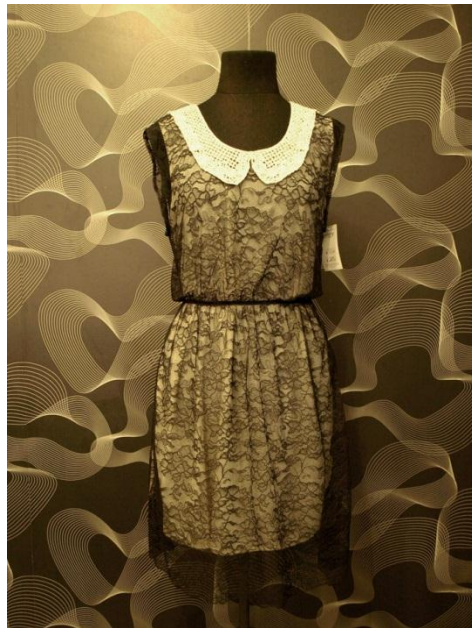
El *vintage* està associat a la indumentària dels desfavorits. El mercat de roba de segona mà va canviar radicalment a finals de la dècada dels 90, quan es va convertir en una moda majoritària i va rebre el nom de vintage.

Poc després, aquest tipus va tenir tant d'èxit que no era necessari acudir a botigues de segona mà, dissenyadors feien col·leccions basades en aquest estil, i celebrities com Kate Moss va introduir aquesta tendència al seu armari.

Com la moda és un cercle que poc a poc es repeteix, té la nostàlgia de rescatar vells estils, dissenyadors estudien dissenys i arxius anteriors, per extreure noves idees o copiar-les adaptant-les a la societat actual.



Kate Moss



Vestit inspirat en els anys 60



Inspirat en els anys 70



Inspirat en els anys 70

La moda de la nostra societat

Està definida com una moda globalitzada, degut al trencament de fronteres entre països, que anteriorment hi havien. Hi ha una gran mobilitat en quan a comerç, els avenços tecnològics de la comunicació i l'arribada d' Internet.

Va créixer la demanda de roba assequible i les novetats en quan a moda i tendències, això ha impulsat un desenvolupament molt considerable per que fa a la fabricació i distribució, cada cop més innovadora i competent.

Moltes d'aquestes grans marques, traslladen les seves fàbriques allà on la mà d'obra és més barata. Encara que això pugui ajudar als països que s'estan desenvolupant, les condicions laborals no són les desitjades, a més es critica que les tendències occidentals, que es troben a tot arreu, i estan substituint les cultures locals per aquesta què és una tendència occidental i uniforme.

Però, si es veu des d'un altre punt de vista , es pot dir que hi ha un gran interès per les marques, sense tenir en compte cultures i religions i una gran vulnerabilitat per part de cultures no occidentals, per no oposar-se a les multinacionals.



Hivern 2010



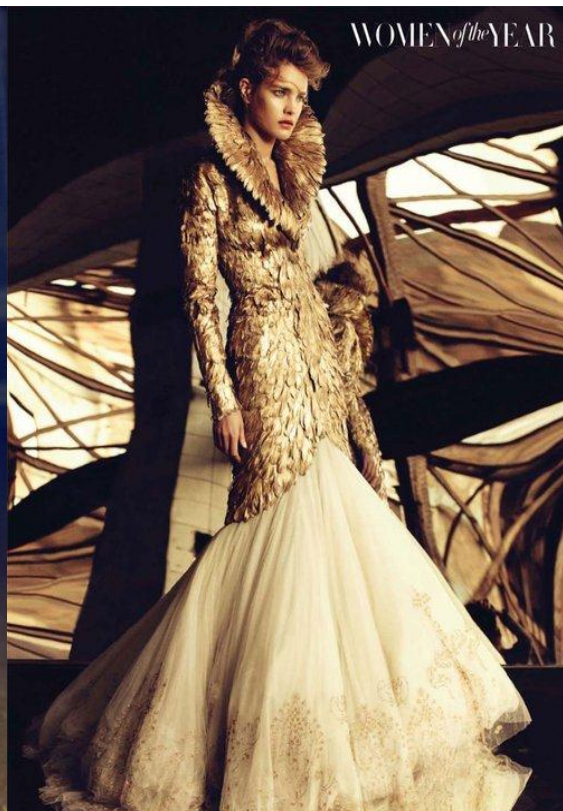
Vogue Italy March 2007



Vogue Paris November 2007



Elle Russia december 2011



Harper's Bazaar UK 2010



French revue des modes fall-winter 2010



Tatler Indonesia November 2010



Material Girl Winter 2010



Vogue December UK 2010



Vogue Hellas December 2011



Vogue Italia March 2008



Vogue Paris November 2010



Elle Italy November 2009

Creació de l'Alta Costura

La consolidació de l'Alta Costura a França a mitjans del s. XIX va fer que el dissenyador fos l'àrbitre de les tendències i va portar el món de la confecció a la categoria d'art.

El que va fer tot això possible va ser el britànic, convivent a França, Charles Frederick Worth, se li atribueix al haver perfilat la indústria de la **moda parisina**. Va treballar amb els millors comercials tèxtils, i va obrir el seu primer establiment a París, on treballava la exclusivitat i la contrastava amb la dels humils sastres del sector. Les seves creacions tenien tanta qualitat, que va rebre el qualificatiu de **Haute Couture**. Les seves creacions es caracteritzaven pels materials luxosos i els seus primers vestits portaven crinolina, que a poc a poc la anava reduint. En definitiva, reflectien el seu interès per l'art.



Vestits de Worth



Extensa la cua del vestit



Utilització del polissó

Va ser poc després que va ser contractat per l'emperadriu Eugènia, esposa de Napoleó III. Worth era el responsable del seu guarda-roba, pel que fa a festes ja que mai es podia repetir un vestit. Eugènia era un icona a imitar.



Retrat de l'emperadriu Eugènia,

Vestit de Worth

La posició de Worth en la indústria de la moda contemporània va ser fonamental. Al 1868 va fundar una associació de cases de costura, aquestes protegien i regulaven el treball dels modistes. El seu fill va seguir el negoci fins que l'associació es va convertir en la **Chambre Syndical** de la **Couture Parisienne**, que avui en dia es segueix expandint.



Vestits de l'any 1920

L'alta costura es defineix **com el sector elitista de la indústria de la moda, la filosofia artesana i la confecció a mida, són les seves característiques principals.**

Durant el s. XXI es parla de la desaparició de l'alta costura, ja que dins d'aquesta indústria quedant poques cases, concretament unes onze de les 70 al fundar-se, suposen una gran pèrdua econòmica. Tanmateix segueix tenint un paper important dins de la moda, encara que d'una manera més reduïda, com ja he dit pel factor econòmic.

Per entrar-hi s'han de complir un requisit i normes establertes. És necessari presentar dues col·leccions a l'any, que constin de cinquanta creacions de roba de dia i de nit. Pel que fa als seus clients privats, han d'haver dues proves de disseny i tenir un mínim de quaranta treballadors en un taller amb la base a París. I el més important, les peces s'han de realitzar al propi taller i de manera artesanal.

La seva decaiguda, es deu als preus astronòmics i l'augment de la competència amb peces molt més assequibles. Per exemple grans cases com **Yves Saint Laurent** (2002), **Versace** (2003), **Ungaro** (2004) i la fallida de **Lacroix** al 2009, fan creure que la mort de l'alta costura s'aproxima.



Vestit Trapecio 1958 Abric curt de nit, 1971



Última col·lecció d'Ungaro Alta Costura, Lacroix 2008

No hi ha cap dubte que la moda s'ha convertit en un fenomen tan plural, que ja no pot dictar les tendències l'elit.

Cal dir que moltes d'aquestes cases de moda privilegiades, aguantaven gràcies a altres col·leccions prêt-à-porter, perfums, ulleres, mocadors, etc. Aquests estan destinats al gran públic i amb preus més raonables.

Però, és important mantenir la preservació de la creació artesanal i personal. I gràcies a l'alta costura, comerços como botoneries, barreteries, fàbriques d'encaixos i de bordats segueixin existint, encara que a menor escala.

L'alta costura de Barcelona

Els començaments de l'alta costura a Barcelona és gràcies al treball de grans modistes del final del segle XIX , els seus treballs estaven molt connectats i influenciats pel que es creava a París.

L'arrencada principal de la moda catalana, va ser amb l'obertura de l'establiment de Pedro Rodríguez l'any 1919. Després, modistes, barretaires van aconseguir organitzar el Saló de la Moda amb les primeres desfilades per tot Espanya.

La dècada dels anys 20, va ser un temporada important per la moda catalana, amb les seccions d'alta costura als magatzems de teixits **Santa Eulàlia**, **La innovación**, **El Dique Flotante**, etc. I **Pedro Rodríguez**, proclamat el principal modista espanyol, juntament amb **Cristóbal Balenciaga**.



Pedro Rodríguez, 1958 Barcelona



Balenciaga 1958

La connexió directa amb París i la gran indústria catalana va ajudar molt en el creixement de la moda. Les fàbriques de lli i cotó llaneria, el punt, els estampats, les sederes van ser ubicades per diferents ciutats en tota Catalunya, i la moda catalana, es va escampar per tot l'Estat Espanyol.

També van ajudar en l'extensió, l'artesania de brodats, les escoles industrials i les modistes. És molt important, saber que gràcies a la burgesia nascuda de la pròpia indústria, es va generar una clientela fidel que va fer possible la consolidació de l'alta costura.

L'Organització de < **Exposició de l'Art del Vestir i Saló de Creacions** > durant el temps de la Segona República, amb la participació de les grans cases de moda, alta pel·leteria i dissenyadors de barrets, va marcar de manera molt important l'alta costura barcelonina. La Guerra Civil va paraitzar tot aquest procés, algunes cases van tancar, altres cosient els uniformes pels soldats.



Cristóbal Balenciaga 1958, Barcelona

La postguerra va rehabilitar el sector, i al 1940 es creava a la capital catalana la Cooperativa d'Alta Costura amb els anomenats “cinco grandes”: **Pedro Rodríguez, Manuel Pertegaz, Asunción Bastida, Santa Eulàlia i El Dique Flotante**, després amb altres cases com **Carmen Mir, Pedro Rovira i Rosser**.



Manuel Pertegaz amb el detall del teixit, Bcn.

Manuel Pertegaz 1945, Bcn.



Asunción Bastida 1945, Bcn.

Santa Eulàlia 1942, Bcn.



Carmen Mir 1954/ detall del bust de la mateixa creació



Pedro Rovira 1955

La majoria van tenir punts de venda a Madrid, on hi havia bona clientela i bones plataformes d'operacions institucionals com de relacions a l'exterior. La Cooperativa va tenir el suport de l'estat espanyol, que necessitava signes d'identitat i l'exportació a l'estranger. Durant les dècades de 1950 i 1960 els creadors barcelonins van presentar amb èxit les seves creacions a ciutats com: Nova York, Chicago, Londres, Copenhaguen, Sydney entre d'altres.

Els anys setanta marquen l'expansió del **prêt-à-porter** i una caiguda de l'alta costura, tot i que aquesta última havia afegit altres destacats creadors: Andrés Andreu, Josep Ferrer, Roberto Dalmau, etc. Tanmateix la majoria de les grans cases acabaven tancant, seguint els passos de *Balenciaga* que va ser el primer en veure que el món sumptuós de l'alta costura finalitzava.

Figures emblemàtiques en el món de la moda

El món de la moda va patir canvis importants a mitjans del s. XIX . Anteriorment les dones adinerades acudien a modistes, així que els canvis i les innovacions es produïen de manera lenta.

Amb la figura de *Charles Frederick Worth*, comerciant de teles anglès, traslladat a París, va començar a crear vestits exclusius, per fer-se conèixer contractava noies perquè exhibissin les seves creacions en llocs públics. Va ser quan es va crear l'Alta Costura i el sistema de moda com el coneixem avui en dia.

A partir dels processos de producció i divisió del treball que es van establir en la Revolució Industrial, la concepció i la planificació dels objectes, va ser anomenada **disseny**, es separava en: la fase de invenció del objecte, amb la etapa de fabricació. Llavors es va marcar la diferència amb el tradicional sistema de manufactura artesanal. Tanmateix, durant els primers anys de industrialització les idees del disseny eren molt vagues, ja que no hi havia cap base que recolzès el sentit i la importància d'aquesta disciplina.

El disseny modern va establir-se gràcies als dissenyadors reformistes de finals del s. XIX, els quals van intentar unir la teoria amb la pràctica. Les seves propostes van produir una evolució en la manera de dissenyar, tant en el Moviment Modern com en la fundació de les primeres escoles i tallers de disseny. Va ser a mitjans del s. XX, quan els productes, estils i teories sobre el disseny es van tornar cada cop més diversos.

Actualment, molts dissenyadors de moda han utilitzat punts de vista innovadors per donar al seu producte valor i prestigi. En molts casos es va cultivar una imatge amb èxit per les seves marques, utilitzant mètodes que van ser font de inspiració per les modernes estratègies publicitàries; que ara s'apliquen en gairebé tots els sectors de negocis.

La roba, accessoris i publicitat s'han de coordinar amb una història que convenci al possible comprador. Aquests dissenyadors són capaços d'eleva-se a la categoria de celebritat i que aquesta fama, formi part important del valor que dona el consumidor. Això, va començar a principis del s. XX . Els primers com Paul Poiret, publicitaven les seves obres amb espectacles de moda i grans festes per captar l'atenció del públic, havien de acudir a aquests recursos ja que els mitjans de comunicació eren força limitats.

En aquest apartat es durà a terme unes biografies de les figures més importants en el món de la moda i entenen el perquè del seu èxit. Basat en el s. XX, així que cal recordar que és un període de grans transformacions en la societat occidental, revolucions en quan a idees, pensaments i modificacions dels valors del s. XIX, que resultaven intocables. A més a més experimentació amb la literatura, l'art i el disseny.

Paul Poiret

Sastre francès nascut al 1879 a París, amb gran personalitat artística. Va començar a ser conegut a principis del s. XX i va ajudar a definir el futur paper del modern dissenyador de moda.

Poiret juntament amb Madeleine Vionnet, van passar dels models per patrons dibuixats al *modelat*, aquesta tècnica consisteix en col·locar la tela i donar-li forma sobre el cos enlloc de que el cos s'adapti a la peça de roba.

Va treballar amb Charles Frederick Worth, el qual va ser una gran influència pel dissenyador tanmateix, va rebutjar moltes de les normes que havia promogut Worth, com l'ús del cosset, tampoc va acceptar els vestits que modelaven la figura i controlaven la forma del cos. El que va continuar imposant va ser el sentit del espectacle i la teatralitat en les seves creacions.

Poiret va utilitzar línees innovadores, i va marcar el camí cap a una moda moderna. Va ser un sastre que es va atrevir a experimentar amb les avantguardes i visionari amb les noves tendències. Com s'ha dit abans no utilitzava cossets, va impulsar les túniques i els pantalons. Els seus dissenys eren característics per la expressivitat i creativitat, representaven l'erotisme exòtic, acceptat socialment. Va ser el pioner en promocionar-se a través de festes socials, fent que els seus vestits apareguessin públicament i es va fer propietari de diverses cases de moda de París.

Però després de la Primera Guerra Mundial, a Poiret li va costar molt adaptar-se a les condicions establertes del mercat. La seva crisi econòmica va anar creixent, ja que competia amb una línea senzilla i caracteritzada pels jerseis mariners, les faldilles prisades fins els genolls, els vestits camisers de color crema (típic de la roca interior), pròpies de la gran Gabrielle Chanel. Així que podríem dir que Chanel va desbancar a Poiret, fins que al 1929, es va declarar en bancarota.

Encara que ho perdés tot, sempre es va endur amb ell la idea indiscutible del bon gust.

"No soy un comerciante. Las señoras acuden a mí en busca de un traje del mismo modo que van a un pintor distinguido para que les pinte su retrato sobre una tela. Soy un artista, no un modisto"



Madeleine Vionnet

Modista francesa nascuda al 1876 a França, coneguda sobretot per la utilització del *tall al bies*. Tècnica de confecció basada en un tall diagonal respecte a la trama de la tela, per produir un gran sensació de dinamisme i permetre un drapejat més fluid. Tanmateix, Vionnet no va ser la inventora d'aquesta tècnica.

Madame Gerber, de *Callot Soeurs*, va ser qui li va ensenyar la tècnica de afegir petites peces tallades al bies, dins d'un vestit. Madeleine Vionnet va adaptar aquesta tècnica al utilitzar-la en la totalitat del vestit, aconseguint transformar radicalment la forma i l'estil de les peces.

La seva tècnica la va perfeccionar al llarg dels anys que passava treballant per altres cases de moda, permetent que les seves peces tinguessin un caràcter propi i transformar la moda del s. XX. La modista tenia una ment oberta i moderna, tant que les seves creacions regnaven per l'absència d'adorns excessius i permetien una llibertat de moviments a una nova dona.

Igual que altres companys de professió més avantguardistes, es basaven en una influència de indumentària grega i romana. D'aquesta manera Madeleine Vionnet es va convèncer de que la roba havia d'adaptar-se al cos i no el cos havia de prendre la forma del vestit.

Era una gran experta en quan la manipulació de les teles, la corbava, la modelava, i sense l'ajuda de cap suport interior. Treballava amb formes geomètriques, que feien que la tela caigués sobre la figura fent un efecte realment femení i elegant.

Vionnet treballava sobre uns petits maniquins de fusta, sobre els quals col·locava les teles experimentant la construcció, després li feia un ràpid esbós. Creant diferents mètodes facilitava el moviment de les teles sobre les figures, minimitzant el contorn de la cintura i remarcant l'amplitud de l'espatlla.

El èxit d'aquesta de la feina de Vionnet, és que la seva feina ha influït sobre el treball de molts dels dissenyadors actuals. La seva estètica segueix estant definida i es reconeix fàcilment. La relació que va establir entre tela, cos i moviment, i finalment la tècnica del tall al bies, la converteix en una de les dissenyadores més influents de la història de la moda.



Coco Chanel

Gran figura de la moda nascuda al 1883 a França, va ser una modista, coneguda per ser una dona moderna, que va establir les bases de la feminitat actual. Amb un caràcter individualista, i amb molta ambició, era exigent, egoista i despietada. Chanel va tenir un gran nombre de amants als que va permetre que financers i impulsessin la seva carrera.

Encara que les dones són una minoria en la història de la moda, posseïen moltes avantatges per sobre els homes, ja que elles es poden posar aquella roba, saben i entenen a la perfecció les necessitats de les dones. Chanel es va utilitzar a ella mateixa com a font de inspiració i com a primera model de les seves creacions. Iniciava les seves tendències, primer vestint-les ella.

No aprovava l'estil dramàtic o ornamental de Paul Poiret, perquè tenia la sensació de que no permetia a les dones llibertat de moviment ni comoditat, les peces de Poiret les utilitzava com a mostra del que ella no faria. Chanel evitava els cossets, els grans barrets i les llargues faldilles tan populars durant el començament del s. XX, va iniciar sobre els seus famosos vestits negres amb les primeres joies de fantasia d'inspiració bizantina

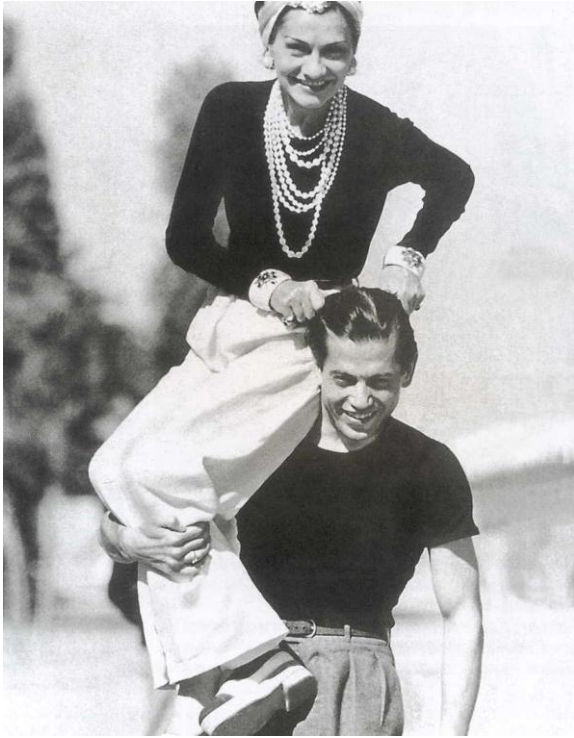
Es va endinsar en el món de la moda, a partir de la creació de barrets, especialment senzills i a la vegada elegants. La austeritat era indispensable, i aquest concepte en la vestimenta es va adaptar a la perfecció en la societat després de la Primera Guerra Mundial.

Gabrielle Chanel tenia una visió clara de la nova dona que acabaria definint el s. XX. Va popularitzar la pell bronzejada com a signe d'una salut atlètica, els cabells curts a lo **garçon** i va introduir els pantalons i faldilles fins als genolls.

Al arribar la Segona Guerra Mundial, Chanel tanca la seva casa. És la única dissenyadora que no tornar a obrir les portes i es manté retirada fins els 1954. Va ser quan reapareix indignada per Christian Dior, la seva reintroducció dels cossets i de les construccions rígides, va tornar al món de la moda per donar una altra alternativa a les dones. Encara que la filosofia i la tècnica dels dos era diferent, les peces tenien en comú la senzillesa i el refinament.

Va ser també durant la dècada dels 50 quan va descobrir els avantatges dels **tweeds**, els coneguts vestits jaquetes, caracteritzats per la cinta blanca que suggereix una silueta esvelta que centra l'atenció als malucs, així emfatitzant la feminitat del disseny, a més de la cartera embuatada de nanses de cadena.

La destaquem per ser capaç d'agafar una gran quantitat de detalls de la indumentària masculina i instal·lar-les en la femenina amb naturalitat. El que la va impulsar a dur a terme aquesta innovació va ser la comoditat i amplitud que aquestes proporcionaven. Es pot posar d'exemple un jersei masculí, al qual va afegir un cinturó, fins als pantalons de mariner. Creant una roba pràctica i molt femenina. Una altra inspiració per Chanel van ser els uniformes escolars, que denotaven serietat i senzillesa.



Fotografies de la dissenyadora Coco Chanel

Elsa Schiaparelli

Nascuda al 1890 a Roma, el seu objectiu era impactar. No tenia cap tipus de formació, el seu apropament a la moda es produïa des del què era experimental, banal i fins i tot ridícul. Per ella no hi havia normes a trencar, només les seves pròpies percepcions i el seu sentit de l'estil.

El seu entusiasme per innovar va quedar comprovat en les seves col·laboracions amb artistes com **Salvador Dalí**, **Christian Bérard**, **Man Ray** i **Jean Cocteau**. Tant les obres com les seves actituds i filosofies dels artistes van influir a Schiaparelli, de tal manera que li van proporcionar la inspiració necessària per acostar-se a la moda com una forma d'art.

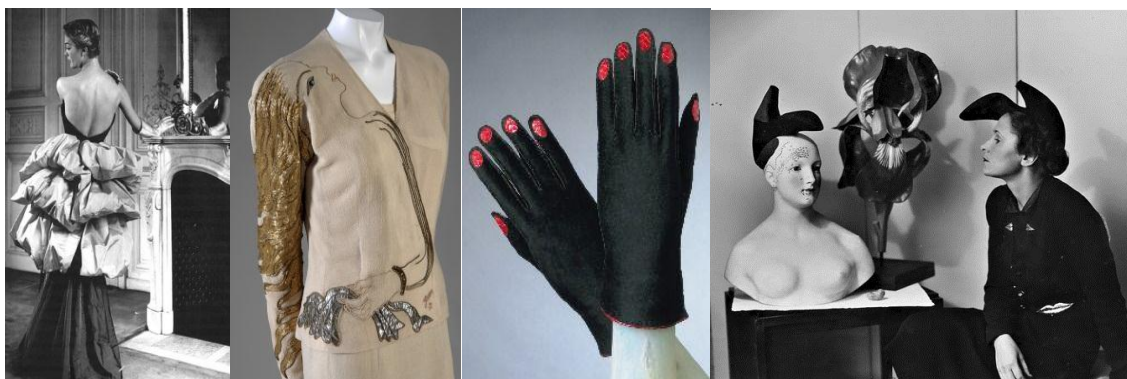
En tot moment va ser capaç de trobar la bellesa dins del que era estrofolari. Es va deixar endur per la teatralitat i el sentit de la irrealitat, tan present a Hollywood a la dècada dels anys 30. Encara que accentuava el dramatisme i hi havia un excés de adorns, creia en les línies simples, la estructura i la silueta.

L'estil surrealista era expressat en totes les seves obres, Schiaparelli va tenir molt d'èxit a la dècada dels anys 30, fins que al arribar la Segona Guerra Mundial; es va veure obligada a tancar el taller. Entre les seves clientes habituals es trobaven dones de l'alta societat i estrelles de Hollywood. Les dones més que per l'humor que desprenien els dissenys, acudien per la seva manera de treballar la silueta i la forma. Schiaparelli defensava les grans ombreres, que donaven la aparença d'estreta cintura. Va allargar la figura gràcies a les faldilles llargues i molt lleugeres.

Estava tan relacionada amb la silueta que, després de la guerra, va acabar tancant l'empresa definitivament, sense voler acceptar els canvis que va impulsar Christian Dior amb el New Look, la faldilla acampanada.

El seu èxit i mèrit és la actitud desafiant que va mantenir amb el concepte tradicional de la roba austera i seria, transformant-la en un estil desenfadat, divertit i d'elegància única que l'ha convertit en una eterna font de inspiració. Va ser una de les primeres dissenyadores que va col·laborar amb artistes contemporanis, se la relaciona amb el moviment surrealista durant la dècada dels anys 30.

La influència de Elsa Schiaparelli segueix sent de inspiració en l'era contemporània a mesura que cada cop hi ha un nombre més elevat de dissenyadors que començant a experimentar amb la fusió de l'art i la moda.



Cristóbal Balenciaga

Sastre espanyol nascut al 1895 al País Basc, de caràcter tímid, distant amb els clients i la premsa . Se'l coneixia no només per la seva meticulosa atenció als detalls i per la seva confecció, sinó també per les experimentacions que feia amb la tela, els drapejats dels vestits i les proporcions. No tenia en compte les tendències, de fet moltes vegades anava en contra d'elles. Balenciaga preferia experimentar i perfeccionar les seves pròpies idees, oferint roba elegant, refinada i intemporal.

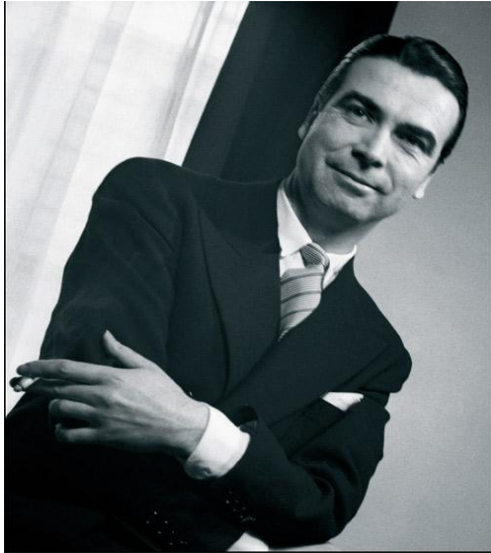
Balenciaga realitzava tot el procés de producció d'una peça, des de l'esbós, el tall i la costura fins la presentació de les col·leccions. Normalment col·laborava amb fabriques, per crear noves teles per donar una textura o acabat diferent a les seves creacions. Donant a entendre que el teixit era el més important de les seves creacions.

També defensava que un dissenyador a d'oferir roba que s'adapti a les necessitats de les seves clientes. Balenciaga va tenir molt d'èxit entre les americanes, gràcies a les línies simples i pràctiques de la roba per anar pel carrer i l'aire extravagant i romàntic dels vestits de nit.

El sastre va trobar la seva inspiració en els viatges que va fer per tot Europa i Estats – Units , a més de la influència de la vestimenta no occidental com el *vestit kabuki*. Segurament tenia accés a les importacions de Àsia, ja que moltes arribaven al port de San Sebastián.

També va haver una influència notable cap al seu país d'origen, Espanya. Inspirat pel romanç i el misteri però, també en el sentit de la solemnitat i austeritat. Va marxar a causa de la guerra civil, que no el permetia seguir fent la seva feina. En moltes de les seves obres es poden entreveure relacions amb els clavells espanyols, també amb toreros i el flamenc. Fins i tot es pot establir una relació amb pintors espanyols com Goya, Zurbarán y Velázquez, en l'ús del encaix i brodats, i en la forma dels vestits.

El que fa a Balenciaga diferent és que va ser realment un gran sastre, al tallar al material, realitzar una creació i cosir-la a mà. Defensant sempre la simplicitat, la innovació i una bona confecció. Amb tota naturalitat aconsegueix treure el millor partit a la silueta femenina.



Cristóbal Balenciaga



Vestit alta costura Balenciaga



Vestit Alta Costura Balenciaga



Vestido Arum, hivern 1965



Conjunt de Balenciaga, 1953

Christian Dior

Christian Dior d'origen francès va néixer al 1905 a Granville, aquest dissenyador va tenir la sort d'estar en el lloc i en el moment adequat, va ser tan observador que se'n va adonar que les dones volien sentir-se molt més femenines, després de la passada Segona Guerra Mundial.

Situats a Europa i Estats Units, el període de la postguerra va estar marcat per un desig de seguretat, homogeneïtat i conformisme. Es va promoure les estructures familiars tradicionals, les quals els homes tornaven a ser el pilar fonamental.

Les col·leccions de Dior representaven aquest gir en la societat, al tornar a crear una silueta que recordava a l'època victoriana del s. XIX. Inspirat per la grandesa i l'ostentació que regnaven l'estil del s. XIX.

Al 1947 va presentar la seva primera col·lecció que va fer que el seu nom esclatés en el món de la moda, amb el New Look, una col·lecció caracteritzada per una imatge molt femenina on es tornaven a emfatitzar les formes femenines: faldilles amb molt de vol fins als genolls, la cintura molt cenyida i les espatlles arrodonides. Una nova silueta on resulta imprescindible l'ús de nou de cossets, per aconseguir la cintura d'abella. I fa alça a les dones sobre un tacons d'agulla. Solia decorar les seves creacions amb collars de perles i fermalls. Els colors més utilitzats eren el negre, el blau marí i el blanc. Aquests nous conceptes es contrastaven amb la dura etapa de la postguerra que es vivia a França.

El que fa que Dior sigui emblemàtic, en aquell moment fins avui en dia, és el treball que invertia en la forma, la proporció i la construcció de la peça, aquests tres factors són els necessaris per aconseguir una autèntica bellesa. Les seves peces són arquitectòniques i estructurals, reflectint l'amor per la poesia i la naturalesa.

Després de la seva mort, al 1957 el va substituir Yves Saint Laurent, que treballava per Dior des del 1953. Després la casa de moda va ser dirigida per Marc Bohan fins el 1989, fins que va entrar com a director creatiu Gianfranco Ferré, fins el 1996. Actualment la firma està en mans del britànic **John Galiano**.



Yves Saint Laurent

Yves Saint Laurent, nascut al 1936, d'origen francès és considerat un dels dissenyadors més influents del s. XX, una de les causes va ser la seva manera d'adaptar el seu estil als canvis de desenvolupament socials a la moda.

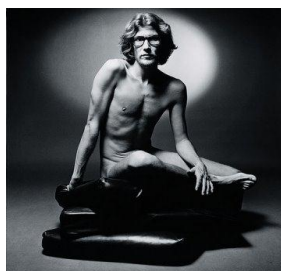
YSL va passar per tres etapes diferents al llarg de la seva carrera com a dissenyador. En la primera etapa, com ajudant i hereu de la prestigiosa casa Dior, en la dècada del 1950, on va trencar totes les visions refinades de feminitat i curvilínia confecció del seu creador. Va trencar tots els esquemes produint una línia trapezi, i al 1960 creant la imatge *Beat*.

En la segona etapa, durant la dècada dels 60 i començaments dels 70, que va conèixer a Pierre Bergé, company comercial i sentimental, va recolzar i envalentir al dissenyador per convertir-se en el rebel del món de la moda, el qual va acabar abandonant l'Alta Costura donant suport al prêt-à-porter, aquesta nova línia anomenada **Rive-Gauche**, va ser un gran èxit.

La seva tercera etapa es troba durant la dècada dels 80, quan cada vegada s'engrandia més el seu imperi, va ser llavors quan va decidir tornar al que sempre li havia apassionat: la fantasia del teatre. Anteriorment el dissenyador havia desitjat convertir-se en dissenyador de vestuari de teatre. Per això al llarg de la seva carrera havia dissenyat peces i decorats per ballets, obres de teatre i operes. El qual va rebre un Oscar a la moda, per tota la seva carrera com el més gran dels sastres, que se li va entregar en l'Òpera de París al 1985.

Yves Saint Laurent es va retirar al 2002, va canviar la manera de vestir de les dones. Encara que, avui en dia els pantalons per la indumentària femenina siguin gairebé indispensables, durant les dècades dels 60 i 70 no tenien massa acceptació. Va ser quan YSL la primera casa d'Alta Costura que va presentar els pantalons per la dona. Ho va fer amb el conjunt *Le Smoking*, basat en un esmoquin masculí, aconseguint que les dones es veiessin molt femenines i elegants. Sempre contrastat amb bruses vaporoses i ajustades. Pels vestits jugava amb colors molt dramàtics. Juntament amb Coco Chanel van aconseguir grans canvis en la indumentària de la dona, la necessitat de roba confortable però, elegant i a la vegada adaptar el vestuari masculí a les dones desenvolupant estils propis.

Va morir al 2008, amb l'edat de 71 anys a París. És considerat com un dels últims supervivents d'una generació excepcional de sastres que van fer de París la capital de la moda, incloent a Coco Chanel i a Christian Dior. Bergé va assegurar que *"Coco Chanel va donar a les dones la llibertat i YSL els hi va donar el poder"*



Yves Saint Laurent

Jean Paul Gaultier

Jean Paul Gaultier era anomenat “enfant terrible” de la moda francesa, avui en dia és un dels dissenyadors més destacats. Va néixer el 1952 a Arcueil.

Gaultier és famós per la seva moda filosòfica i política centrada en la igualtat, la acceptació i el nostre llocs al món. Utilitza la ironia i l’humor, així com l’estètica extrema per provocar una reflexió sobre la etnicitat, el prejudicis del gènere, l’orientació sexual i la bellesa.

El dissenyador ha fet que la camiseta amb ratlles blanques i blaves, fos la marca del seu estil , i sempre ha sentit devoció per la cultura gay. Utilitza el nuu i la sexualitat femenina com símbols tradicionals, per donar la percepció de força, bellesa i realitat, un exemple seria el cosset amb grans copes icòniques que va crear per la gira *Blond Ambition* de Madonna, va utilitzar formes icòniques per representar els pits, parlant del cos de la dona com una font d’entreteniment.

En la seva desfilada d’alta costura de Primavera de l’any 1998, Gaultier va dissenyar un vestit totalment blanc amb guardainfants integrat , aquests volien cridar l’atenció sobre la silueta normal de la dona en edat fèril. Aquests símbols de submissió a la dona...

Jean Paul Gaultier sentia admiració per les cultures del món, i les seves indumentàries particulars. Ha presentat col·leccions inspirades en Xina, Mongòlia, Espanya, Mèxic i altres llocs. Va crear diverses polèmiques al utilitzar elements de la vestimenta “jasídica” jueva o símbols catòlics. Així que podem entendre que Gaultier no esquivava els temes sensibles, com la religió, la política o la orientació sexual.

Aquest dissenyador va des del seu característic uniforme de camisa a ratlles fins als preciosos vestits de la Belle Époque.

En la seva col·lecció de Primavera 2008, Gaultier va afegir unes puntes a un cosset de núvia. Així, el cosset que tradicionalment es percebia com un símbol de submissió, el va transformar en una senyal de perill.

I una de les característiques que fan de Gaultier un personatge emblemàtic és que va ser capaç de jugar amb la roba interior fins arribar a convertir-les en peces exteriors. Traspassant les fronteres de les referències sexuals i el bon gust. En aquest fet també hi va participar Vivienne Westwood per separat, encara que als dos els interessa el poder de la dona i considerant el cosset una armadura de protecció, més que un símbol de submissió.



John Galliano

Aquest dissenyador britànic va néixer l'any 1960 a Gibraltar, ha aconseguit un estatus de celebritat entre els sastres de tot el món, les seves col·leccions són capaces de fer fluir la imaginació, enfoca el procés del disseny de una manera tan concentrada i absorbent que els resultats de la seva creativitat no deixant mai de sorprendre i entusiasmar.

La evolució de les seves idees va consistir en experimentar amb el tall de les teles, i en les diferents maneres del ajuntar les diferents parts de la peça. Comprendre com s'unia una jaqueta en el passat, i com ajuntar-la correctament en el present, t'ajuda a desfer-la i refer-la de tal manera que apuntés al futur, va ser llavors quan va entendre que no hi havia cap limitació ni condició de com s'ha de confeccionar una peça.

Galliano s'endinsa en la investigació i la inspiració de cada detall de les seves col·leccions fins les invitacions i el guions que s'han de seguir durant les passarel·les. Així que podem concloure que és un home perfeccionista, meticulós i molt exigent.

Les fonts de inspiració del dissenyador són diverses i molt variades, hi ha temes que repeteix i reinventa però la moda històrica, sens dubte ha estat la més important moltes de les seves col·leccions des de **Les incroyables**, dedicada als dandis del s. XVIII fins les col·leccions d'homenatge per Dior. També li resulta una font de inspiració aquelles dones fortes i amb estil del passat, que van tenir un paper important en el món, així que agafa els seus trets i pensaments, i sense complicació els plasma en les seves peces per la dona contemporània.

Paul Poiret ha representat per Galliano una de les figures més influents en les seves creacions. L'exotisme, la qualitat molt ornamentada i el tràgic romanticisme de Poiret, es poden veure reflectides en les col·leccions dedicades a la moda històrica de Galliano, on utilitza el color, la silueta i la confecció de Poiret com a base de les seves creacions, afegint altres períodes de temps, icones femenins o altres elements per poder expressar la idea o missatge que vol transmetre.

La capacitat de jugar amb influències de estils tan rics del passat i combinar adaptant-les al present, li permet crear un romanticisme i excitació que no normalment ja no es troba en el mercat contemporani de la moda. A més a més les seves passarel·les són característiques per la seva teatralitat i el malbaratament del pressupost.

No només és important per l'adoració que té per les coses elegants, sinó perquè és capaç d'utilitzar els resultats de les seves investigacions per crear idees totalment noves, això és un procés de disseny amb una filosofia definitivament, post moderna.

- En la col·lecció Tardor 2008 de John Galliano podem percebre els talls asimètrics, pantalons amb influència oriental, vestits tallats al vies, de la dècada dels anys 30, abrics retros i els tocats del cap són sobredimensionats. La paleta de colors es basa en colors salmons, blaus pàl·lids, bordeus
- En la col·lecció de prêt-à-porter de Dior Tardor 2010, va jugar amb el tema de la caça, ho comprovem amb les botes d'estil mosqueter i combinat amb el misteri i l'audàcia de la Belle Époque, el suau romanticisme del s. XVIII. La utilització de mussolines, colors càlids, peces amb molt de drapejats però per trencar aquesta fragilitat ho combina amb caçadores d'ant o de pell d'estil com militar.

Col·lecció 2008:



Col·lecció 2010:



Alexander McQueen

D'origen britànic, nascut al 1969 a Londres, el seu objectiu era crear un impacte el públic, anant molt més lluny del que dictaminaven les tendències i l'estil. Va ser capaç de unir sense problemes la moda, l'art amb una espectacular confecció i amb una tècnica plena de genialitat, tot això ha fet que la moda avancés, portant-la més allà de la roba i ampliant les seves fronteres.

Per altre costat McQueen va adquirir més rellevància artísticament i social a mesura que va anar deixant de costat la necessitat d'impactar i va decidir explorar i observar la societat que el rodejava. De fet, va començar la seva carrera amb gran odi a la indústria de la moda, quan va marxar de la casa *Givenchy* l'any 2001 va declarar que aquell temps havia estat una "*sentència de presó*" i altres declaracions com "*Hi ha bellesa en la ira, i aquesta per mi és una passió*".

La principal pregunta que es va fer durant la seva carrera professional estava centrada en l'equilibri del poder, ja sigui entre l'home i la dona, la naturalesa i la rasa humana o la tecnologia i la naturalesa. Utilitzava referències històriques com cossets o vestits d'època victoriana després els destruïa, estripava i manipulava, perquè a la premsa li fos fàcil mal interpretar les seves idees, en la col·lecció de **Girl who lived in the tree** Tardor-hivern 2008. Es basava en una noia que vivia en un arbre, decideix marxar per trobar a un príncep i convertir-se en reina.

Més tard es va comprendre que estava intentant igualar els homes amb les dones, en àmbit sexual i de poder. Moltes vegades es presentaven a dones vestides amb armadura, de caràcter amenaçador per un opressor. Sempre dibuixa una línia entre la fantasia i la realitat, tots els detalls de les seves creacions són minuciosos.

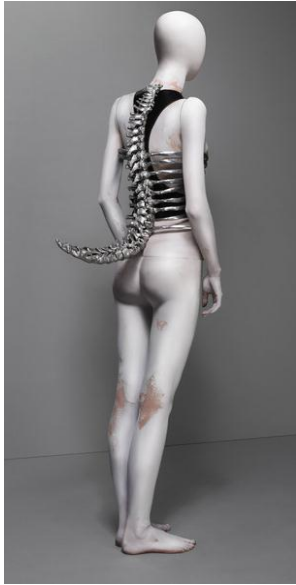
Totes les seves col·leccions, tenen una idea a transmetre i la seva funció és no deixar indiferent al espectador, la col·lecció Primavera 2010, **Plato's Atlantis**, inspirada per la teoria de Darwin de la selecció natural, on es presenten els humans convertits en sers subaquàtics, i al mateix temps s'amplien les connexions entre la tecnologia i la naturalesa.

Al 11 de febrer del 2010, Alexander McQueen es suïcida, va ser un pont que va unir al sentit tradicional de la confecció de les peces amb la nova indústria del s. XXI i la seva tecnologia. Va ser capaç d'impulsar la moda en termes artístics.

"La moda i l'art estan acostant postures i hi ha una quantitat de punts en comú entre els dos que resulten inevitables, ja que són estimulants visuals"



Alexandre McQueen



Corsé Spine



Tardor-Hivern 1997-98



Sarabande



Spring 2010



Plato's Atlantis

Jesús Peiró

Jesús Peiró, és una marca comercial especialitzada en la creació de vestits de núvia, va ser fundada al 1998. El seu principal objectiu era oferir al mercat un vestuari de núvia actual i modern, combinat amb les tendències de les diferents estacions sense oblidar les característiques especials que han de posseir aquest tipus de vestit.

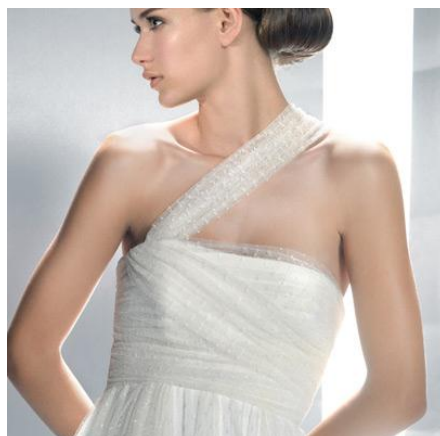
A poc a poc aquesta marca s'ha fet un lloc entre el mercat espanyol i inclús europeu, gràcies a unes creacions que satisfan les exigències de les clientes, conjuntament amb la bona qualitat i el acabat de l'alta costura. Hi ha un gran esforç i dedicació en cada peça, i actualment la posició de Jesús Peiró en el sector de núvia és elevada.

Podem trobar-la en les millors botigues multi-marca d'Espanya, Itàlia, Portugal, E.E.U.U., Holanda, França, Japó, la República Txeca i Croàcia. I tenen un elevat nombre i cada vegada va creixent de franquícies de la marca, que donen suport als valors essencials de la empresa, ajudant a les núvies a trobar el vestit que millor li sentí.

D'aquesta marca podem destacar el tracte personalitzat i humà que t'ofereixen, la relació de respecte, companyerisme i admiració que hi ha entre els treballadors, és un dels factors essencials per obtenir resultat fructífer. A més tot el procés que realitza cada peça aquesta casa és totalment artesanal i treballant meticulosament. Tots els vestits es dissenyen i es fabriquen a Espanya.



Col·lecció Orient Express



Entrevista Jesús Peiró

Merche Segarra

Dissenyadora de la firma Jesús Peiró i responsable del departament de creació.

La marca comercial Jesús Peiró va ser fundada al 1998. El seu objectiu era i segueix sent oferir al mercat un vestuari de núvia actual i modern.



- **Com vas arribar al món de la moda? Què vas estudiar? I per què vas començar en aquest món?**

Vaig començar estudiant Belles Arts, a la meitat de la carrera em vaig adonar que el tema de l'art era molt subjectiu i volia treballar un tema més objectiu. A més a més la creació en l'art és molt lenta i jo tenia ganes d'una creació ràpida i instantània.

Des de sempre el món de la moda m'havia agradat, però mai havia pensat que m'hi dedicaria, tanmateix a través del procés creatiu del art que jo pintava, la moda em va semblar un suport suficientment atractiu, femení, divertit i interessant. També hi podia sumar que es treballaven les dimensions, les matèries i els colors. Així que reunia tots els elements, en un producte que després es venia.

- **Com definiries la moda en termes generals?**

La moda és un llenguatge, que facilita als individus la possibilitat de disfressar-se darrere de peces que els dona seguretat o que parlen de la seva personalitat, és a dir que la moda els serveixi per quelcom. Cal dir que quan ens vestim, també ens disfressem, no de manera estrambòtica sinó que tapem el que no volem ensenyar o augmentem allò que més ens agrada.

- **Llavors penses que la gent pot expressar el que sent a través de la seva roba?**

La gent ho intenta., el mercat ofereix amb tota la sofisticació capaç de produir, les alternatives per duu aquell objectiu a terme. Des de vestir un metge, una secretària, un skater, una mestressa de casa, etc. El mercat de la moda és capaç de desxifrar i de desintegrar les necessitats del mercat i oferir a cadascú l'estètica amb la què jugar o tapar-se.

- **Quina va ser la teva primera peça dissenyada? En què et vas inspirar?**

Sempre recordo que quan vaig fer la primera comunió, la meva família dedicada a la impressió, em va fer imprimir els dibuixets en els recordatoris , jo vaig dibuixos una espècie de vestit. La gràcia estava en què la impressió era en blanc i negre i jo pintava vestit per vestit. Llavors quan em pregunten això, penso que el meu primer vestit de núvia va ser aquest i jo no era conscient del que estava fent. Més endavant, quan em vestia ja composava les peces, i tinc el rècord de que tot el que em posava li hagués fet canvis.

- **Hi ha algun dissenyador que admiris en especial?**

Sí, sento admiració per molts. M'agraden molts perquè cadascú fa coses diferents. Des de els icones com *Lagerfeld*, capaç de mantenir una firma amb tanta vida després de tants anys de creació. O *Alexander McQueen*, que era absolutament increïble, tant a nivell tècnic, de fantasia, ser capaç de generar qualsevol tipus de sentiment, utilitzant el cos humà gairebé com a estructura per fer obres arquitectòniques, amb grans cargues emotives. També *Prada* , amb trastorns de personalitat antisocial, en un cim de luxe, les dos coses són completament antagòniques. O *Ralph Lauren* capaç de desenterrar el vestit de cowboy i convertir-lo en un símbol del país i d'una cultura.

Altres com *Balenciaga*, un històric *Poiret* que va començar amb la tirania de la moda, on realment es dictaminava el que es porta i el que no. Així que no m'agrada quedar-me només amb un. Tanmateix quan estudiava sentia devoció per *Claude Montana* , dels anys 80, feia un futurisme molt femení i cinematogràfic. I era una unió de components que m'agradava molt.

En el fons admiro a qualsevol capaç de fer col·leccions i expressi conceptes diferents per reinventar-se.

- **Avui en dia, on trobes la inspiració per les teves col·leccions?**

L'eina és Internet, s'ha d'estar connectat a totes les presentacions que es fan, fer atenció a tots els personatges de moda, festes, etc. M'interessa molt presenciar físicament els mostradors, perquè quan es deixa el producte sol, aquest parla en un estat congelat, no és el mateix un vestit en moviment dins d'un muntatge que un vestit sol.

Després de veure les tendències busco quins són els oasis històrics o els trets principals de l'any, els traços que puguin ser interessants per la col·lecció. Així que s'ha de tenir en compte tota la biografia clàssica i revisar-la. Sempre s'ha de veure amb una visió nova, perquè en allò busques objectius diferents.

- **Segueixes alguna pauta alhora de crear una col·lecció?**

Sí, si jo treballa aquí hi ha un estil que s'ha de seguir, si anés a una altra firma, analitzaria aquell nou estil i intentaria utilitzar els punts claus i a partir d'aquí desenvolupar.

- **Pots transmetre les teves emocions o sentiments a través d'un vestit o un detall? Creus que influeix el teu caràcter en els teus vestits?**

Sí, els vestits i les col·leccions són un cúmul de "mini-decisions", i en aquestes decisions, encara que treballis amb més persones, no pots deixar d'imprimir la teva personalitat,. Després també hi ha les obsessions, jo tinc obsessió pel cos femení, que estigui en harmonia i integrat amb el vestit. Li dono més importància a la silueta femenina i després incorporem el vestit ,és adient.

- **Què podries dir que ofereix la vostra marca al públic?**

La marca Jesús Peiró ofereix: un disseny més depurat, comparat amb el mercat, una elaboració molt artesanal. El nostre estil té tres característiques essencials: feminitat, romanticisme i sofisticació. Aquesta marca és el conjunt d'aquest punts.

- **Què se'n fa de la roba que només s'utilitza a les passarel·les? I en el fons quina és la seva finalitat?**

En el nostre cas, iniciem aquest projecte ara, anteriorment tot el que s'exhibia a passarel·la es podia comprar. Normalment amb aquest tipus de peces el que es fa es utilitzar-les per promoció, premsa i per mostradors.

- **Així que podríem dir que aquests vestits s'utilitzen per captar l'atenció del públic...**

-

Al final una passarel·la acaba sent un espectacle, mai es treuen les peces més comercials, perquè aquestes ja es troben en la botiga, i aquelles que tenen la seva espectacularitat són les presentades. Una passarel·la també pot tenir unes models que fan emfatitzar, així que no deixa de ser una il·lusió.

- **Quines són les claus, sota el teu punt de vista per vestir la temporada 2011-12?**

Concretant en el món de les núvies, en la creació de la nova col·lecció, apareix de nou la novetat del volum, el mercat l'accepta, és a dir el famós vestit de princesa que abans ningú volia ha crescut la seva demanda. Segueix havent el vestit molt costurer, on es treballen els detalls a la perfecció i després trobem una tendència al vestit llencer, tou, simple, com de jardí; té una presència important.

- **Estàs acostumada a dissenyar pels demés, però com es vesteix una dissenyadora?**

Jo em puc excloure perquè em dedico exclusivament a núvies, però els dissenyadors generalment s'uniformen, per exemple, l'*Armani*, *Prada*, són extremadament innovadors en les seves col·leccions, són molt clàssics al vestir. El dissenyador al final no es vesteix; no va a la moda, perquè la roba es la seva manera de viure, així que no es fantasia amb ella al vestir-te, sinó quan crea les teves col·leccions.

- **Qui decideix el que serà una tendència o no?**

El que és tendència o no, ho decideixen uns estudis de mercat, unes necessitats de mercat, uns gabinets especialitzats en comunicació, per saber què és el que convé oferir, s'ha de dir que el mercat ha de suggerir coses perquè es consumeixi més, encara que sigui molt sòrdid, és així. Després hi ha altres fenòmens, que per exemple han durat dècades, quan es mou quelcom molt substancial en la moda, saps que el mercat no és capaç d'assimilar canvis radicals amb tanta facilitat. Per exemple el color negre, durant els anys 80 va ser el color fetitxe i va ser molt difícil d'eliminar. Ara torna a haver molt més color, però el negre no es pot acabar d'eradicar. Abans en la indústria era un color maleït, fins que va arribar *Coco Chanel* i el va convertir en un color elegant. Jo crec que és un color intel·lectual que es manté.

Un altre exemple que ha durat deu anys han estat els pantalons baixos, va costar molt abaixar la cintura, i ara el problema és que costa pujar-la, ho portant intentant 5 anys. Tot això ho decideix una unió entre el mercat, el dissenyador, les necessitats, etc. Sí que marquen els llibres de tendències, però aquests s'alimenten de les últimes col·leccions de la temporada.

- **Penses que s'ha portat la moda a un extrem exagerat de materialisme, consum i superficialitat?**

No, la moda és un reflex de la societat, està dins del mateix extrem de voler canviar-se el cotxe o consumir videojocs. Formen part d'una societat absolutament consumista, que consumeix per mantenir el seu muntatge, aconseguir vendre un producte suficientment no, com perquè el públic es torni addicte, és un exemple la telefonia mòbil. En la moda passa el mateix, hi ha "fashion victims", els consumidors de luxe i altres que no li donen importància, però consumeixen igual perquè aquesta moda està dissenyada inclòs per ells. Per tant la moda és un fidel reflex de la societat,

de lo sana o malalta que està. La moda no cobreix una necessitat bàsica, simplement és una necessitat de consum d'estatus.

- **En el teu lloc de treball, has de cuidar i estudiar la teva imatge?**

Sí, crec que cuidar la teva imatge és una manera de respectar-se a un mateix, si vivim en societat.

Si no es presenta una bona imatge, ho considero una falta de respecte, ja que dones a entendre que no aprecies a la gent que treballa a l'empresa ni el teu lloc de treball dins la firma. Així que és qüestió d'una actitud respectuosa.

A partir d'aquí, tu li pots donar més o menys importància de com et vesteixes, pots representar més un personatge o menys.

Visita al taller de Jesús Peiró situat a Viladecans:



Maniquí de proves



La confecció dels vestits per la col·lecció



Diverses puntes pels vestits



Diversos teixits



Tocats i complements de color marfil



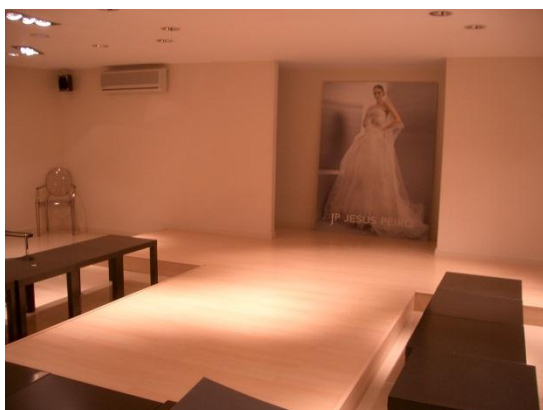
Mostrari dels diferents teixit



Vestits en procés de ser utilitzats



Diversos processos de creacions



*Espai on es presenten les col·leccions de
Jesús Peiró*



*Despatx de disseny amb diverses revistes,
apunts, dibuixos i teixits*

Conclusions

Finalment, acabat al projecte, al tornar endarrere i hi havia un seguit d'objectius a complir, puc afirmar que les revolucions socials, provoquen inspiració en l'art: pintura, escultura, música i inclòs la moda.

La moda es pot considerar un fenomen de comunicació, de desenvolupament i un reflexe dels valors estètics. Tots aquests conceptes es poden reduir a una faldilla o vestit. Podem posar d'exemple el moviment Hippie dels anys 70 a Europa, els joves revolucionaris lluiten per uns nous ideals, deixant de costat els que sempre havien estat socialment acceptats, aconseguint així una nova era de joves que s'expressaven mitjançant la música, exhibint el cos amb la roba i cridant l'atenció, per establir els seus punts de vista, lluitant per la toleració i el respecte.

Tanmateix, la moda no sempre ha de ser un progrés encara que sigui modern i novedós ja que pot presentar un nou fenomen i aquest no ser un avenç. Una peça és bona quan compleix les seves finalitats. Un progrés és la introducció dels pantalons al món de la indumentària femenina als anys 20 per Coco Chanel. En canvi, un fenomen molt novedós durant el període romàntic del segle XIX va ser la crinolina però, aquesta peça només proporcionava l'estètica buscada pel moment i no donava una comoditat ni alliberació a la dona, sinó tot al contrari. Es podia reflectir en ella, la submissió patida per la dona durant tots aquests llargs períodes en la història.

A principi del s. XX el cos femení era quelcom ornamental, s'estilitzava de manera eròtica, deformant-lo de la seva funció biològica. A través de la moda podies veure les diferències socials que hi havien, i entre homes i dones.

El funcionalisme de la moda és tan profund en aquest sector, que la falta de sentit pràctic d'alguns vestits i col·leccions de dissenyadors com John Galliano o Alexander McQueen, com hem vist en el treball, aquests poden ser xocants i de vegades poc acceptats. Però penso, que aquest tipus de vestits són els que ens fan veure que un vestit no només és un tall de roba, sinó que hi ha una gran història darrera d'ell i són capaços d'eleva-ho a una obra artística com pot ser una pintura de Goya.

Al llarg del treball, no només m'he volgut basar en opinions d'experts d'aquest sector, sinó que he fet un seguiment de diversos blogs de moda a Internet creats per estudiants de moda, aficionats o d'aquells que adoren la fotografia jugant amb la moda. Podent extreure així opinions i punts de vista personals que valoren i entenen la moda d'una manera més subjectiva i passional.

Referent a l'àmbit pràctic, vaig intentar contactar amb la casa de núvies Pronovies i Rosa Clarà, a les dues vaig enviar correus, sol·licitant una entrevista, tanmateix no vaig rebre resposta. Poc després la casa de núvies Jesús Peiró em va concedir una entrevista personal amb la dissenyadora de la firma, Merche Segarra, va ser en aquell moment quan vaig prendre la decisió de destinar la meua part pràctica en la secció de núvies, on es treballa especialment de manera artesanal, elaborada i sobretot de manera personalitzada, on hi pot haver un tracta personal amb el consumidor, adaptant el vestit al seu gust.

Referent a les meves creacions, he pogut experimentar al màxim amb els vestits, ja que no estaven destinats a ser projectats per la indústria, així que el nivell de imaginació i d'estil personal pot estar molt més accentuat.

El fet de de crear jo mateixa, els vestits de núvia, d'escollir les teles i de decidir com ha de ser la seva forma, ha fet augmentar el meu interès a començar un nou projecte com és un vestit i ser capaç de desenvolupar-lo tu mateixa, fent-lo únic i que reflecteixi la teva personalitat.

En resum, tot el projecte, tant part teòrica com pràctica m'ha resultat molt didàctic i entretingut que m'ha fet adonar que realment és un tema que em desperta molt de interès i de cara el futur m'agradaria està vinculada en el sector de la moda.

L'objectiu del meu treball era demostrar que la moda no només és efímera sinó que també és cultura i art, com un reflexa de la civilització que es viu.

Agraïments

Durant el desenvolupament del treball, he comptat amb l'ajuda i l'atenció personalitzada, per part de la casa de núvies Jesús Peiró, la qual em va permetre fer una entrevista a la Merche Segarra, dissenyadora de la firma i la responsable del departament de creació, a més a més em van permetre visitar el taller on confeccionen artesanalment tots els seus productes, que posteriorment distribueixen per tota Europa i Estats-Units. Vaig poder presenciar tot el procés que es realitza a un vestit de núvia i no només això sinó que vaig aprendre que darrere de un vestit, hi ha unes estadístiques i estudis.

Per un altre costat, vull agrair especialment a la Diana Simarro, que també forma part del cos de treball de Jesús Peiró, en la realització pràctica d'aquest treball, la seva paciència, les ganes d'ensenyar-me i voler estar tan involucrada en aquest projecte; que sense ella no hagués estat tan productiu ni didàctic.

Bibliografia

Llibres :

- ❖ 2009, *Terry Jones*: 100 Contemporary Fashion Designers
- ❖ 2008, *Gustave Baudot*: La moda del siglo XX
- ❖ 2007, *Gerda Buxbaum*: Iconos de la moda: el siglo XX
- ❖ 2009, *Richard Sorger i Jenny Udale*: Principios básicos del diseño de moda
- ❖ 2007, Varis autors: Moda una historia desde el siglo XVIII y el siglo XX

Webgrafia :

- ❖ <http://lamodaenelsigloxx.blogspot.com>
- ❖ <http://www.edym.com/CD-tex/index1p.htm>
- ❖ <http://elmundoalreves10.blogspot.com/2009/05/disenadores-el-principio.html>
- ❖ <http://www.tendencias.com/moda-famosas/los-vestidos-de-novia-de-princesas-mas-llamativos-de-la-historia>
- ❖ <http://www.zancada.com/ideas-e-inspiracion-para-el-vestido-de-novia>
- ❖ <http://fashion-era.com/1940s/index.htm>
- ❖ <http://www.iesuspeiro.com>
- ❖ <http://megustalamoda.blogspot.com/2006/02/lo-que-me-quedaba-por-subir-de-alta.html>
- ❖ <http://petitebroderie.blogspot.com/2010/12/barcelona-haute-couture.html>
- ❖ <http://www.renegruau.com/en/>
- ❖ <http://blogsdelagente.com/fashionista/category/quien-es-quien/>
- ❖ <http://sensacionvintage.blogspot.com/2010/10/que-fue-el-new-look-de-christian-dior.html>
- ❖ <http://www.lamano-invisible.net/2011/06/fashion-vintage-vogue-1940s-1950s.html>
- ❖ <http://youandmesunday.tumblr.com/page/16>
- ❖ <http://www.vogue.it/en/trends/yesterday-and-today/2010/09/grunge-90-s>

Altres fonts :

- ❖ Museu DHUB, exposició : **El cos vestit**
- ❖ Exposició **Barcelona alta costura** al Palau Robert de Barcelona
- ❖ **The brandery**, fira de la moda a Barcelona, l'edició del juliol 2011 i gener 2012

