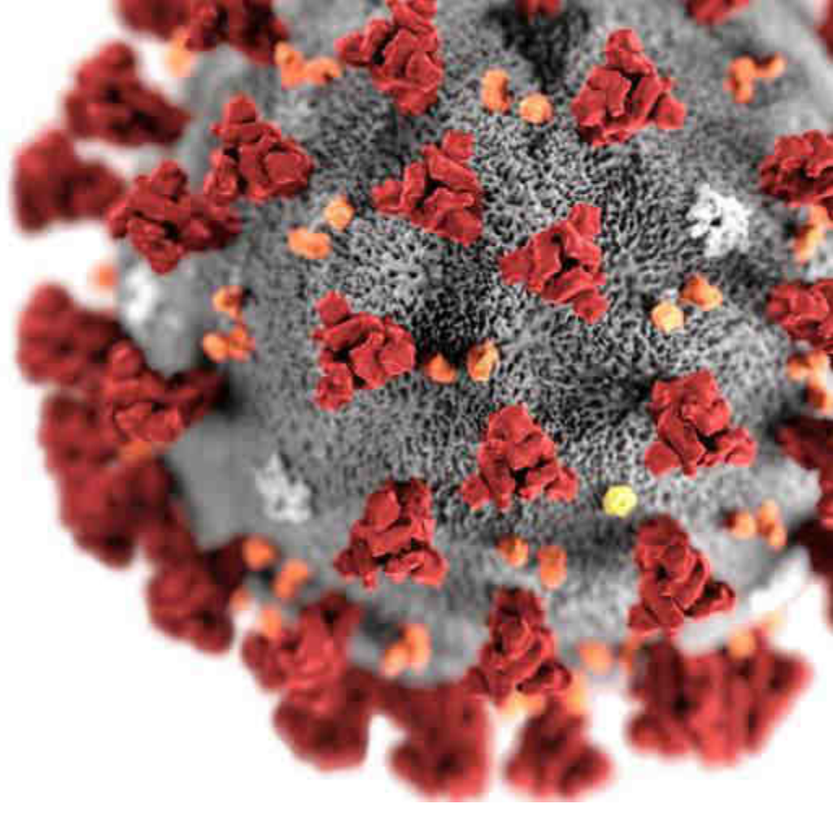


#Crisi

Soluciones Temporales
Projectes de Moda
Glòria Ibars

Make the planet great again

#Crisi

Introducció

El confinament ens ha obligat a parar i ens ha donat temps per poder reflexionar encara que se'ns vulgui mantenir ocupats amb distraccions constants per no fer-ho. Consumir objectes físics està perdent el seu valor i comprar per comprar perd el seu sentit al restar tancats. Tanmateix, moltes marques impulsen campanyes online força fortes, com si la situació actual no ens afectés ni estiguéssim a punt d'entrar en una crisi econòmica més forta que la del 2008, i per tant tracten tot això com si fos quelcom superflu que pots solucionar comprant-te uns pantalons nous.

Les desigualtats ja existents abans de la pandèmia es veuran encara més afectades i augmentaran el desequilibri social, igual que el cansament i/o cremament del confinament no és igual si s'ha passat en un pis dins d'una ciutat o en una casa sense perdre el contacte amb la naturalesa. Alhora les irregularitats i excessos del sistema estan sortint a la llum aquests dies i més gent s'està adonant que el sistema en què vivim anteposa l'economia de mercat a les persones.

Aquesta aturada pot servir com a oportunitat per reflexionar quin sistema volem, tant com a societat com pel que fa al nostre àmbit del món de la moda. Si es torna a la normalitat prepandemia, continuarem dins del mateix bucle enfonsant-nos encara més com a societat en canvi si es planteja un nou sistema que prioritzi el benestar social, i conseqüentment individual, ara és el moment d'aplicar-lo.

Una vegada finalitzat el període de confinament actual s'haurà de promoure i dur a terme una democratització dels recursos i processos de producció per tal d'afavorir una gestió més comunitària, autogestionada, local i de proximitat.

El confinament és una oportunitat per veure amb què ens sentim còmodes i en contraposició desfer-nos del que és artifici, ens incomoda i no sentim com a propi en portar-ho a sobre. Això no vol dir anar en xandall tot el dia sinó vestir-se de manera confortable, independentment que sigui una camisa més formal que ens vagi bé respecte a la textura, facilitat del moviment i comoditat o una dessuadora informal.

#Crisi

_COL·LAPSE

Paralització i destrucció de quelcom (un sistema, un edifici, etc) establert i la seva conseqüent reestructuració de base per tal de ressorgir o pèrdua definitiva.

_CRISI

Paraula que deriva del llatí "crisis", agafada del grec "κρίσις". Fa referència a una situació d'inestabilitat i de canvi que pot ser aplicada a qualsevol àmbit, com l'economia o el mateix ésser humà. Tot i ser previsibles les crisis, es desconeix el seu grau de profunditat i transcendència, sent per tant períodes d'incertesa.

En el cas de l'economia, la crisi es troba fortament lligada al sistema capitalista i els cicles de funcionament. En l'àmbit de la filosofia i de l'ésser humà, el moviment que millor ha captat l'essència de la crisi ha estat l'existencialisme, corrent filosòfica liderada per Jean Paul Sartre i Simone de Beauvoir que explorava en profunditat l'ésser humà en relació amb la seva existència.

Tot i la concepció negativa del terme crisi en l'actualitat, les crisis posen en dubte l'establert per replantejar l'estat de la qüestió i obrir el camí cap a un nou camí més enriquidor.

_RESILIÈNCIA

Es considera resiliència la capacitat de fer front a una situació adversa a través d'una (re) construcció dels vincles i xarxes malmeses per tal de sortir-ne havent assolit una fortalesa nova. Aquest terme prové de l'àmbit de la física i de la química, fent referència a aquell material capaç de recuperar la seva forma original després d'haver estat sota una gran pressió.

#sistemesproductius
#acumulació
#opressiódeclasse
#reivindicació
#artesania
#alternativa
#revolució
#autonomia
#autosuficiència
#autogestionament
#llibertat
#territori
#economia
#política
#mediambient
#sostenibilitat
#nivelldevida
#necessitat
#riquesa
#pobresa
#desenvolupament
#intercanvi
#transport
#poblacióactiva
#poblacióocupada
#benefici
#localització
#activitateconòmica

Glossari

Sindpallog

Ll. Ss. Ll. Ll.

EINES PER ENTENDRE EL SISTEMA ECONÒMIC ACTUAL

La geografia econòmica ens dóna les eines per poder entendre els espais de producció, distribució i consum als diferents llocs del món i el seu desplaçament. Segons Pierre Deffontaines (citat a 2020, Introducció a la geografia econòmica) el 1964 afegeix a aquesta definició convencional la problemàtica entre els processos aquests productes mencionats i l'economia nacional.

MÀ D'OBRA - PRODUCTES - CONSUM

En el s.XXI aquesta definició de la geografia econòmica s'ha definit i concretat a través de quatre aspectes vertebradors e interrelacionats:

- La producció de béns
- El consum de béns i mercaderies
- La distribució de béns i mercaderies
- La reproducció social (serveis escolars, sanitaris, etc)

Com veiem es tracta d'un tema de gran complexitat i amplitud, i sintetitzant el que podem afirmar és que es tracta de l'estudi i l'anàlisi entre el territori i les activitats econòmiques abastant la màxima profunditat i complexitat possible.

En l'actualitat i seguint la lògica capitalista, la concepció del territori s'ha vist modificada i alterada, i en l'àmbit econòmic ha deixat de ser local per ser global. D'aquesta manera, diferents territoris a grans distàncies estan interconnectats per fluxos materials i/o immaterials.

La concepció de l'espai es divideix en 5 tipologies d'escala territorial:

- **Escala global** (espais de referència per a l'economia mundial)
- **Escala internacional** (relacions i acords entre diferents blocs regionals de països amb similituds, com la Unió Europea)
- **Escala nacional**
- **Escala regional**
- **Escala local**

En l'actualitat allò que succeeix en l'àmbit local pot arribar a tenir conseqüències a escales superiors i costa veure i desxifrar les interrelacions de les diferents escales. Tanmateix aquesta divisió del sistema econòmic actual ens permet veure i comprendre com

s'organitza l'economia en relació amb la societat en l'actualitat.

Tenint en compte tots aquests punts, veiem que totes les accions tenen unes conseqüències que afecten a tots els nivells, processos i escales de la societat i economia actual; tot i parlar del nivell global en termes genèrics no es poden obviar les circumstàncies que emmarquen i influencien els diferents processos i tampoc poden ser obviades les conseqüències d'aquestes transaccions i fluxos en la societat i la seva qualitat de vida.

Mentre l'economia en el sentit més clàssic i conservador es basa en la idea d'un mercat científic que s'autorregula a través de l'oferta i la demanda del homo economicus, la geografia econòmica dota de dades i fets reals aquesta economia, posant sobre la taula les vertaderes conseqüències.

Des dels anys seixanta, s'incorporen dues noves visions relacionades amb el comportament dels individus i les teories neomarxistes del moment: d'una banda la influència dels factors sociopolítics i psicològics alhora que les conseqüències pel que fa a desigualtats del creixement econòmic. A partir dels vuitanta l'estudi de la geografia econòmica es fa sota la mirada del postmodernisme donant peu a la nova geografia cultural*, basada en la cultura com allò que defineix als diferents individus i grups socials en relació amb la seva identitat, gènere, sexualitat, raça, etc.

L'organització econòmica està basada en els modes de producció, és a dir, com s'organitzen les societats socioeconòmicament. Les principals formes d'organització són:

- La subsistència
- L'esclavitud
- El feudalisme
- El capitalisme
- El socialisme

Aquestes categories són força àmplies i engloben diverses subcategories com el comunisme (dins del socialisme) o el mercantilisme (dins del capitalisme). Les formes d'organització tenen efectes directes en les maneres de producció, la gestió dels recursos i el capital humà. També cal tenir en compte que una forma d'organització política pot implicar múltiples sistemes de producció.

---

*bibliografia per ampliar sobre aquest tema:
Linda McDowell. 1997. Capital Culture: Gender at Work in the City of London ; Mark Granovetter. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness ; Karl Polanyi. 1944. The Great Transformation ; Erica Schoenberger. 1997. The Cultural Crisis of the Firm.

EL CAPITALISME I ELS SEUS CICLES

El capitalisme és el sistema politicoeconòmic dominant i més fortament establert del món actual. Es caracteritza per basar-se en la propietat privada de la producció i la llibertat del mercat i entenent la riquesa com a sinònim de l'acumulació del capital alhora que el màxim benefici sense tenir en compte els aspectes socials i culturals.

Per entendre el capitalisme i el seu funcionament ens hem de situar al s.XV i XVI i l'expansió d'Europa amb intencions imperialistes i colonitzadores amb la finalitat d'explorar nous territoris per conquerir-los i treure'n profit. Aquesta expansió es va dur a terme durant els següents tres segles fins al s.XVIII i al llarg d'aquest període es van produir tota una sèrie de millores en el coneixement científic i tecnològic que va desembocar en la revolució industrial liderada per Gran Bretanya.

El capitalisme si bé afecta gran quantitat de territoris, no afecta a tots per igual, ja que hi ha zones que no necessiten els productes capitalistes o no els poden adquirir. Alhora aquells territoris que lideren el capitalisme són els que poden desenvolupar una major tecnologia i disposen cada vegada d'un ventall de recursos més ampli que no para de créixer. Aquesta diferenciació entre els territoris desemboca en una gran desigualtat econòmica i de recursos entre països.

Durant la història del capitalisme s'han establert 4 fases de desenvolupament i cadascuna d'elles ha suposat un trencament amb l'anterior a través de fases alternes de creixement i crisi. Per tant es tracta d'un sistema dinàmic amb una constant alternança successiva entre períodes de creixement i de declivi.

L'economista Joseph Schumpeter va descriure els cicles del capitalisme sota els termes de "creació destructiva".

Aquesta creació destructiva s'estructura a través de cinc esdeveniments o fases:

- la creació d'un nou producte
- el desenvolupament dels nous mètodes de producció relacionats amb el punt 1.
- l'obertura de nous mercats
- l'explotació de noves matèries
- la creació d'un nou monopoli

Davant d'aquest monopoli, la resposta és repetir el procés amb un altre nou producte, així cíclicament.

Aquests cicles de creació destructiva poden durar entre 2 i 60 anys en funció del seu tipus:

- **Cicles de Kitchin:** cicles amb una durada de dos anys i marcats per la caiguda dels preus d'un producte una vegada ha estat saturada la seva explotació.

- **Cicles de Juglar:** duren entre 7 i 11 anys i vénen marcats per les oscil·lacions en la inversió del capital fix.

- **Cicles de Kuznets:** cicles amb una durada d'entre 15 i 20 anys marcats per les grans inversions en les infraestructures.

- **Cicles de Kondratiev:** cicles llargs amb una durada d'entre 50 i 60 anys. Aquests es basen en el fet que si bé en un primer moment les inversions en infraestructures generen ingressos i treball a pesar de la inversió elevada inicial, a la llarga el rendiment cau i l'acumulació en excedents provoca una baixada de preus i el successiu augment de l'atur i crisi econòmica. Aquesta crisi només se soluciona amb una nova inversió, tornant a iniciar el cicle.

El cicle que més ens interessa de cara a aquest projecte és el de Kondratiev. Des del s.XIX s'han identificat cinc repeticions d'aquests cicles amb les seves consecutives pujades i baixades.

A través de la industrialització es produeixen una sèrie de canvis tecnològics i de producció de manera desigual que desemboca en un creixement de mà de la inversió i explotació d'aquesta nova tecnologia i una conseqüent crisi.

La primera corba de Kondratiev va estar marcada pel desenvolupament de la indústria tèxtil a Gran Bretanya. Ja es comença a produir un declivi molt fort en l'artesania i la manufactura rural. Si bé en un primer moment va generar grans beneficis i va suposar un augment de la mà d'obra, en el període entre 1840 i 1840 el mercat havia sobrepassat el límit i no podia créixer més, per tant això va desembocar en la primera crisi econòmica europea, en el sentit actual, amb la coneguda caiguda dels salaris, recessió econòmica, baixada del consum i augment de l'atur.

El següent cicle marcat pel desenvolupament del ferro, el carbó, l'acer, els mitjans de transport i l'enginyeria pesada va desembocar en la primera gran depressió del sistema capitalista el 1890; el tercer cicle associat

Cicles de Kondratiev:

Principals fases del capitalisme	Competitiu		Organitzat Capitalisme Industrial		Globalitzat Capitalisme Avançat	
Anys d'inflexió	1815	1865	1920	1980	2000	2010
Cicles de Kondratiev i esdeveniments econòmics clau als països del centre	"Era de *Good Feelings*" Revolució industrial *Hungry forties*	*Victorian boom* Depressió de 1890s	Feliços anys vint	"Era Reagan" Gran depressió	"Era internet" Crisi financera 2008	
Sistemes de producció	Manufactura	Maquinofactura	Fordisme/ Taylorisme		Sistema de producció Flexible	
Rol del govern central	Negligible	Creixent: Regulador	Fort (directe): Regulador / Gestor		Fort (indirecte): Soci / Facilitador	
Sistemes tecnològics	Màquina de vapor Indústria tèxtil Indústria del ferro Energia hidràulica	Màquina de motor a combustió Ferrocarril Transport en vaixells	Enginyeria de combustió interna Petroli i plàstics Enginyeria elèctrica Enginyeria pesada Automòbils, avions Radio i telecomunicacions Energia nuclear		Robòtica Biotecnologia Producció Just-in-time Energia solar Nanotecnologia Internet al núvol Tecnologia de codi obert Impressions 3D	
Cicles de Kuznets en economies del centre en construcció d' infraestructures	Canals d'aigua	Primer boom del ferrocarril Segon boom del ferrocarril	Boom del tramvia	Primer boom de l'automòbil Segon boom de l'automòbil	Xarxa sense fils i banda ampla	

Font: Dicken, 2003; Knox, 2014 a Vera, A; Dot, E; Cebollada, À; Pallarès-Barberà, M. 2019 - 2020. Introducció a la geografia econòmica. Catalunya: Manual de l'assignatura de geografia econòmica de la UOC.

als estats units i la indústria de l'automòbil, el petroli i la indústria pesada química va desembocar en el crack del 1929; i el quart cicle va tenir el seu moment àlgid amb el desenvolupament electrònic i l'enginyeria aeroespacial i va desembocar en la crisi dels vuitanta.

Finalment el cinquè cicle de Kondratiev i el més recent, per tant el més difícil d'analitzar per la mancança de distància històrica, es basa en l'economia del coneixement i la informació i va lligat a l'ús revolucionari de les comunicacions. La societat que coneixem sota el nom políticament incorrecte d'occidental ha deixat de ser industrial i s'ha produït una terciarització del treball i l'economia, passant d'una economia industrial a una informacional.

Els diferents cicles van marcats pel desenvolupament, lligat a l'estratègia d'expansió del mercat. I tot i els moments de crisi, el desenvolupament de noves indústries o nous processos és continu, tot i que caldria revisar si la seva explotació és l'adequada o no. D'una altra banda, al llarg d'aquests cicles s'ha produït una divisió del treball, dividint-se actualment entre l'intel·lectual i el manual.

En l'actualitat el sistema de producció es basa en un sistema flexible (SPF) el qual depèn de la flexibilitat empresarial, de la xarxa productiva i de l'especialització flexible. És a dir, les decisions es prenen a mesura que varia el mercat per tal d'evitar emmagatzemar estoc innecessari i es fragmenta la producció, repartint-la en diferents països i centres independents especialitzats cada un d'ells en quelcom concret. A través d'aquesta ramificació i subcontractació s'aconsegueix un abaratiment dels costos de producció i per tant un augment dels beneficis a causa de la descentralització espacial de la xarxa productiva.

En el sistema de la moda actual està a l'ordre del dia tenir seus descentralitzades, ubicant la seu central a grans capitals com París, Hamburg o Nova York però ubicar les manufactures a l'Índia, Taiwan o Mèxic, llocs amb regulacions inferiors pel que fa a la mà d'obra i a les regularitzacions mediambientals i en molts casos de manera externalitzada incrementant el benefici i empitjorant les condicions laborals.

LA INDÚSTRIA DAVANT LA SITUACIÓ ACTUAL DE CRISI

Amb la crisi actual de la pandèmia del Covid-19 i els seus efectes que encara es desconeixen ens trobem davant d'una nova crisi que està desestabilitzant la comunitat internacional a tots els nivells, però a diferència de les anteriors, no ve provocada directament pel mateix sistema sinó per un agent extern de caràcter víric. Tanmateix, les alteracions en la vida quotidiana visibilitzen com està afectant el sistema evidenciant les seves mancances i errors i posant sobre la taula la incompatibilitat del sistema predominant fins ara amb la vida humana en moments com l'actual.

Això ens porta a una reflexió sobre els errors del sistema alhora que una cerca d'alternatives. El sistema de la moda i la seva indústria no tornarà a la suposada normalitat mai més. Prèviament a l'aparició en massa del virus ja es podia percebre en diferents àmbits del sistema de la moda una crida cap a una transició i transformació. El Covid-19 ha accelerat aquests processos de canvi d'una manera molt més efectiva i ràpida, provocant un replantejament del rumb del sistema i per tant obrint un espai per a la reflexió i l'anàlisi.

No es tracta d'un canvi fàcil i s'ha de tenir en compte que aquesta desacceleració de la producció i del consum provocarà que moltes petites marques no puguin fer front als efectes econòmics de la pandèmia. Tanmateix, és una oportunitat per reflexionar sobre si el sistema tal com estava dissenyat continua sent viable o no, des de la manera de presentar les col·leccions fins a la producció i obtenció de les matèries passant per tots els processos.

Tots els processos de la indústria es veuran afectats, des de la producció dels béns fins al disseny passant pel màrqueting i la direcció d'art. Per fer front a aquesta solució cal aprendre noves maneres de treballar i sobretot investigar com els consumidors estan canviant, tant pel que fa a la seva manera de consumir com per les exigències sobre la transparència i ètica de la moda.

El consumidor en un futur pròxim buscarà en les marques els següents tres ítems clau (segons Lowje):

- **Protecció:** pel que fa al medi ambient, als treballadors, etc.
- **Connexió:** més directa amb el consumidor mostrant més transparència pel que fa als processos i valors de la marca amb evidències cada vegada més allunyades del green washing.
- **Compromís:** amb la comunitat, ja que la gent se sent atreta per allò de lo que forma part alhora que dóna suport a aquelles marques que s'impliquen i formen part de la societat.

El procés de disseny haurà de centrar-se menys en les tendències i la sobreproducció en massa com fins ara per produir conforme a la demanda d'una manera més sostenible i acorde amb el context. Actualment podem dividir la indústria entre un model de tendències ràpides de ràpida obsolescència i una producció més sostenible i més duradora en el temps.

Els dos models impliquen processos de disseny i producció diferents. Amb la situació global actual es dificulta el lliure moviment i no totes les marques poden arribar a tots els consumidors, ni part de les manufactures poden accedir a les fonts materials base o realitzar les tasques tal com el feien fins ara. La relació entre el disseny i el procés de creació haurà de ser més transparent, pròxim i més reduït. Això inevitablement condueix una producció i plantejament del sistema diferent de l'actual.

A més, d'una altra banda, els canvis pel que fa a la relació social entre els individus i el distanciament físic posa sobre la taula la necessitat de desenvolupar noves experiències que si bé ja estaven presents encara no s'han implantat. Parlem de les experiències immersives i del fet de combinar la tecnologia amb el contacte humà per tal d'evitar la propagació del virus i facilitar una major protecció.

Aquesta digitalització ja l'estem veient durant el confinament, ja que si bé les botigues físiques estan tancades el consum continua present en formes diferents de les habituals que encara s'han d'explorar i desenvolupar. Veiem també un canvi pel que fa a les estratègies de màrqueting i promoció que ofereixen una visió molt més pròxima amb el client a través de les xarxes socials i evidencia els interessos i la posició de valors de les marques en la situació actual. En aquest sentit destaca la importància in crescendo del storytelling vinculat amb la connexió de l'individu i la transparència.

ELS HIPPIES, L'EXISTENCIALISME I EL DESIG UTÒPIC DE CANVI

Els hippies sorgeixen a meitats dels anys seixanta a la costa de Califòrnia, considerant el seu inici a l'estiu del 1967, també conegut com a l'estiu de l'amor. El seu moviment i la seva ideologia de caràcter clarament contracultural s'estendran ràpidament per tot el món i tindran un gran impacte en la societat del moment. Com ja es començava a veure amb els joves dels anys seixanta, creuen en la joventut i es rebel·len contra el món que han heretat dels seus pares.

En aquest cas, a banda de rebel·lar-se contra les normes convencionals dels adults, també incorporaren en la seva lluita l'oposició a la discriminació racial i sexual i al statu quo capitalista i materialista. Es preocupen per temes com el medi ambient establint una relació directa amb la natura principalment però també pels drets civils, el valor de l'artesania i la producció local. A més, la guerra del Vietnam paral·lela a aquest moviment juvenil provocarà una defensa del pacifisme i una oposició dels joves a anar a la guerra.

Els joves hippies que planten una oposició ferma a la família tradicional s'organitzen d'una manera innovadora i alternativa a través de comunes. Les comunes es basen una nova forma d'entendre l'amor, la família i les relacions socials molt més lliure i comunitària. Promouen una revolució sexual basada en una relació més viva amb el plaer i alhora una concepció molt més lliure i menys sexualitzada del cos.

Pel que fa al sistema econòmic, rebutgen el capitalisme i el consum massiu i cerquen una major profunditat vital desvinculada de l'acumulació de béns materials. La seva ide-

ologia politicoeconòmica, en un origen, es dirigia cap a corrents socialistes i d'autogestionament. S'ha d'entendre que el moviment hippie sorgeix en paral·lel a la imposició de les polítiques keynesianes post segona guerra mundial, caracteritzades pel treball racional i en cadena per tal de garantir una societat consumista i conservadora.

Un dels principals objectius dels membres va ser la cerca en l'interior, explorant els límits del jo per tal de profunditzar en l'autoconeixment. Aquesta recerca no s'entén sense tenir en compte l'existencialisme, el corrent filosòfic del moment que destacava per la màxima "l'existència precedeix a l'essència". És a dir, no hi ha una naturalesa humana que preconfiguri als individus sinó que l'individu es configura arran dels seus actes. Per tant, no hi ha un déu o força superior que determini als individus més enllà dels propis individus. La màxima de Simone de Beauvoir més coneguda i relacionada és "la dona no neix sinó que es fa". L'existencialisme va centrar el seu estudi i anàlisi en la condició humana, la llibertat i conseqüent responsabilitat, i el significat de la vida.

La nova manera d'entendre la família i la sexualitat és visible en la moda a través d'elements com l'androgínia, la incorporació dels pantalons en la vestimenta femenina d'una manera estable, i l'ús de transparències que deixen entreveure el cos i una major llibertat a l'hora de vestir. La vinculació amb la natura es tradueix en l'ús d'estampats florals i d'origen natural, un canvi en la gamma cromàtica menys artificial i l'ús de teixits naturals. A més es buscaran formes i siluetes que garanteixin el lliure moviment de l'individu.

D'una altra banda, el rebuig vers el sistema de consum capitalista i el desig de personalització i customització desemboca en un renaixement de l'artesania, principalment del patchwork per reaprofitar les sobres, el croxet per poder fer les pròpies peces i la customització per individualitzar o arreglar peces trencades.

Finalment, es tracta d'un moviment que davant d'un sistema de valors tradicionals, el posen en crisi i plantegen la seva alternativa per tal de reformular la situació amb nous valors allunyats del sistema capitalista i conservador del moment. A més, la seva visió de canvi no era negativa com moltes altres subcultures sinó que es basava en una concepció més positiva del canvi. Si bé finalment van ser absorbits pel sistema capitalista i el seu missatge va perdre tota la força inicial, és interessant i útil entendre la seva posició.

(ANTI)CAPITALISME

Tal com apuntava Engels, en la societat capitalista és més important “tenir” que “ser”. I sota aquesta percepció, els individus es veuen aïllats en una societat comercialitzada i són jutjats i valorats però allò que porten o tenen. Com més buit se sent l’individu i major és el desig de consumir. A més, es tracta d’una societat impulsada a endeutar-se sistèmicament i constantment a través del crèdit. La moda, juntament amb altres indústries, ens obliguen subtilment a consumir per tal de ser actuals i pertànyer (o no) a la societat.

Es tracta d’indústries que afegeixen un valor simbòlic diferent del funcional lligat al poder, estatus o com a eina per pal·liar el dolor emocional. Una de les grans eines del capitalisme és la capacitat d’atorgar poders als objectes per sobre dels merament funcionals i una capacitat curativa del consum. Una vegada l’individu és alienat en el sistema, no disposa de xarxes socials de veritat i l’única solució que se li ofereix davant la seva solitud és el consum: comprar per ser feliç. Alhora, aquesta percepció dels productes desemboca en una mistificació dels mateixos que amaga els veritables mitjans de producció que hi ha darrere tal com apuntava Marx sota el nom de “fetitxisme de la mercaderia”.

Encara que els individus tinguin el dret d’expressar-se a través de la roba que porten, en cap cas es pot jutjar la seva persona en funció del que té ja que si partíssim d’aquesta idea, les persones sense estils no haurien de ser considerades o tingudes en compte. A més és important destacar que la moda no forma part de les preferències de tothom i menys encara l’accés a una veritable cultura de la moda. La gent a la vida real té múltiples interessos i la cultura de la moda no ha de per què estar entre aquests gustos.

Quan es diu que els consumidors tenen el poder de canviar la indústria, s'està invertint la culpa i en comptes de recaure en els que estan infringint els drets dels treballadors i utilitzant una praxi força qüestionables recau en el consumidor. L'explotació i la falta de responsabilitat de les grans empreses evidencien la falta de respecte vers la natura i la deshumanització tant de la mà d'obra explotada com dels consumidors cosificats.

L'enfocament anticapitalista és ineludible, ja que com va dir Audre Lorde "No existeix una lluita monotemàtica perquè no vivim vides monotemàtiques". Hem de ser capaços de veure les conseqüències en la seva globalitat neoliberal. Si bé l'anticapitalisme està fraccionat, això no vol dir que no es lluiti per una alternativa al capitalisme des de diferents enfocaments i perspectives alhora que s'evidencien les esquerdes del sistema.

CONCLUSIONS DE LA INVESTIGACIÓ TEÒRICA

Aquest breu anàlisi econòmic no vol dir que arran de la pandèmia tot serà completament diferent però sí que el canvi, tot i ser lent, serà estructural i de gran importància; que afecta a tots els nivells i escales del sistema de la moda i de fora d'aquest; i que com a dissenyadors hem d'estar preparats per fer front a aquests canvis a través de maneres més ètiques i sostenibles de disseny i producció alhora que s'ha d'analitzar correctament la situació per poder estar preparats, aprendre d'aquest canvi i poder fer front amb alternatives.

Com hem vist amb els cicles de Kondratiev, les crisis tot i ser un moment d'inestabilitat, també són un moment de reflexió que desemboquen en noves eines i desenvolupaments que ens permeten replantejar la situació i fer front a través de solucions alternatives. No hi haurà una tornada a la normalitat sinó una nova normalitat, a més el món la moda i el consumidor està canviant i hi haurà una fase de transició difícil però també un canvi.

Per poder sobreviure a aquest canvi i mirar cap al futur caldrà estar al dia i actualitzar els coneixements sobre la indústria. No ens hem de prendre aquest moment com quelcom negatiu sinó com una oportunitat per mirar cap endavant i corregir allò que s'ha quedat obsolet per tal de millorar.

BIBLIOGRAFIA

Engels, F.; Marx, K. 1843. Outlines of a critique of political economy. Revista History of Political Thought, vol.4, no.2, pp. 357-365.

Hobsbawm, E. 1999. Industry and Empire. Harmondsworth: Penguin.

Hoskins, T. 2017. Manual anticapitalista de la moda. Tafalla: Txalaparta.

Méndez, R. 1997. Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global. Barcelona: Editorial Ariel.

Romero, J. 2008. Atlas de la Globalización: Comprender el espacio mundial contemporáneo. València: Servei de publicacions de la universitat de València.

Rosés, S. 2020. Yves Saint Laurent, anys 70 i el hippisme. Video classe online.

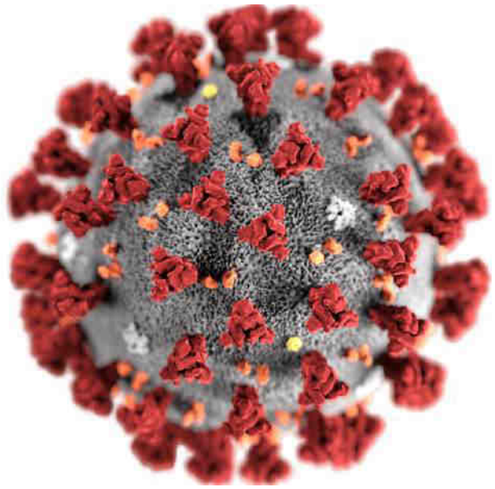
Vera, A; Dot, E; Cebollada, À; Pallarès-Barberà, M. 2019 - 2020. Introducció a la geografia econòmica. Catalunya: Manual de l'assignatura de geografia econòmica de la UOC.

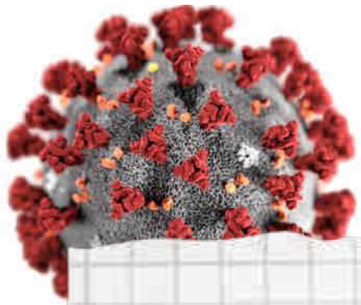
#Crisi

Objectiu

Materials disponibles:

-Retalls limitats i fabric scraps
-Roba antiga i/o no funcional





Objectiu

Partir dels retalls i peces de roba que actualment no compleixen cap funció més enllà d'acumular pols per reciclar-les i generar noves peces.

Moodboard textil

#Crisi

Investigació i experimentació matèrica

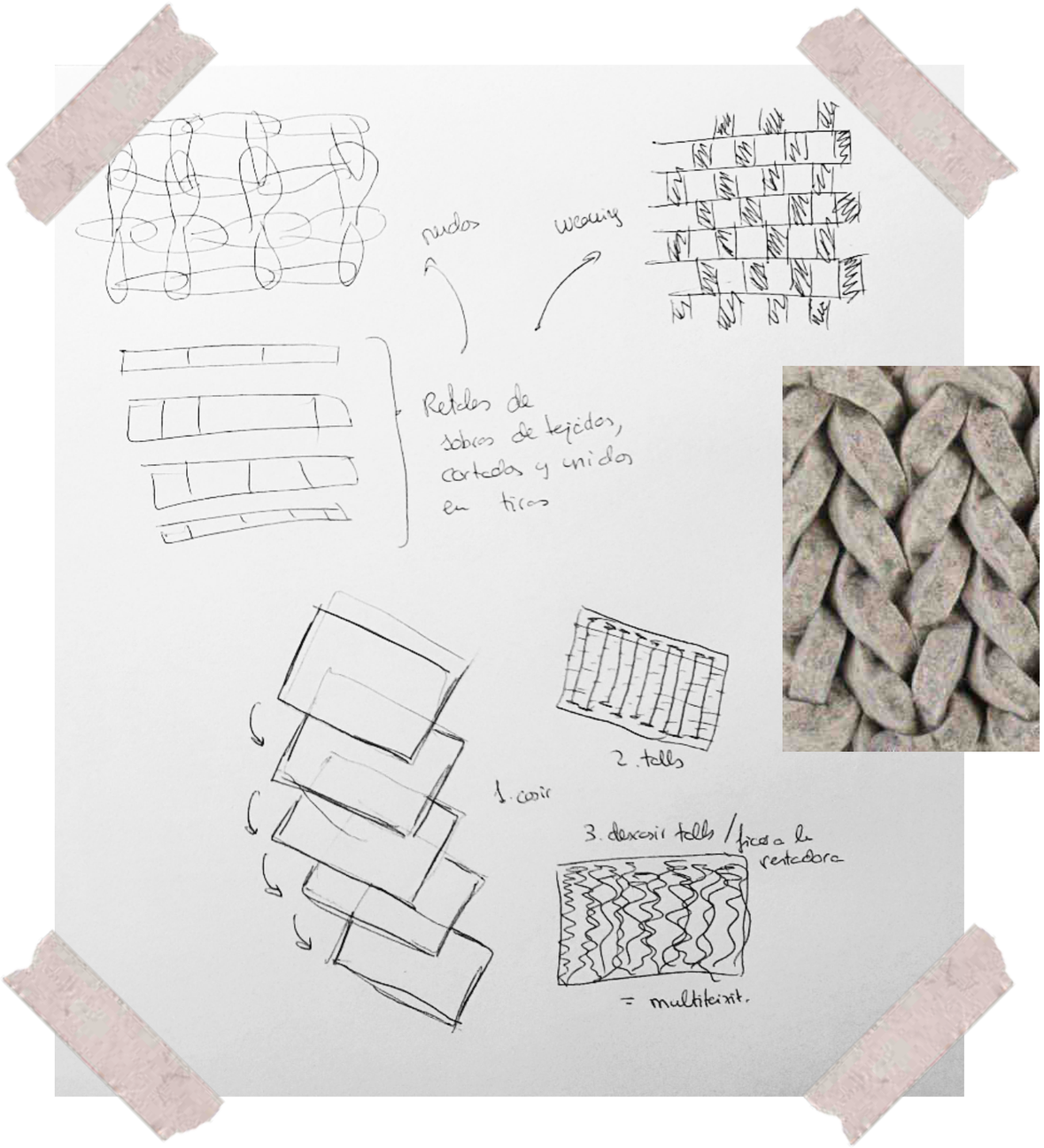
Investigació i Experimentació

UPCYCLE
creació d’una nova peça a partir de peces de roba ja existents

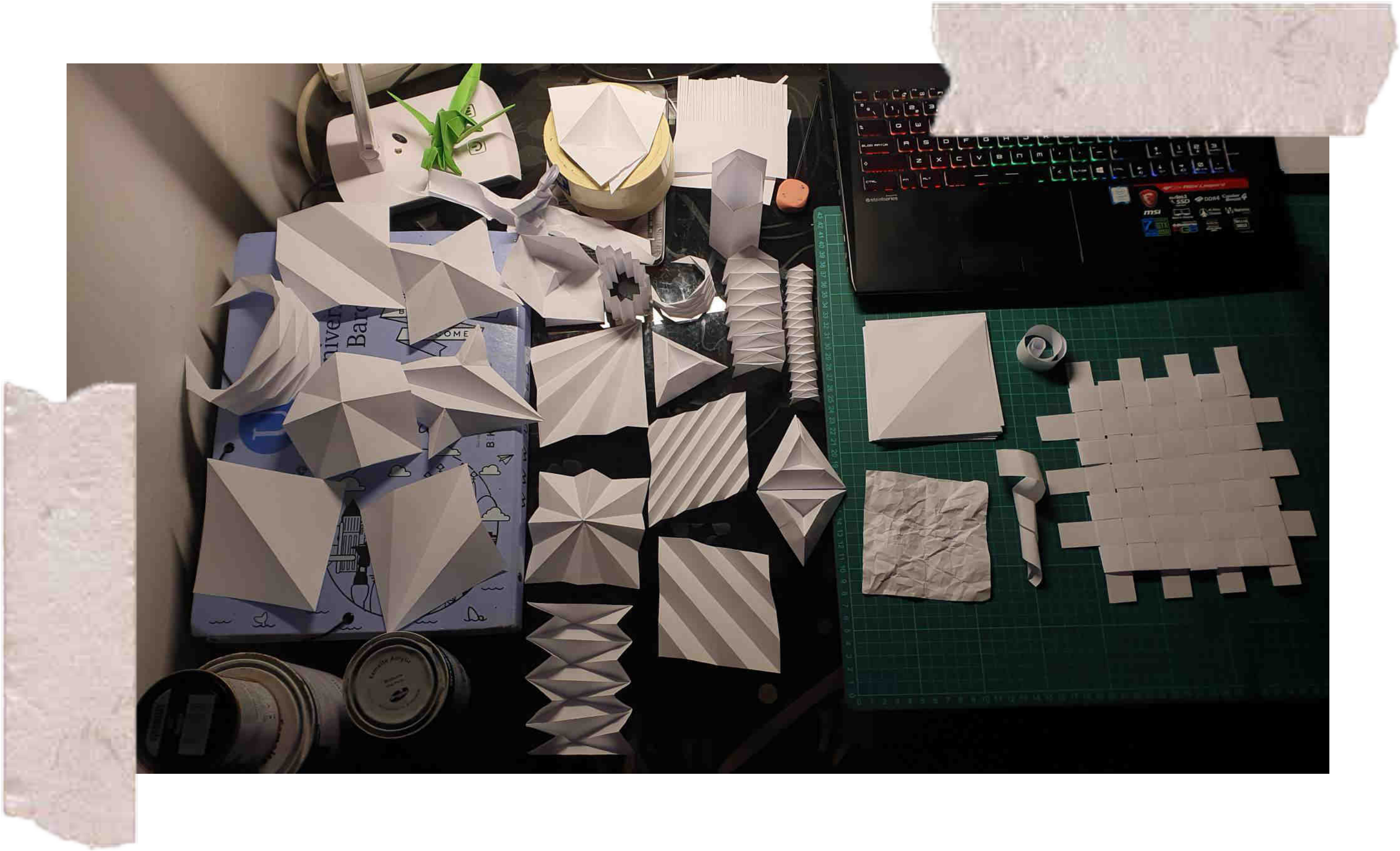
EXPERIMENTACIÓ TÈXTIL
a.No sewing machine: Fer una peça de roba mitjançant retalls tèxtils sense l’ús d’una màquina de cosir. Com?, mitjançant nusos

b.Realització d’un teixit a partir de restes d’altres teixits

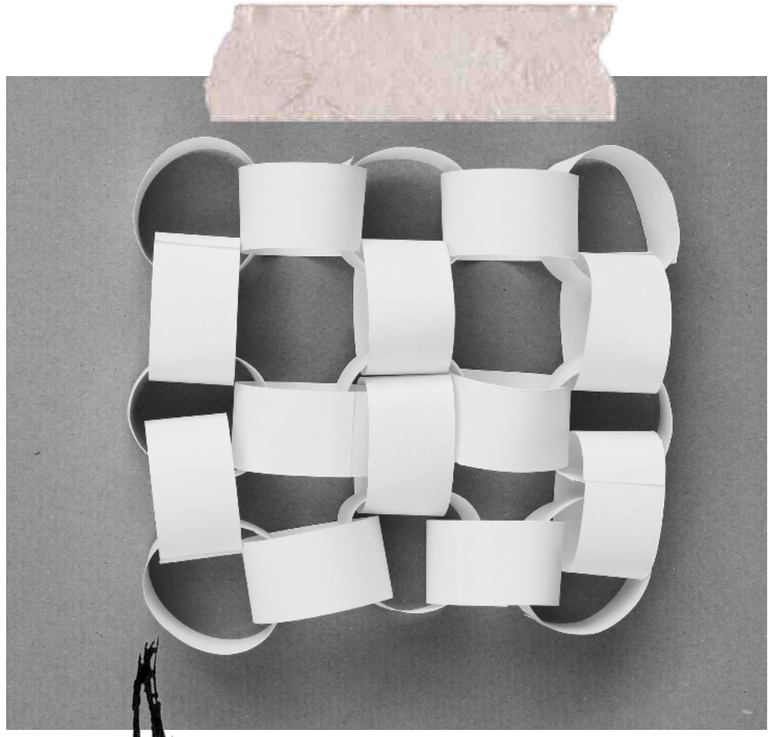
ESTAMPACIÓ
a.Investigar i aplicar tècniques d’estampació manuals amb elements quotidians com fruita o segells; llegiu o tints d’origen natural a través d’aliments del supermercat.



Formes Volums Textures



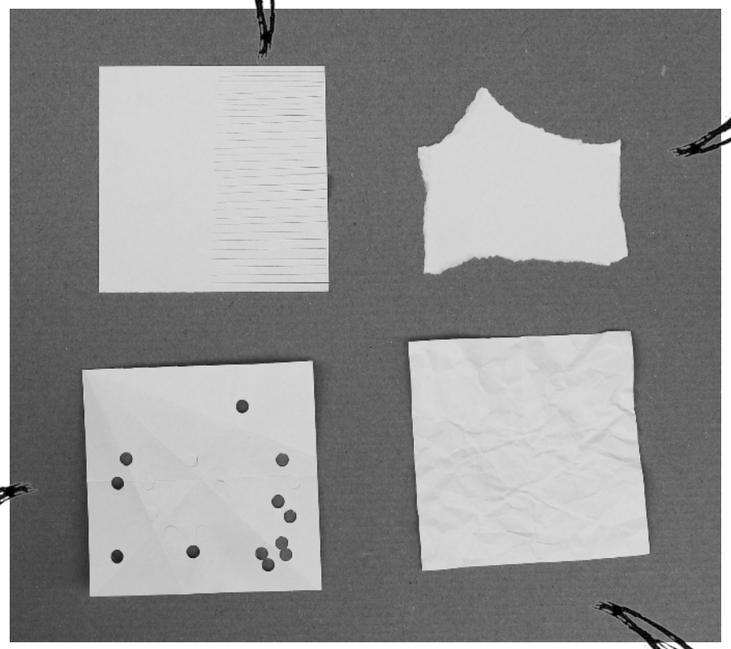
Tallar diferents
tires i encadenar-les



Configurar una
trama uniforme

Tallar

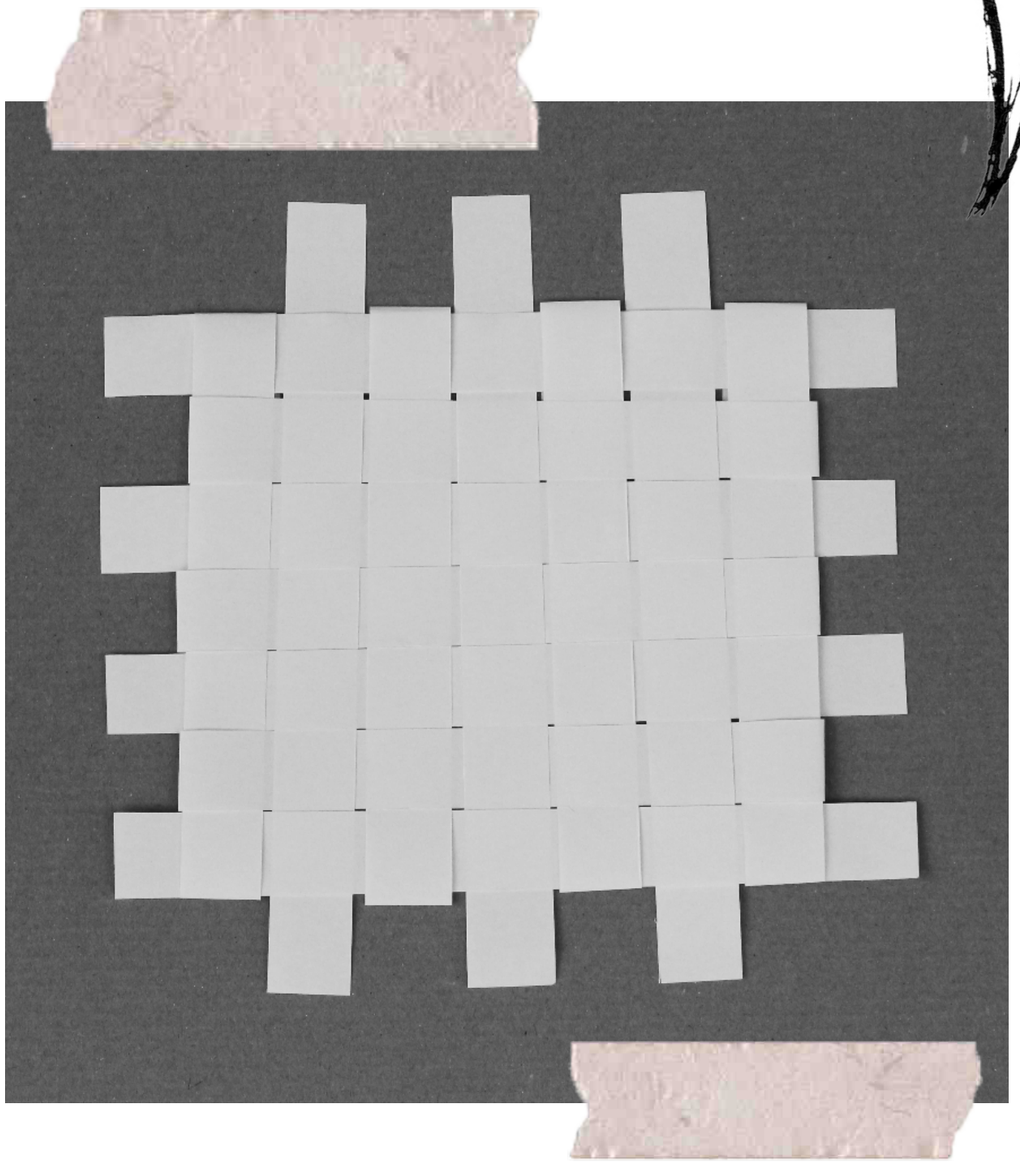
Estripar



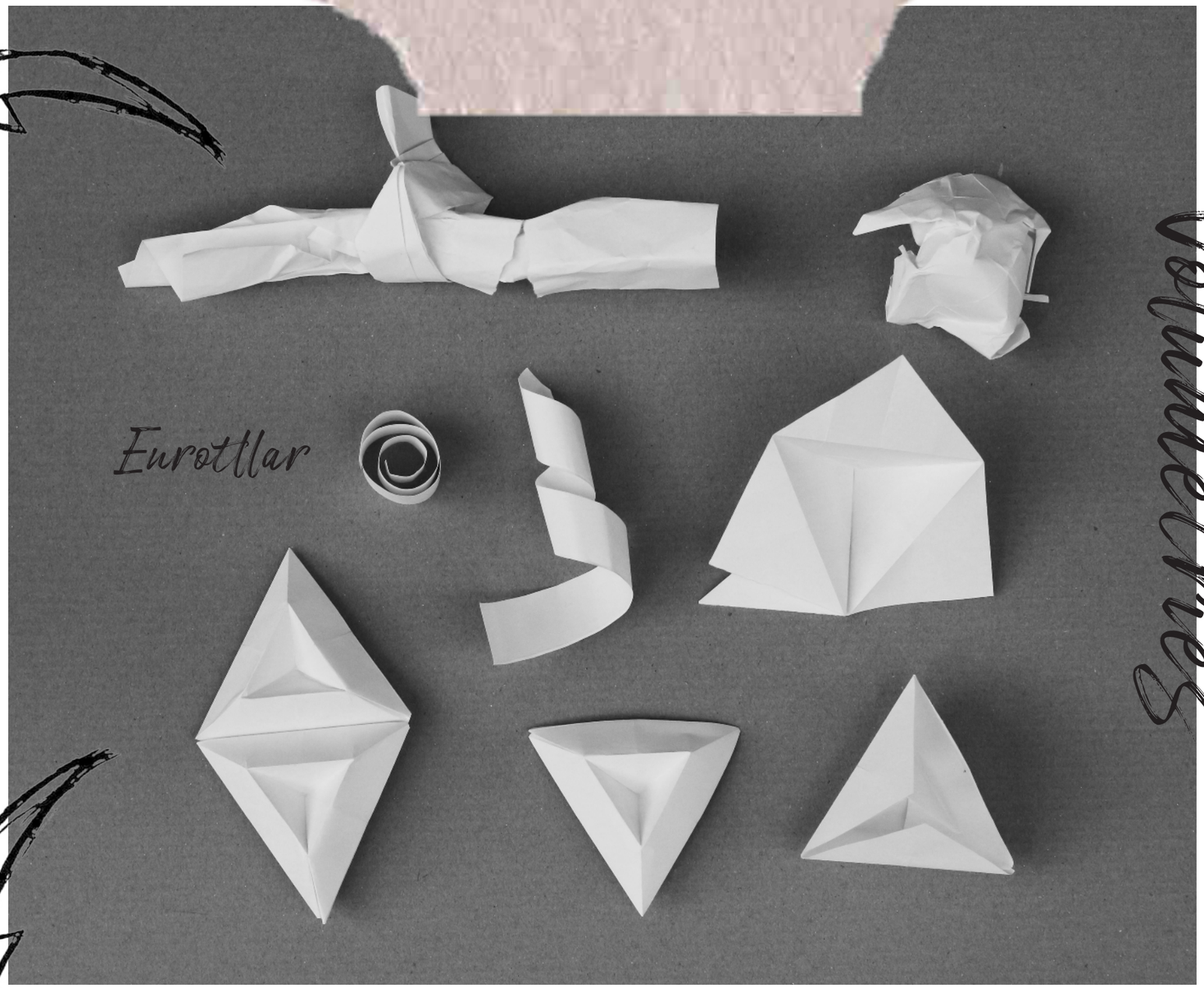
Foradar

Arrugar

Teixidura

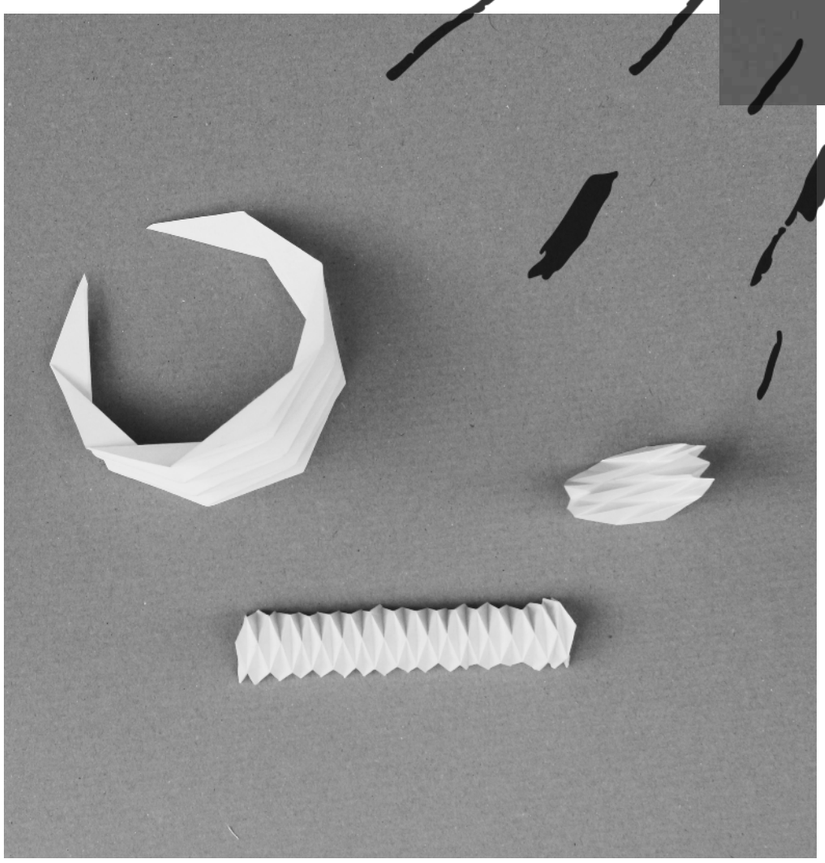


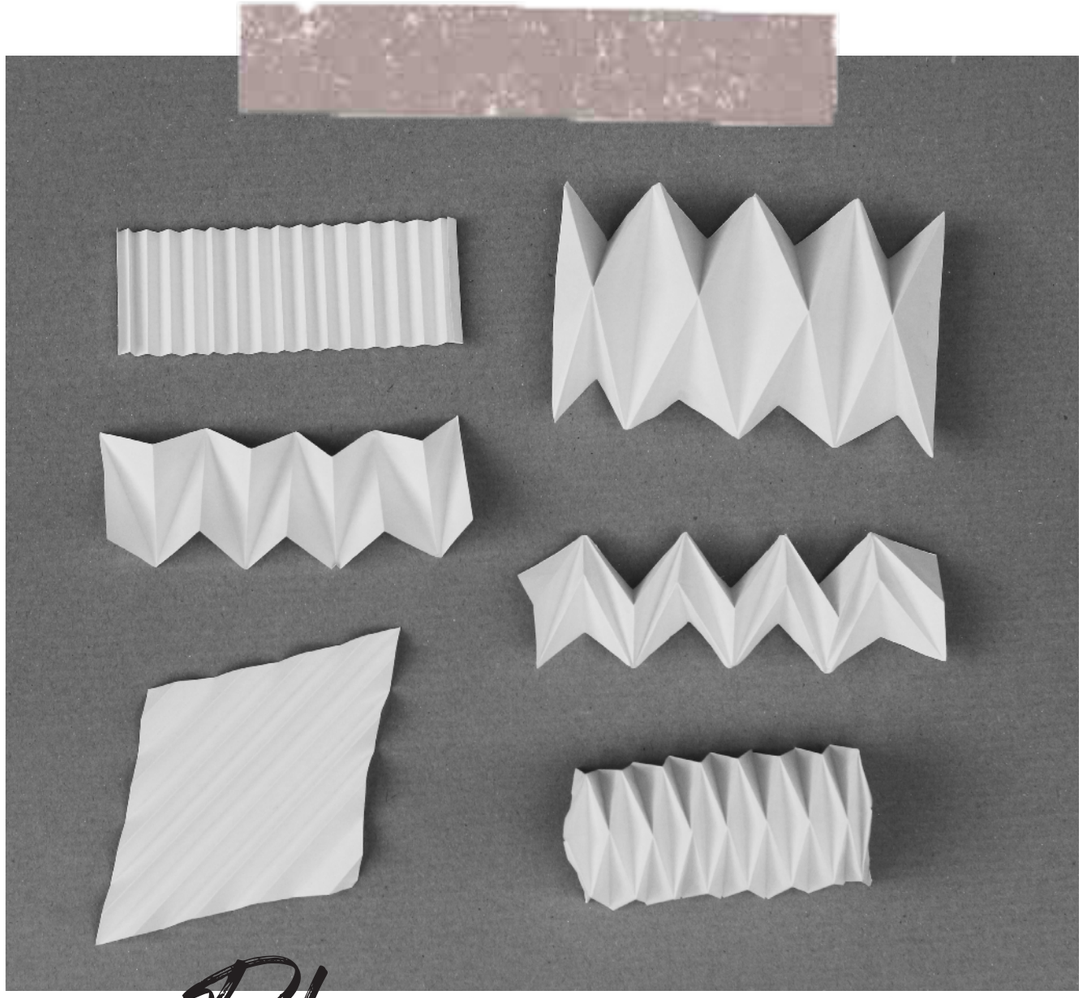
Nusos



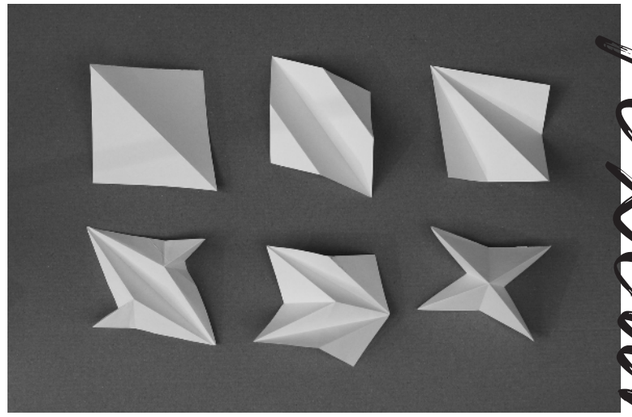
Volumetrías

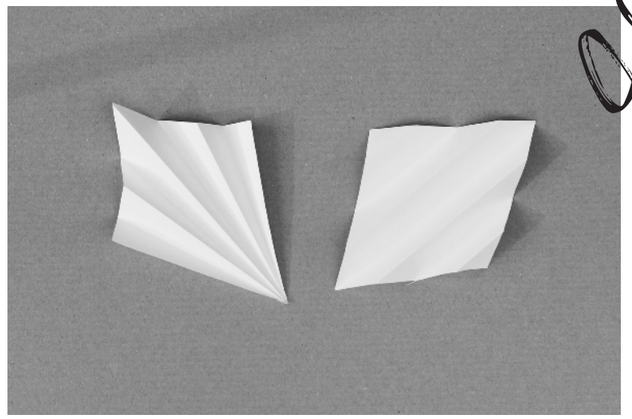
Sistema modular



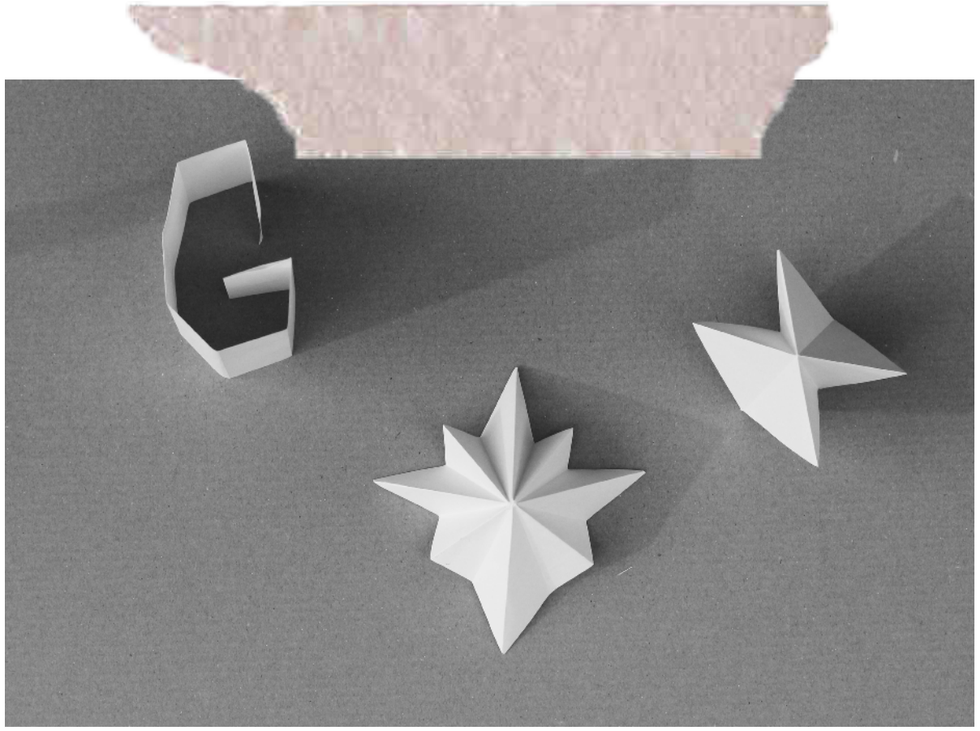


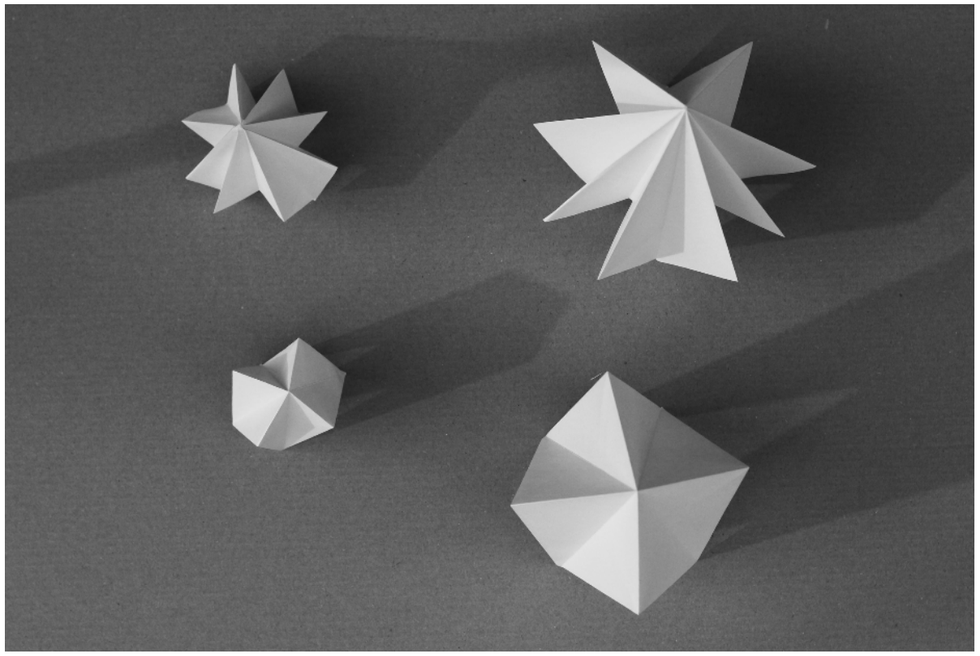
Plecs expansius



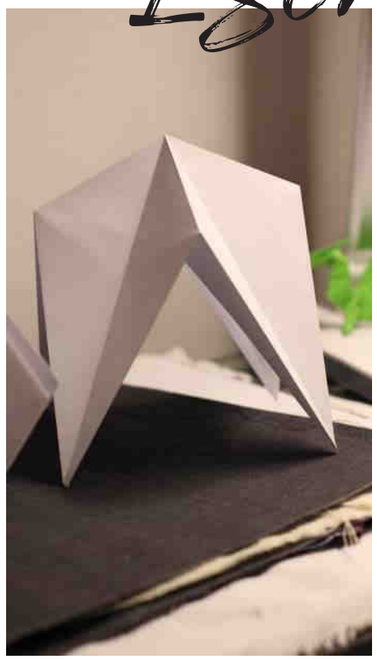


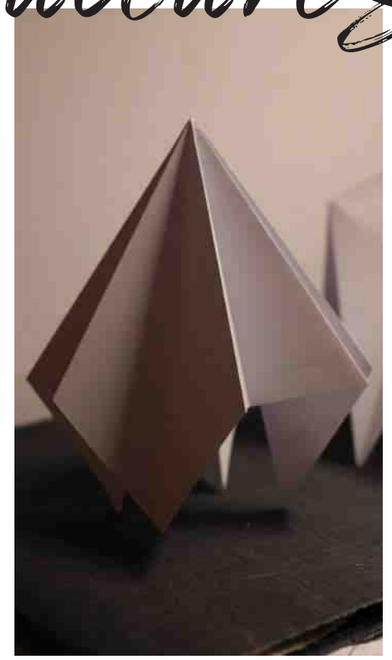
Textures

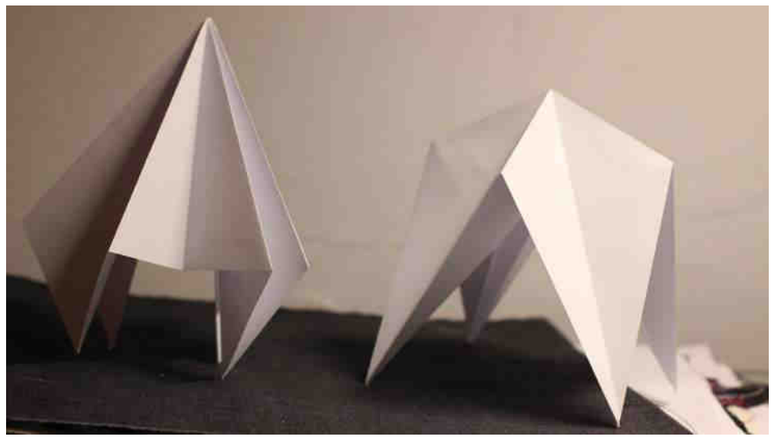




Estructures

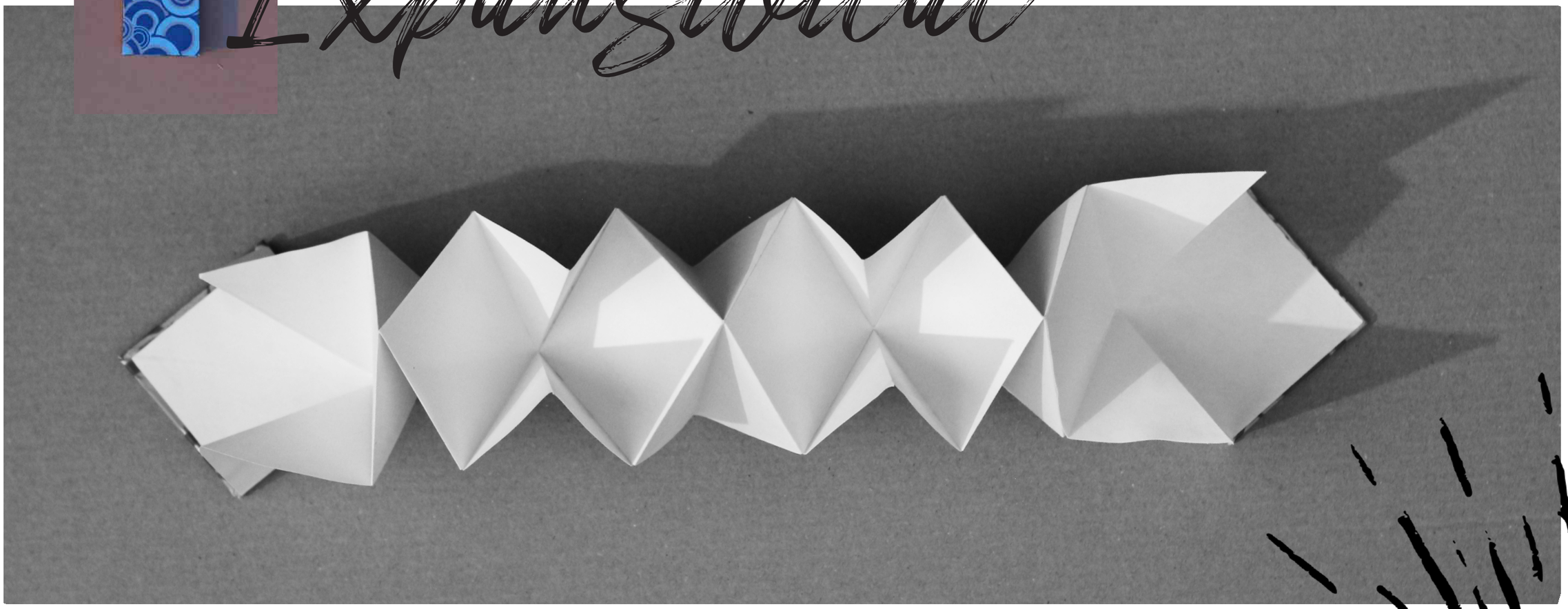


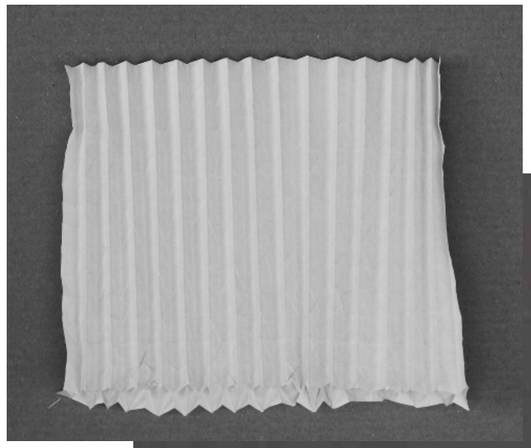


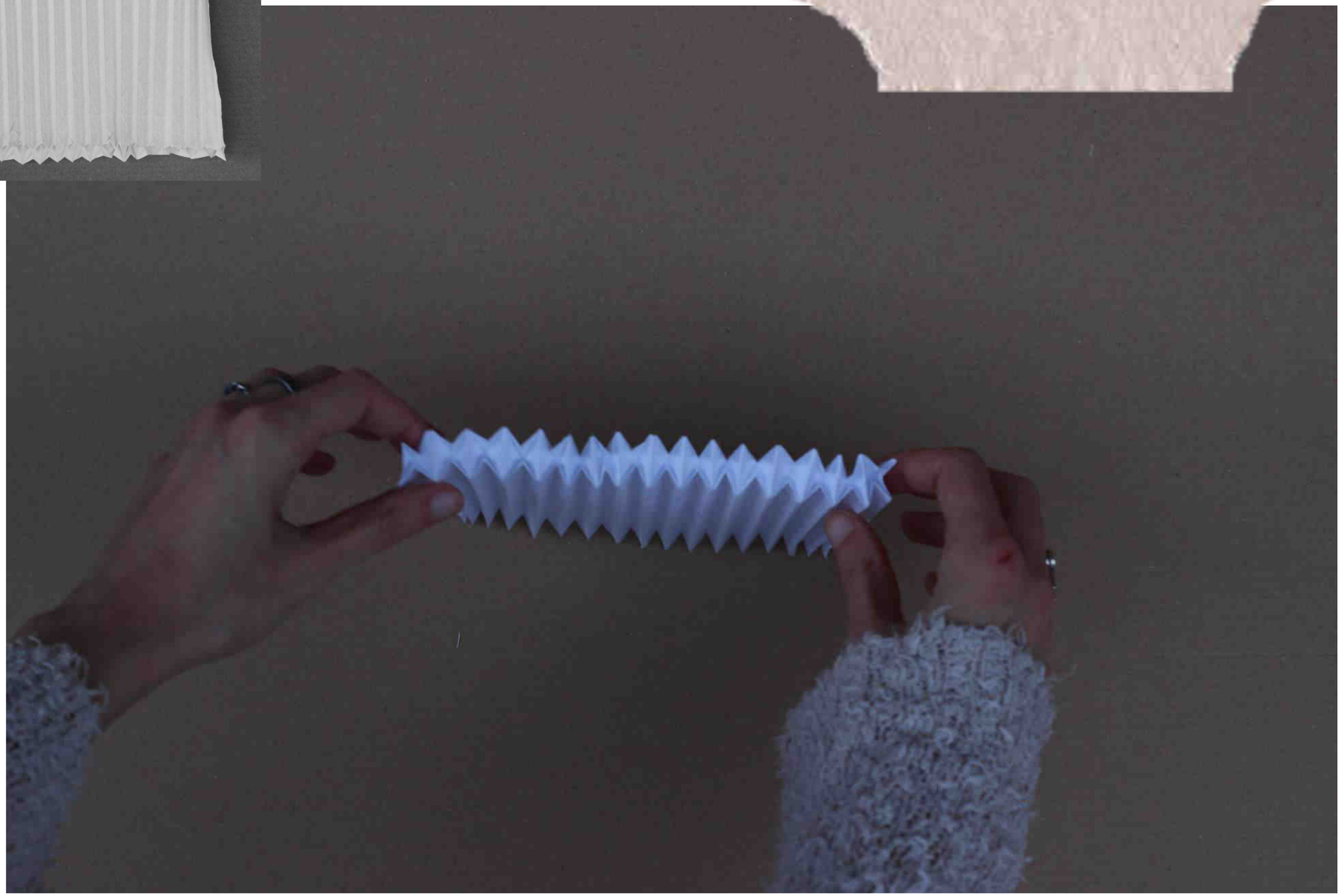


Superposicio' de capas

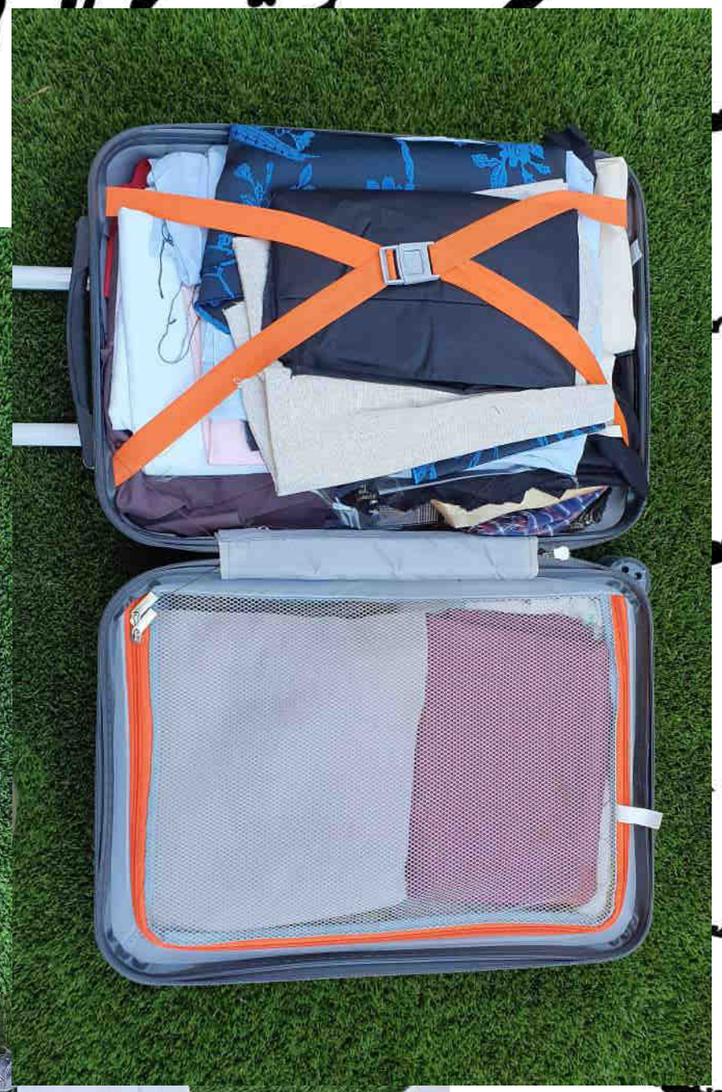
Expansivitat

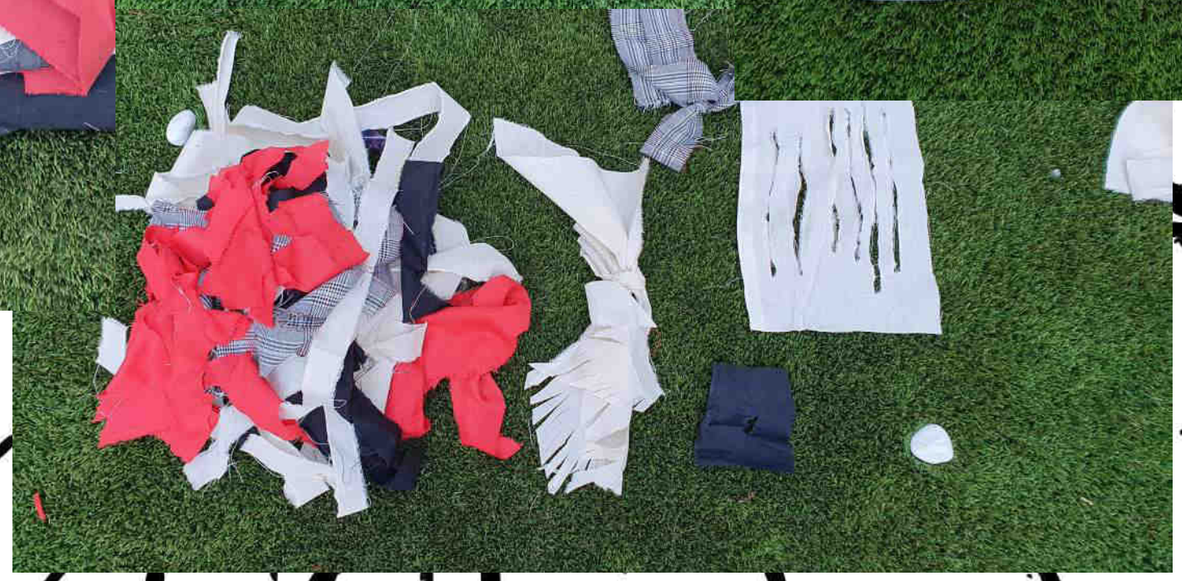




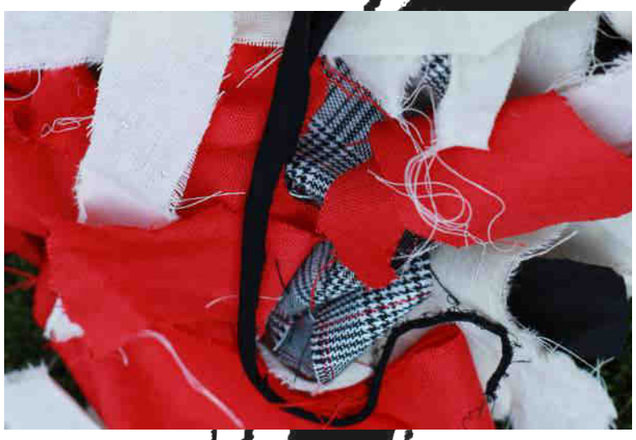


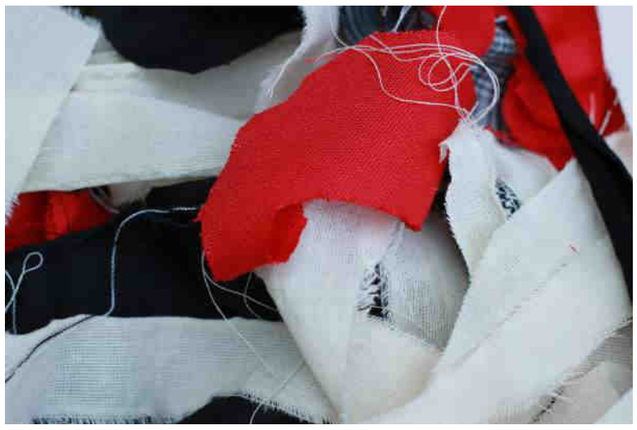
Residus textils





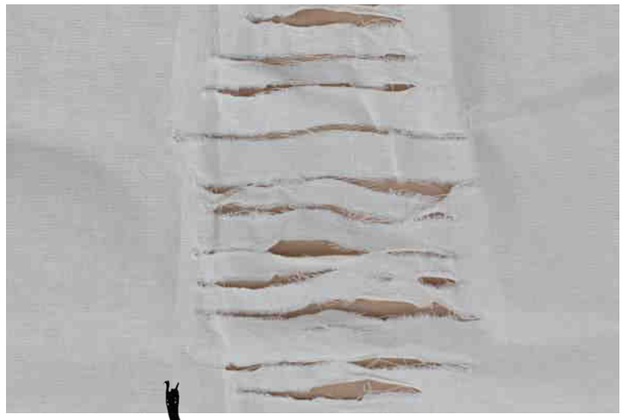
Reutilització de residus



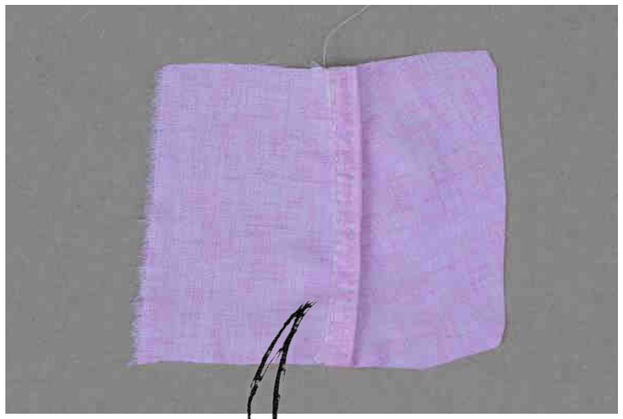


Cremar

Nuar



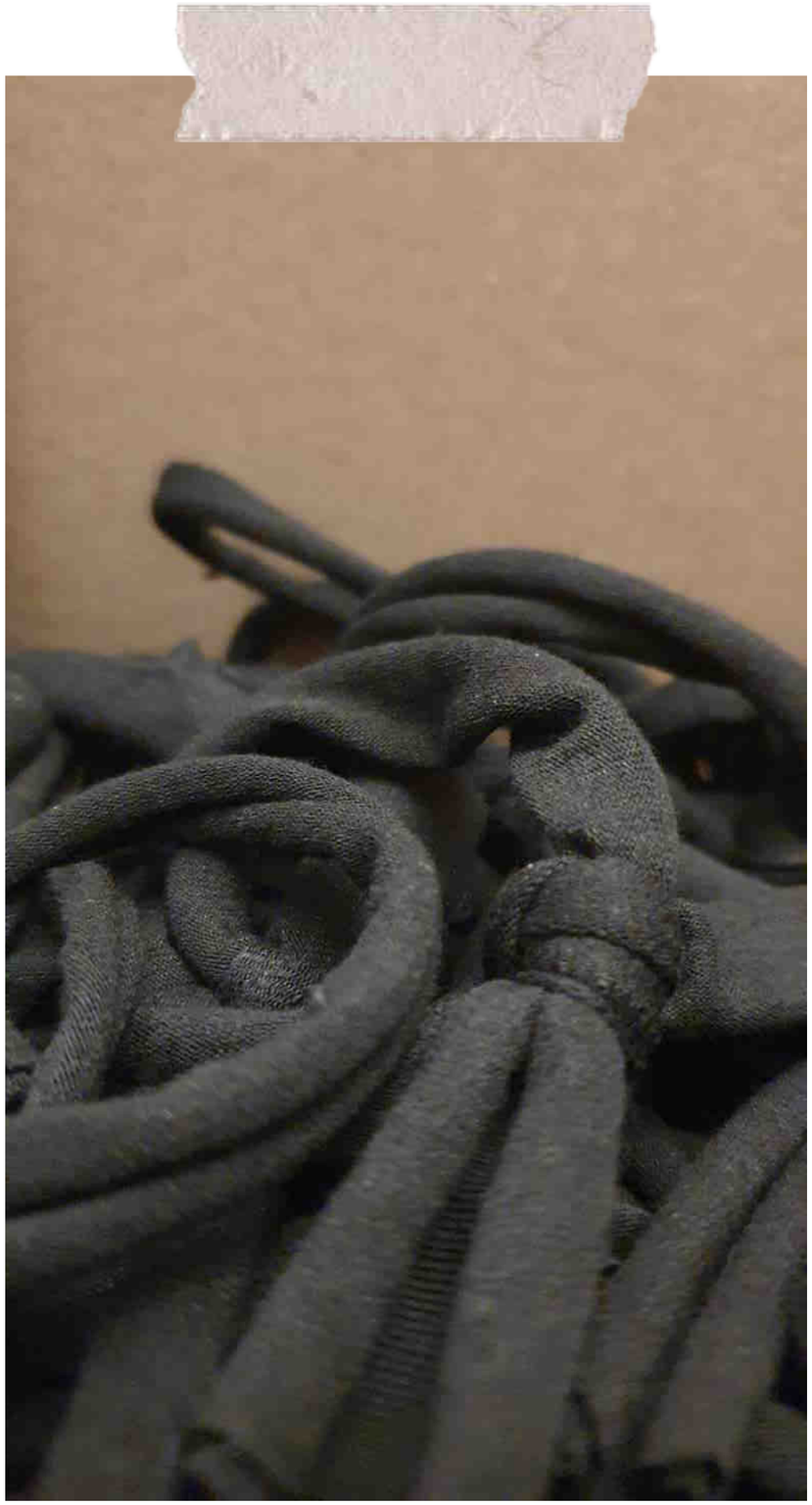
Esqueixar



Cosir

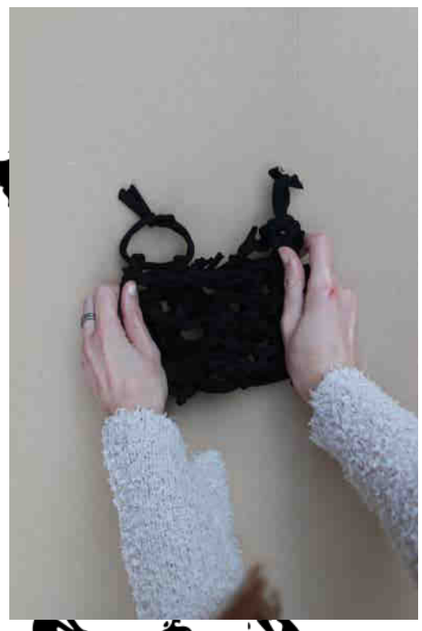
Superposició de teixits de plana

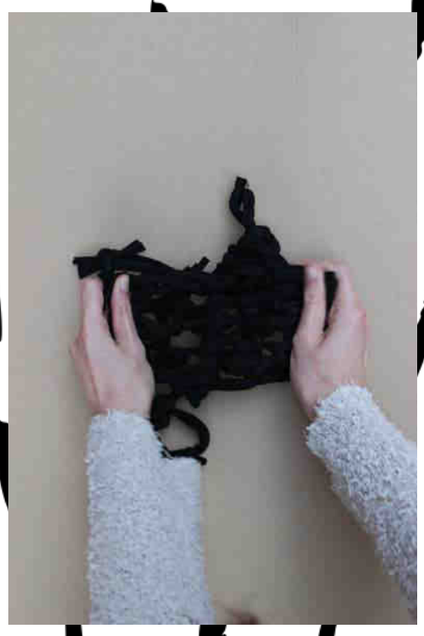
Fabric Slashing

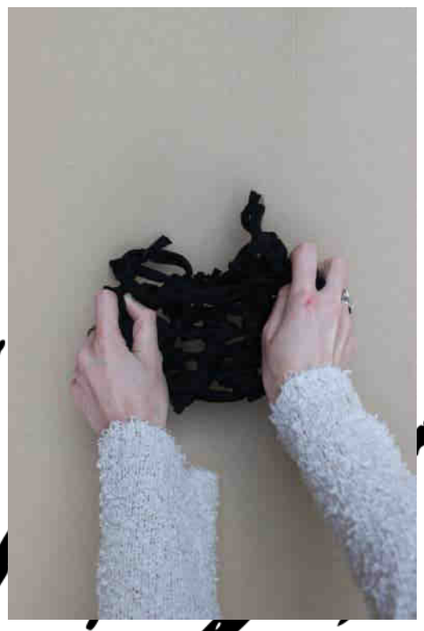


Nusos de tires de teixit

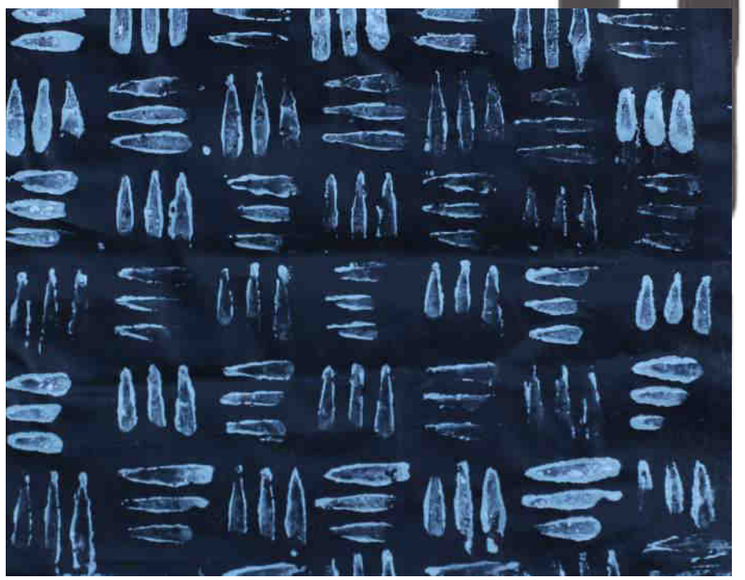
Creació d'un nou teixit amb tires de residus textils entrellaades

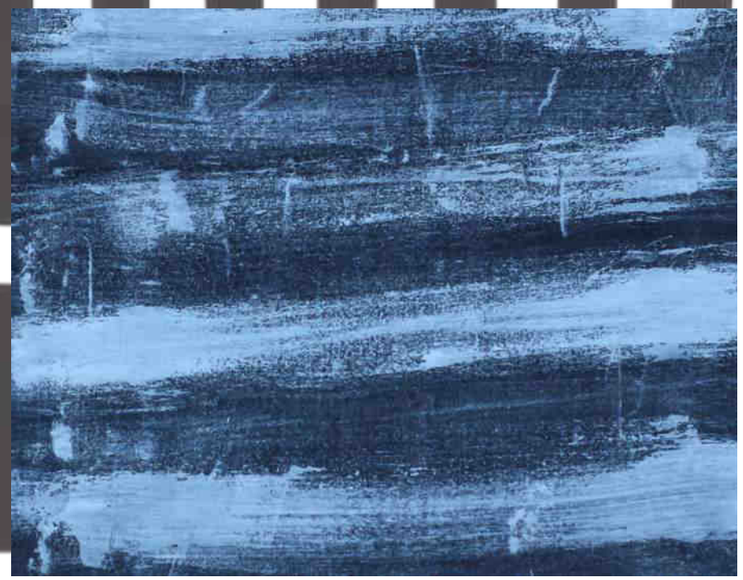


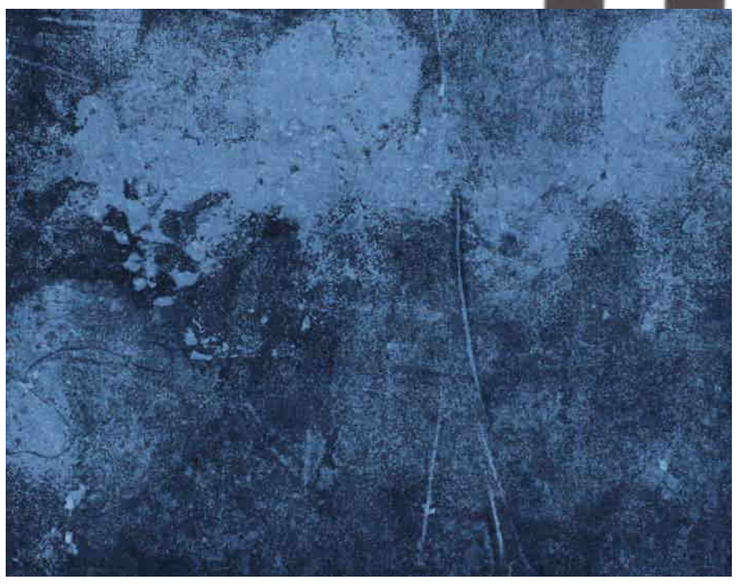


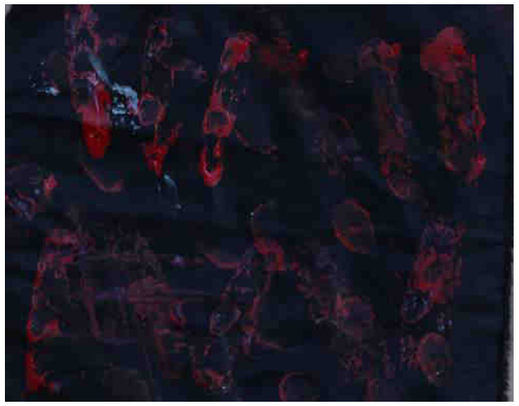


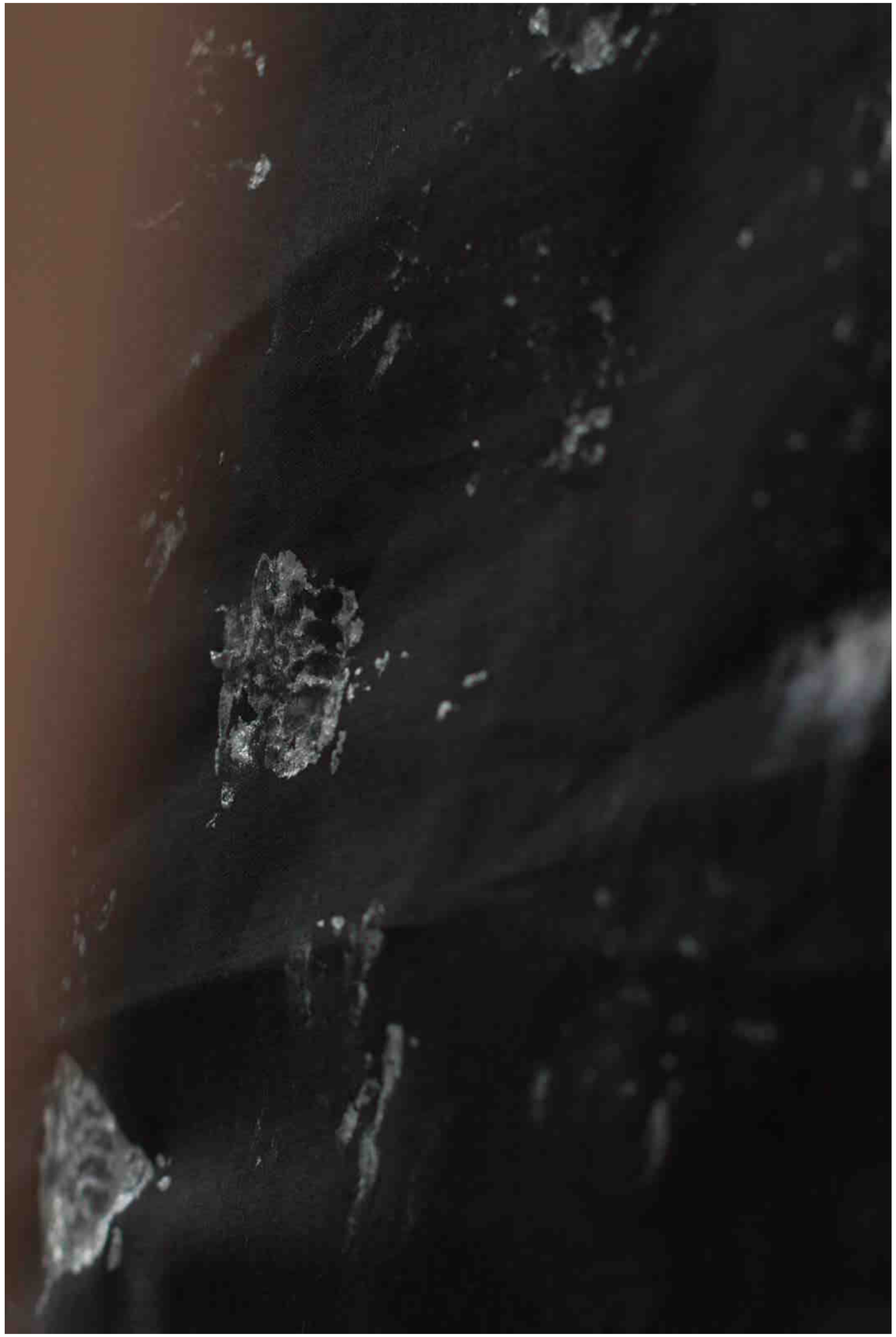
Estampacio' textil

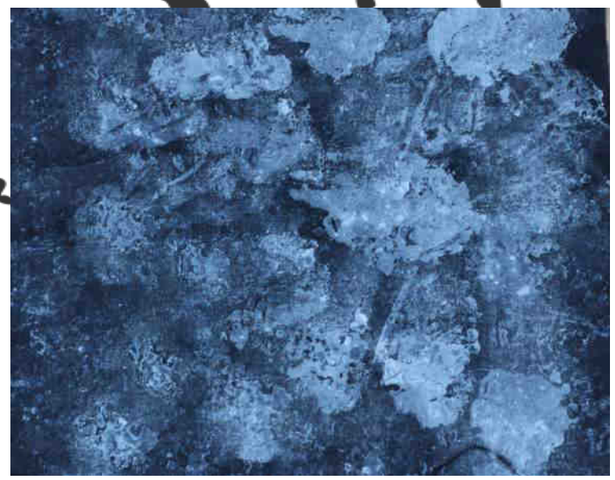


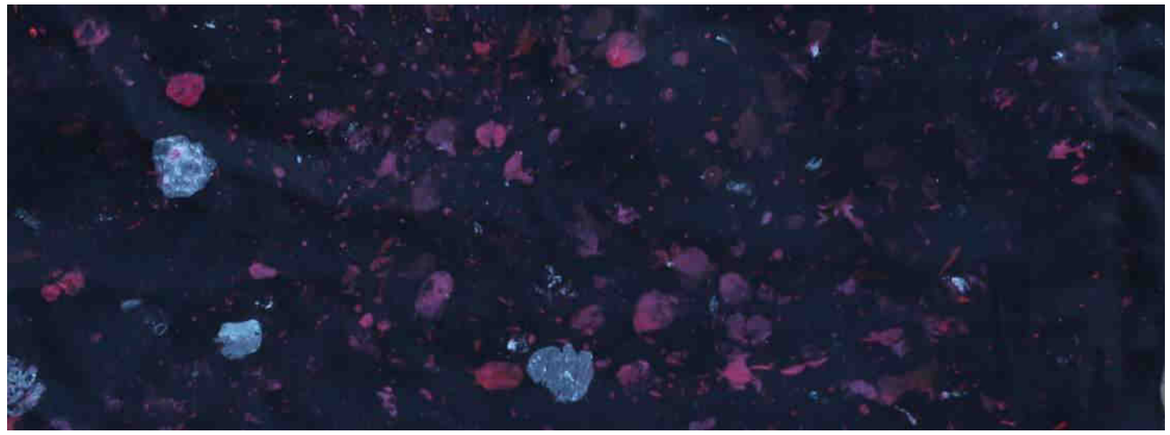


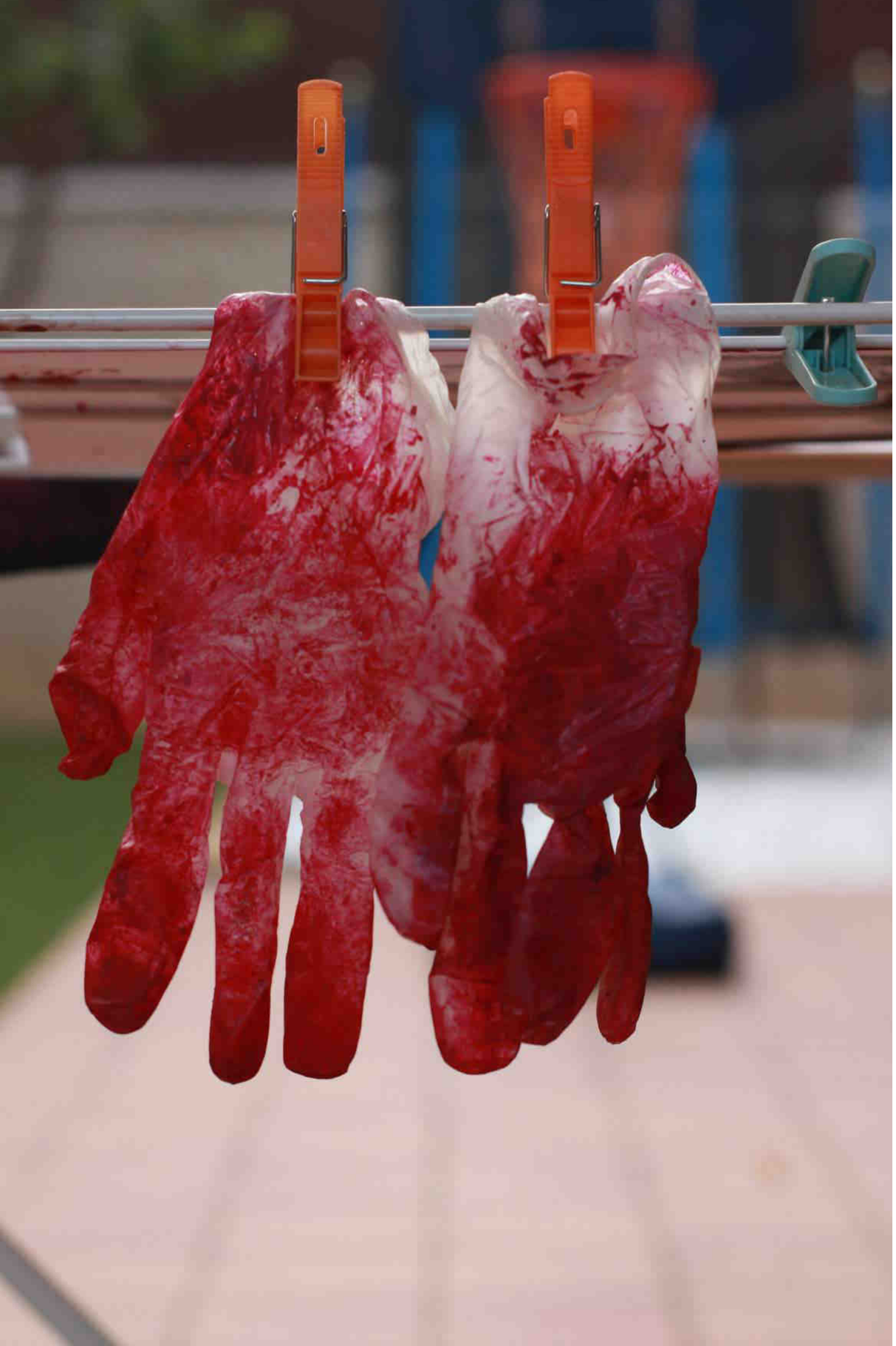


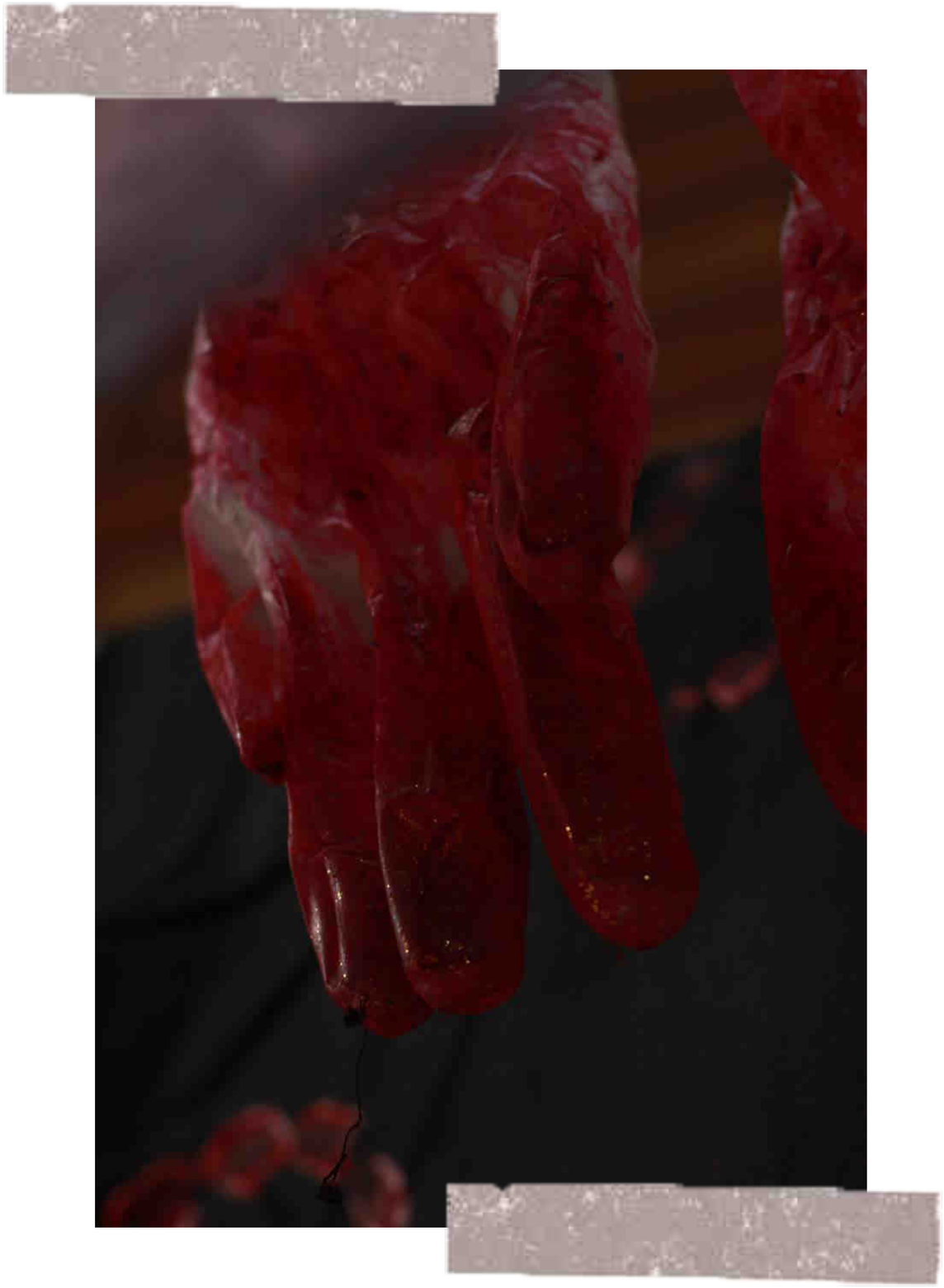






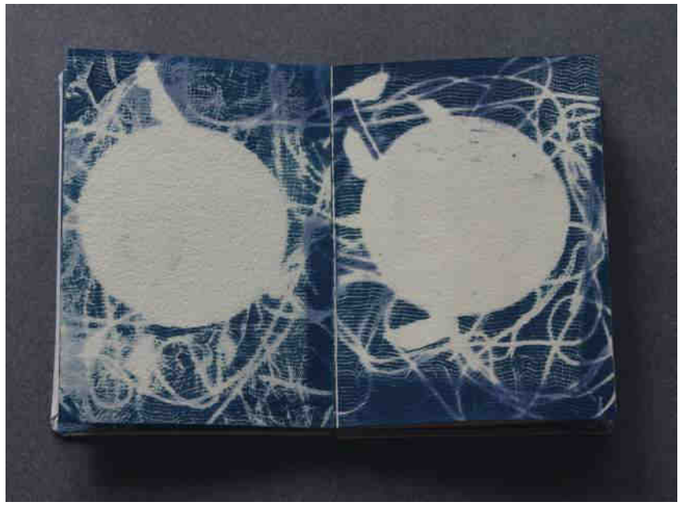


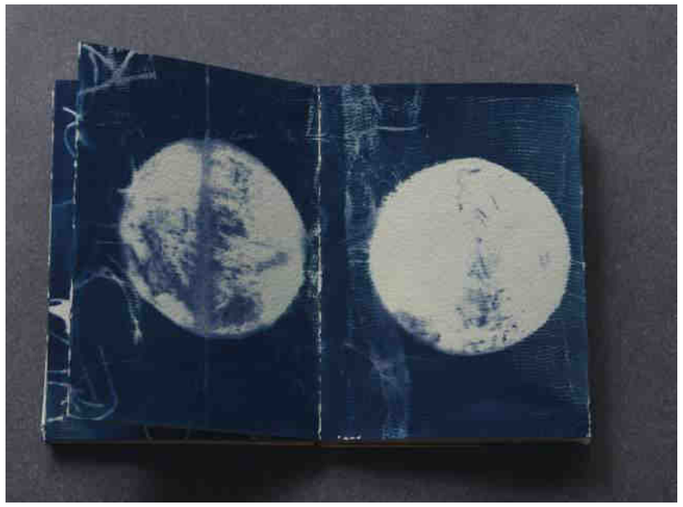


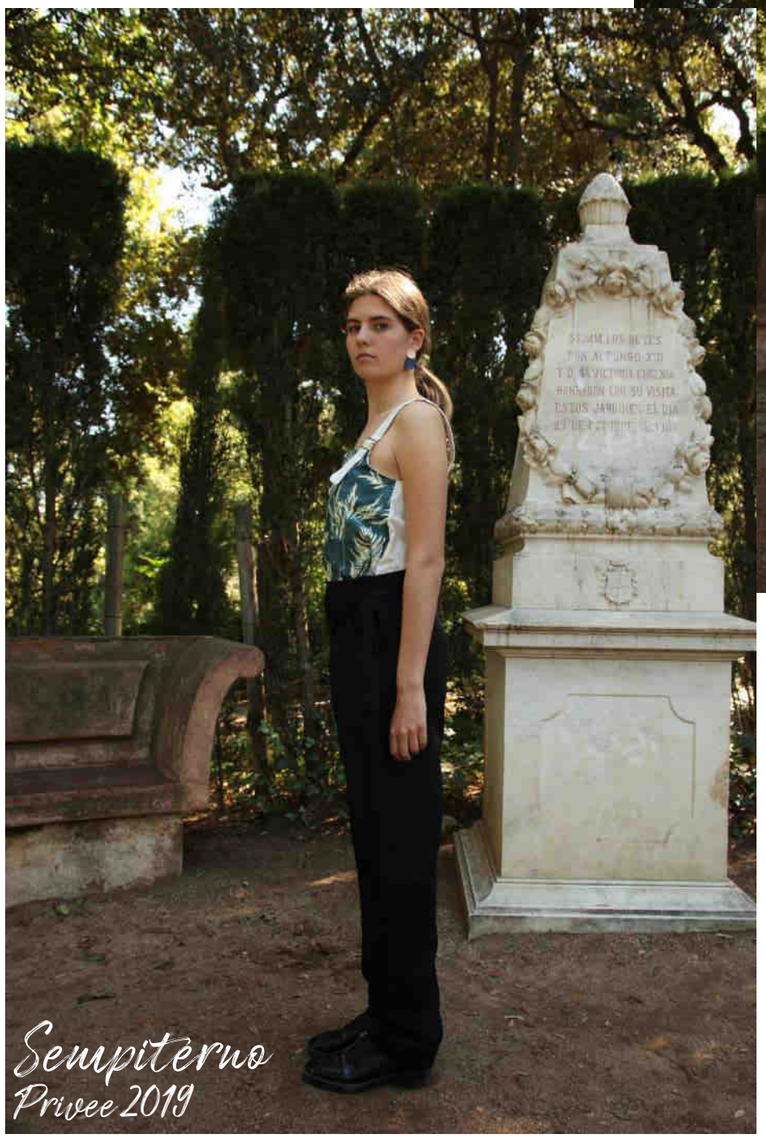


Vídeo del procés matèric a
https://vimeo.com/user58934248

Recuperació de tècniques de projectes anteriors



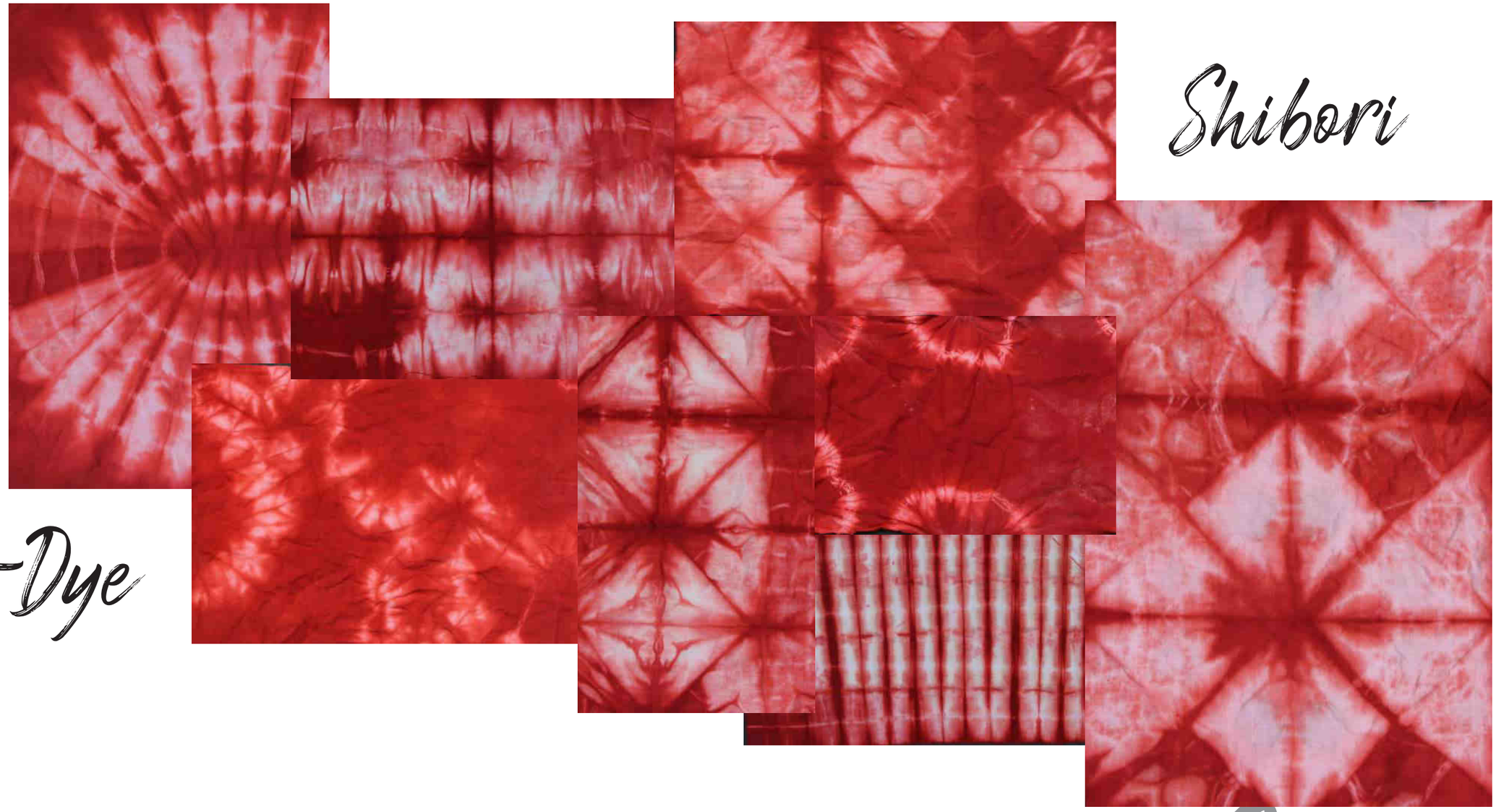




Cianotipia

Possibilitats: cianotipiar les peces del look amb motius naturals i vegetals recuperant el contacte amb la natura

Recuperació de tècniques descartades de projectes anteriors



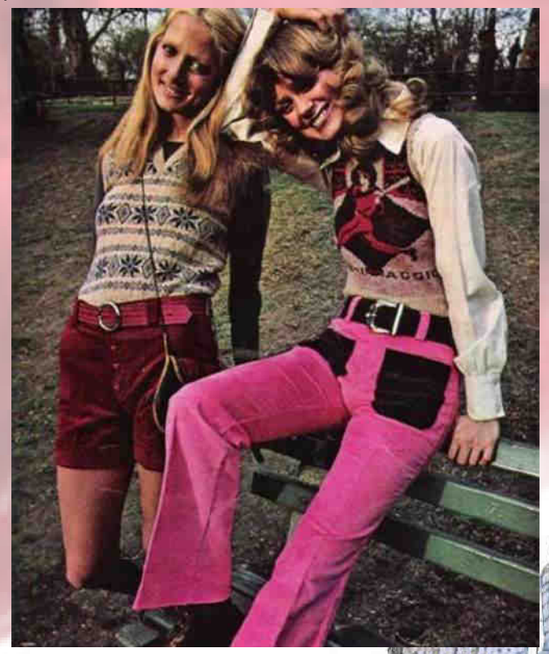
Possibilitats: realitzar un tie-dye en les peces de roba reciclades

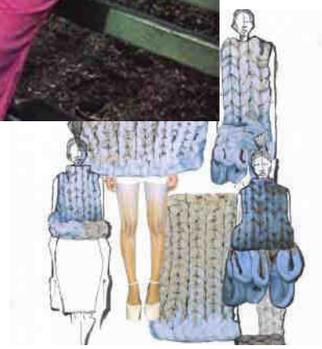
#Crisi

Moodboard estampats de col·lecció

Research

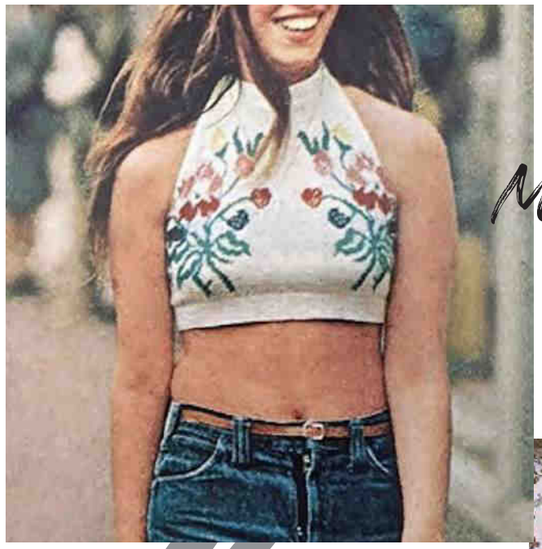
Punt





Multicolors

Motius florals



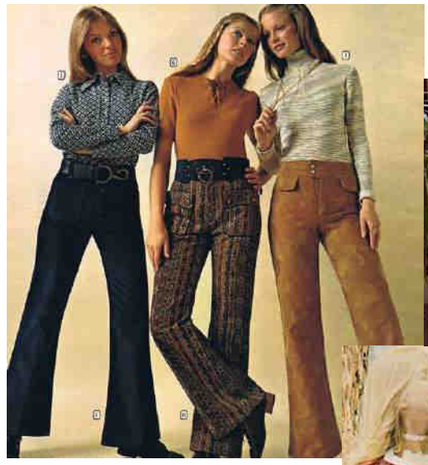
Estampats geomètrics

Armilles

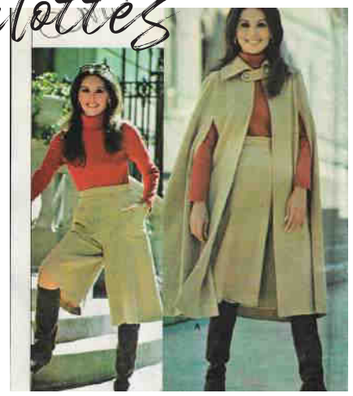
Nussos

de l'època

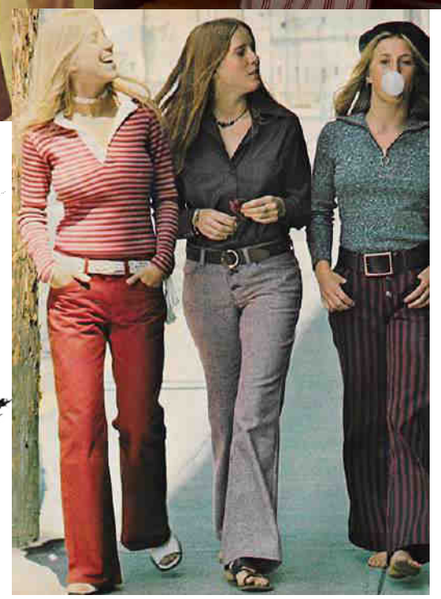
Evasió i comoditat



Culottes

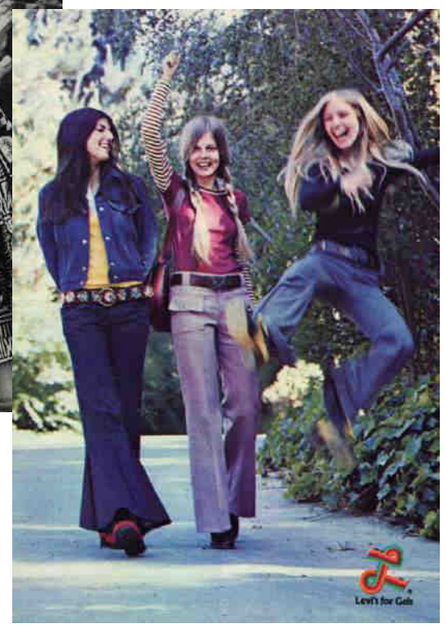


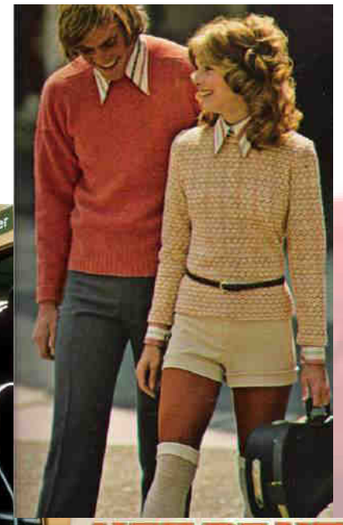
Pantalons

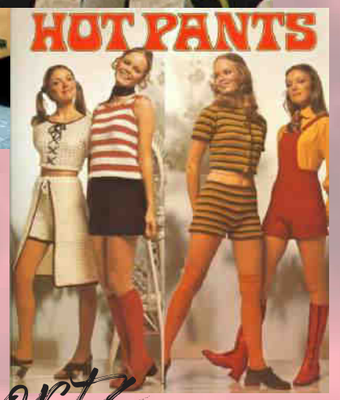


Elements etnics i folklòrics

Llibertat i moviment







Shorts molt shorts

Paleta de colors #Crisi

#b4aa95

#c56a32

#a58f34

#ecae1f

#78453b

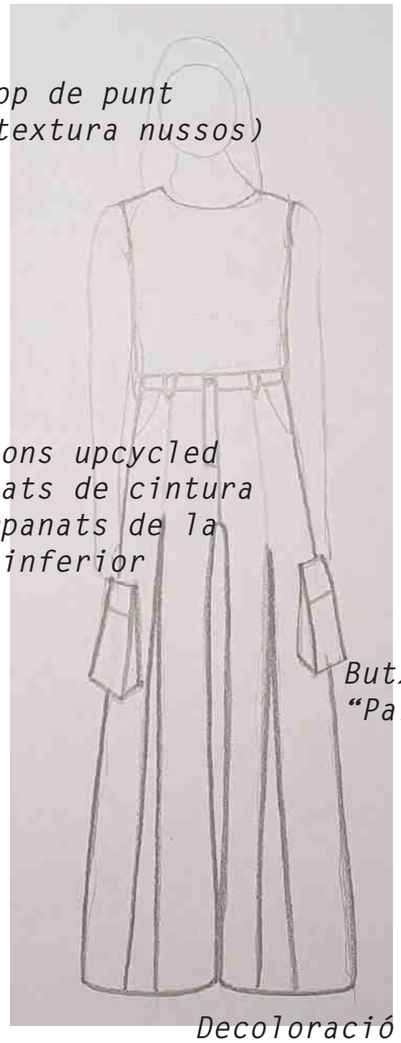
#d36465

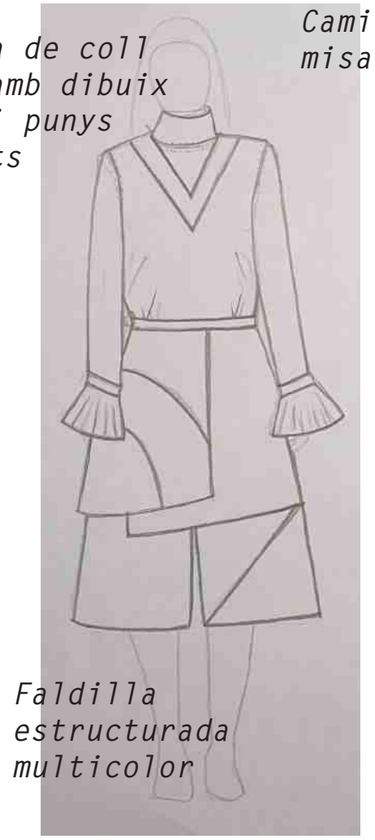
#74a257

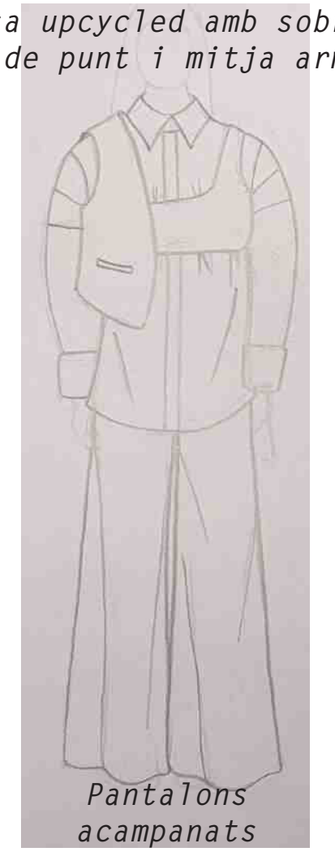
#06293b

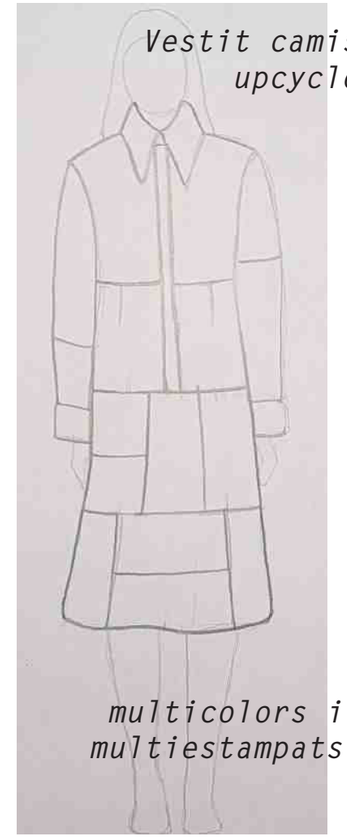
#84417c

Look principal:
Nussos reciclant restes textils elàstiques i pantalons de policia reciclats









Esveltesa

Sketchbook

#Crisi

Processos

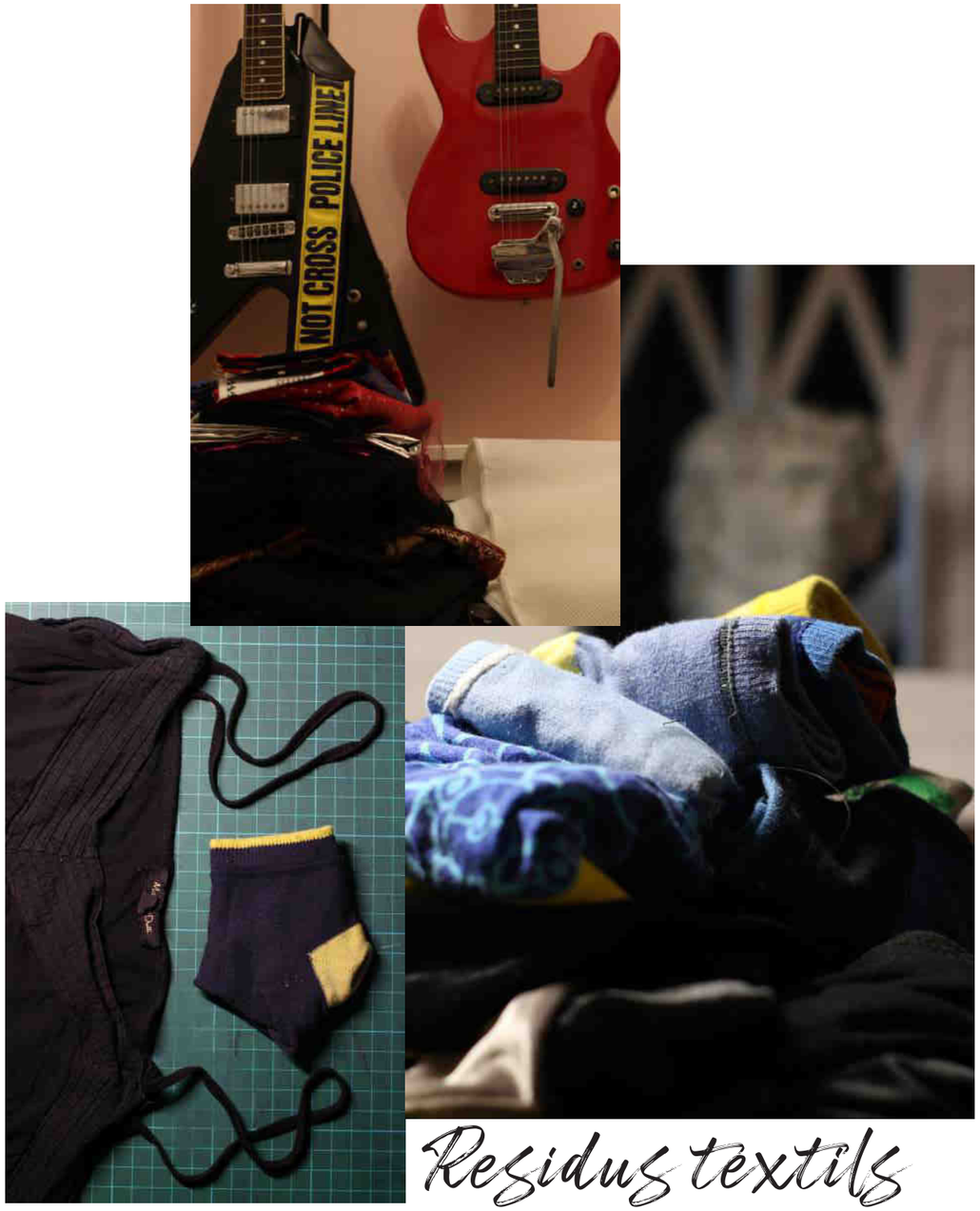
#Crisi

Procés trama nussos

TEIXIT ENCADENAT
Materials necessaris / possibles:
Peces de roba i teixits que ja no volguem amb SPANDEX (lycra, roba polar, mitjons etc)
Pot ser de diferents colors i textures, podem intercalar colors o realitzar una peça unicolor.
Desconstruir les peces en tires i posteriors cèrcols anussats.
Es necessiten mínim 10 peces de roba, però varia en funció del tamany, del tipus de tela, amplada, etc…

Pros:
Procés de teixit manual amb les mans sense màquina de cosir fàcil d'aprendre i per tant accessible a una major població.
Donar-li una segona vida a allò que no volem

Contres:
La gran quantitat de materials usats provoca que, si bé es fa reutilitzant sobrants és una bona idea però si el seu ús vol ser a nivell industrial o continu seria excessivament car i implicaria una gran quantitat de teixit.



Residus textils

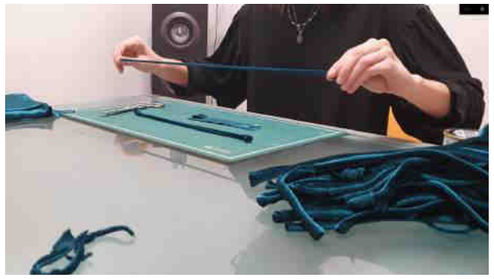
#Crisi

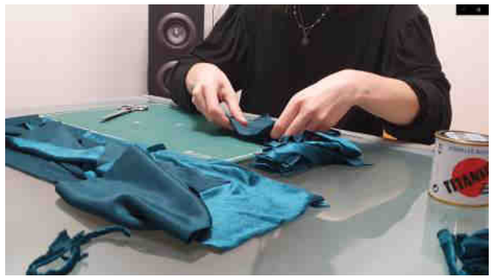
Disseny i patronatge: es tracta d'una peça que es pot realitzar de manera intuïtiva construint a partir del cos o realitzar un patró previ per seguir un disseny determinat.

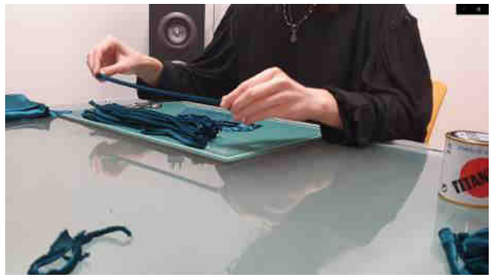
Patró de Davanter + Posterior: peces bastant similars amb diferència en l'obertura del coll i en l'amplària (esquena més àmplia per garantitzar un major moviment).

Com desconstruir les peces en tires?

Tallar les tires en el sentit elàstic de la peça o teixit.
Tallar les tires d'uns dos/tres cm d'ample
Depèn de la mena de peça que es vulgui teixir es pot variar l'ample i el llarg de la tira.
Estirar cada tira perquè s'enrotlli entre sí el teixit de la pròpia tira.
Agafar una tira i nuar els dos extrems generant un cèrcol amb la tira. Es recomana fer entre dos o tres nusos per cèrcol i comprovar que no es desfà el nus estirant el cèrcol. Les tires sobrants del nus es poden tallar o conservar, totes dues opcions són vàlides però la textura final serà diferent.
Repetir el procés amb totes les tires fins tenir una gran quantitat de cèrcols tèxtils.







#Crisi

Com teixir les diferents tires anussades?

Agafar dos cèrcols i passar un per dins de l'altre, doblegant el segon per la meitat i encadenant tots dos cèrcols.

Repetir el procés amb la resta de cèrcols.

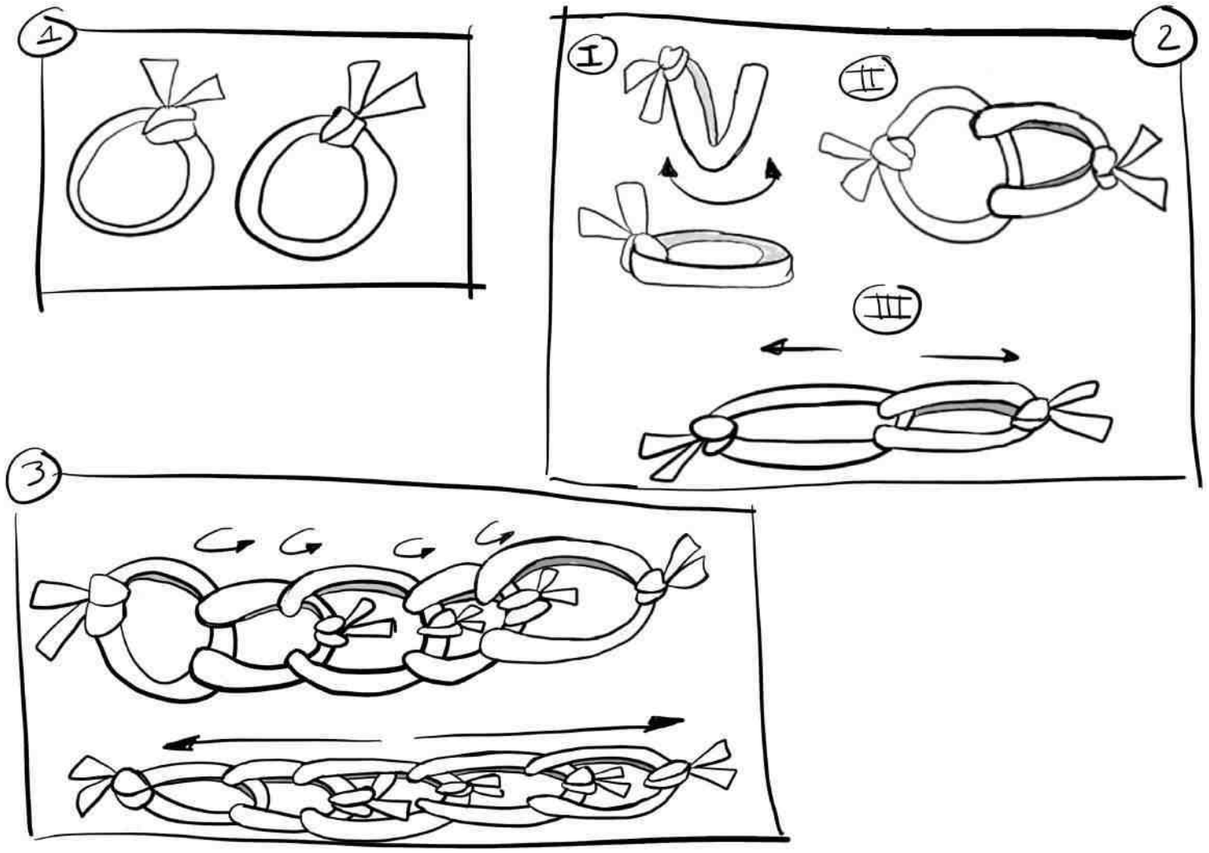
Anar estirant conforme es van teixint.

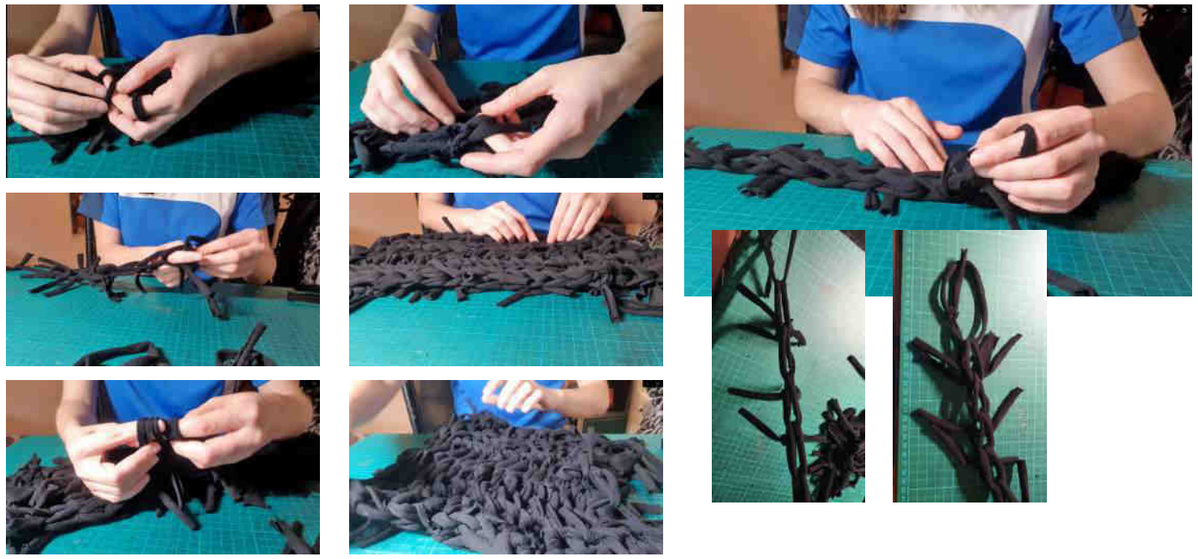
Per baixar a un nivell inferior: el cèrcol exterior en comptes d'anar horitzontal com tots els altres, baixa un nivell verticalment.

A aquest cèrcol exterior se li encadena un nou cèrcol que alhora s'entrellaça horitzontalment, encadenant-se amb el cèrcol exterior alhora que també amb el cèrcol superior respectiu, continuant així la trama.

Repetir amb tots els nivells i extrems laterals.

És important anar encadenant els diferents nivells perquè sigui uniforme i no es desfaci el teixit.





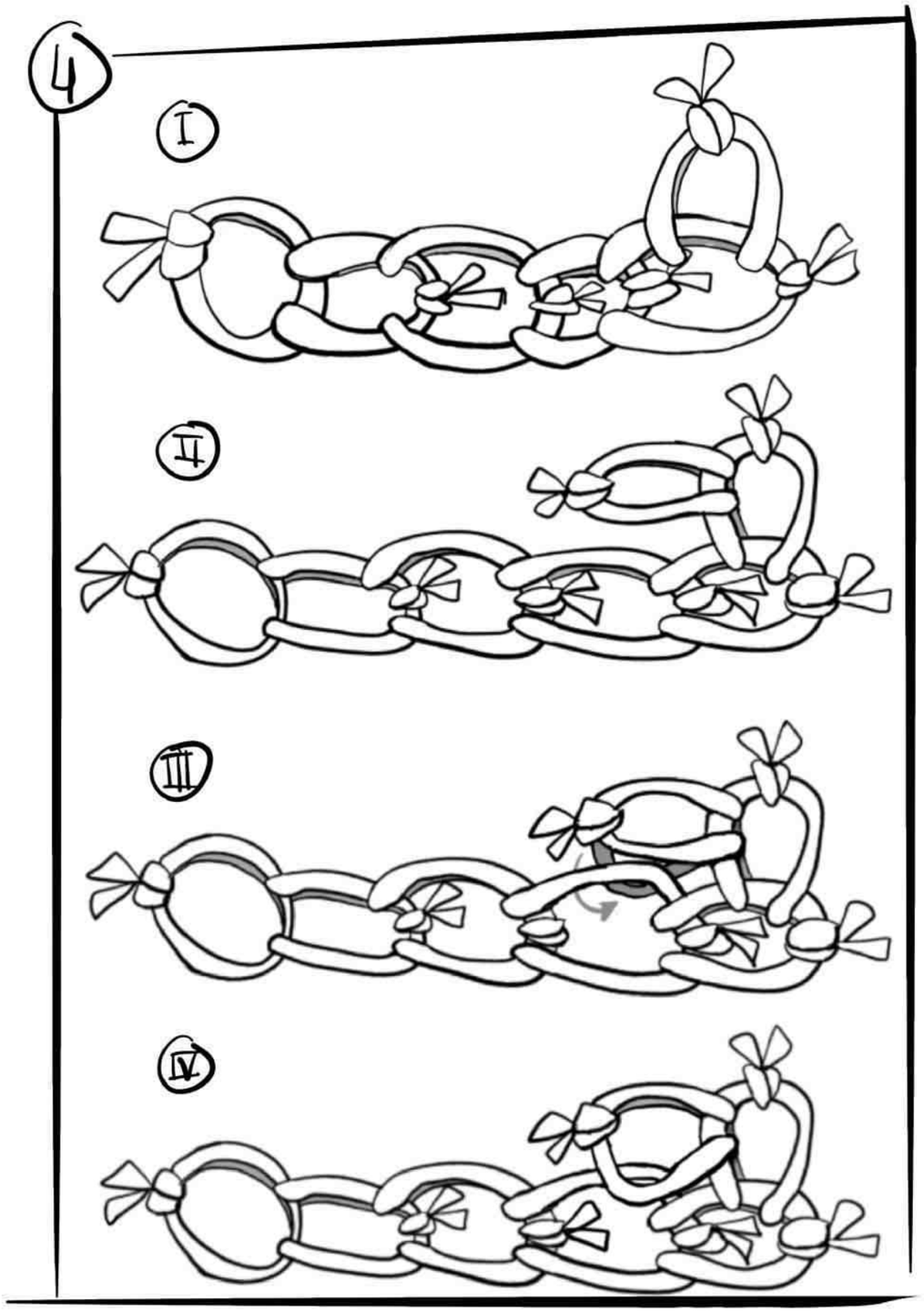
#Crisi

Variació de l’ample més enllà del rectangle recte:

Afegir/ampliar: En els extrems en comptes d’afegir una, afegir dos cèrcols, de manera que l’últim cèrcol s’enganxa amb l’antepenúltim abans de continuar encadenant amb la línia superior.

Reduir/estrènyer: En comptes d’afegir un cèrcol, amb l’últim afegit encadenar amb el segon anterior.

Resum: +2 cèrcols / ampliar ; +1 cèrcol / recte ; +0 cèrcols / reduir

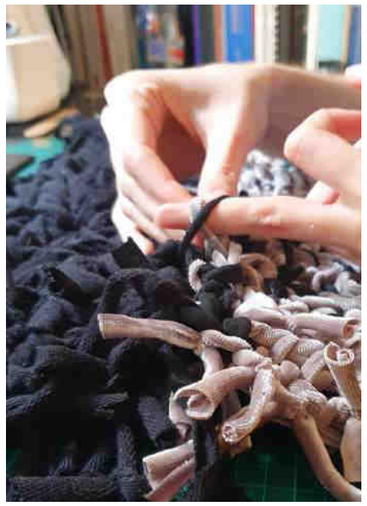


#Crisi

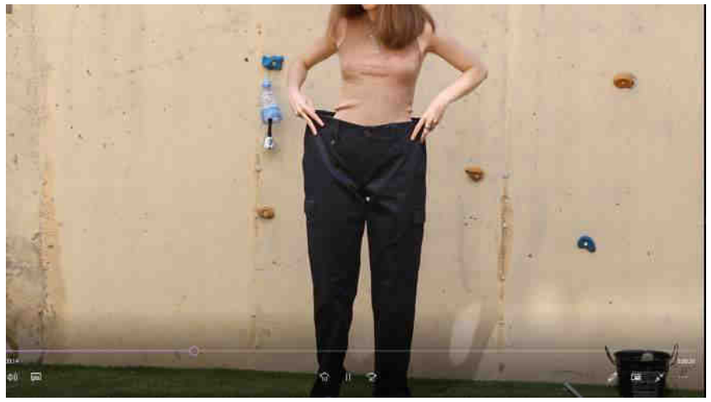
Unió de diferents teixits: Juntar el revés amb el revés de les peces a unir (a diferència de la costura normal) i entrellaçar els extrems de totes dues peces com hem fet amb la resta del jersei.

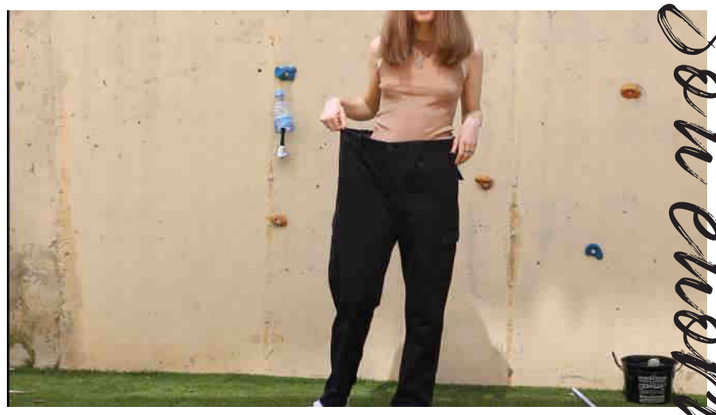
Tancament: afegir un cèrcol en l'extrem però en comptes de baixar de nivell, realitzar un nus entre si en l'últim cèrcol i amagar entre la trama. Es pot deixar a la vista o amagar entre el teixit. També, en funció de la grandària del cèrcol final serà més visible o menys.

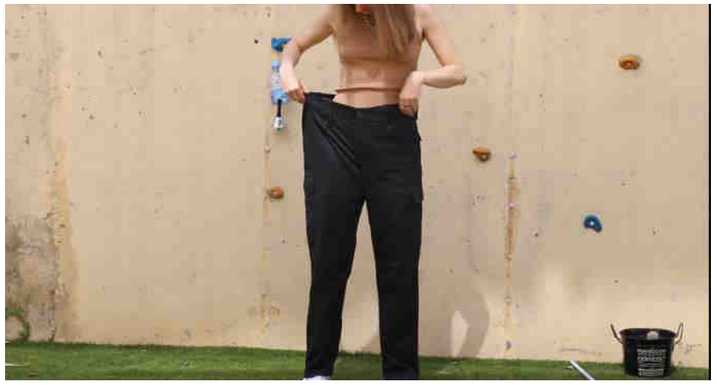
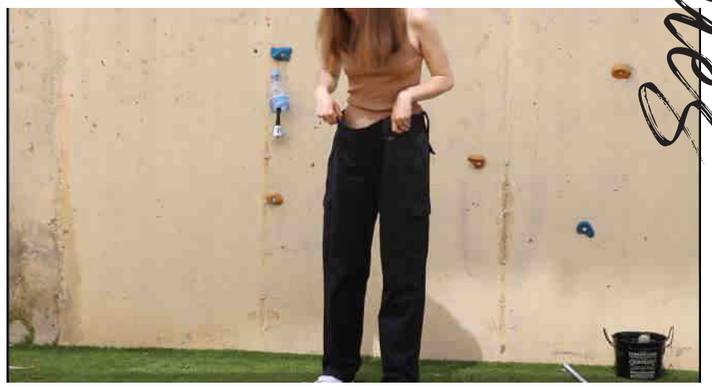
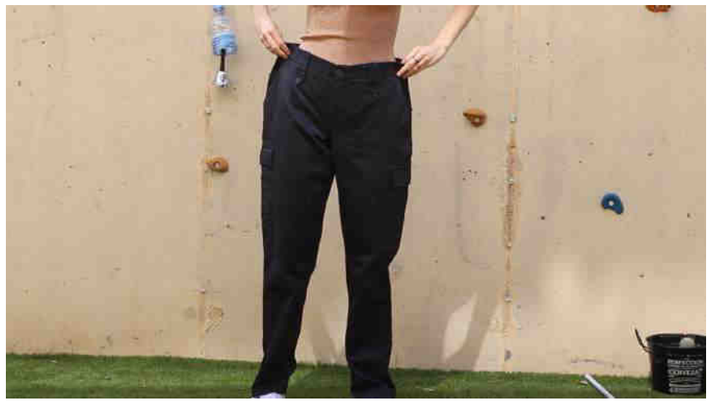
Els colors, textures, proporcions… són variables en funció del material base i la grandària de les tires.



Procés transformació del pantaló



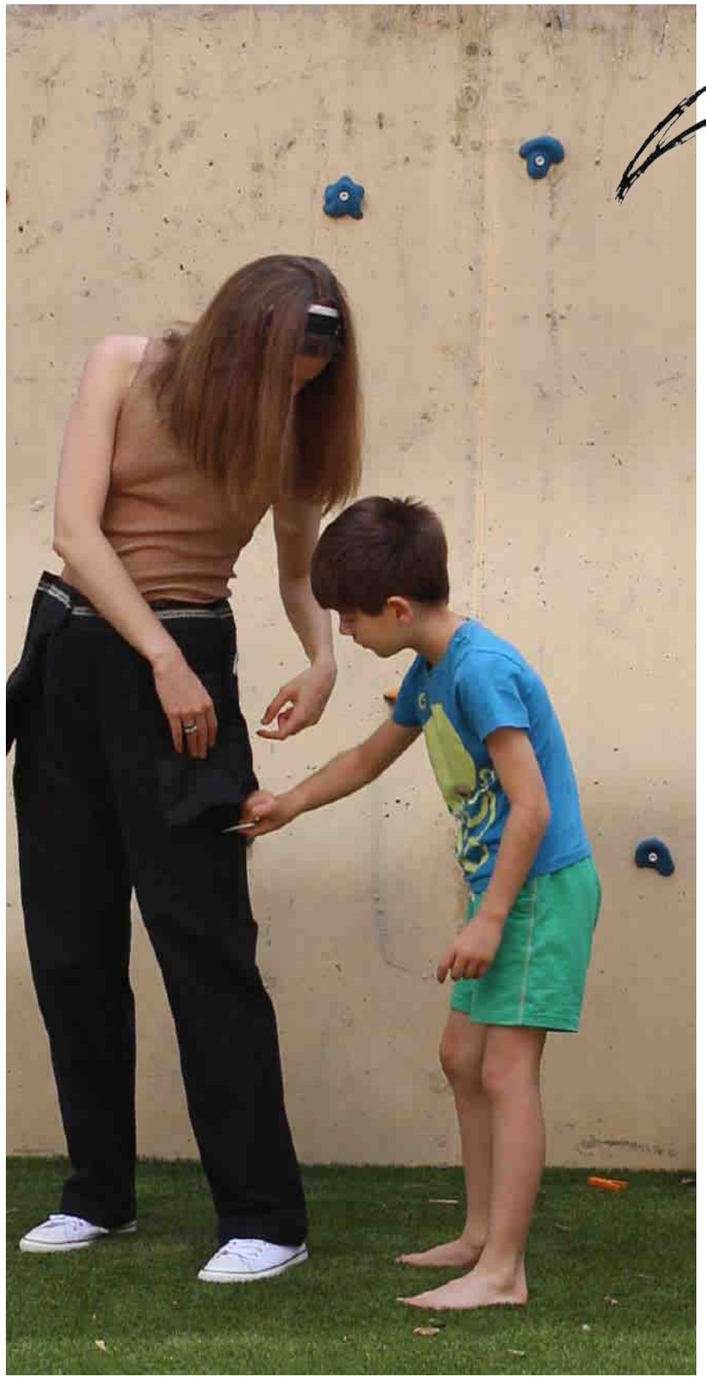


Sòn enormes

#Crisi

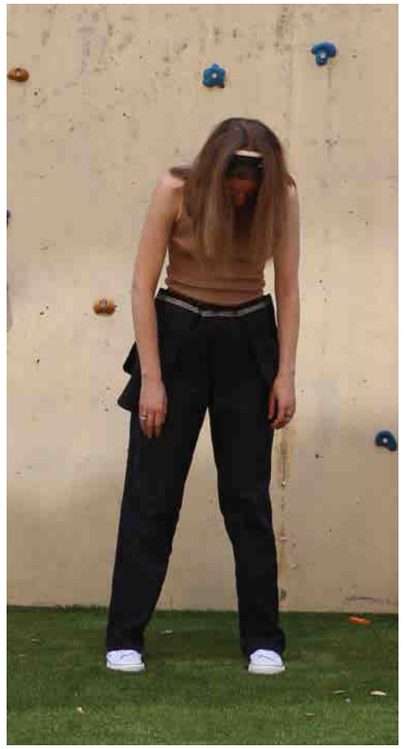
Agafar mesures cos
Comparar mesures
Ajustar

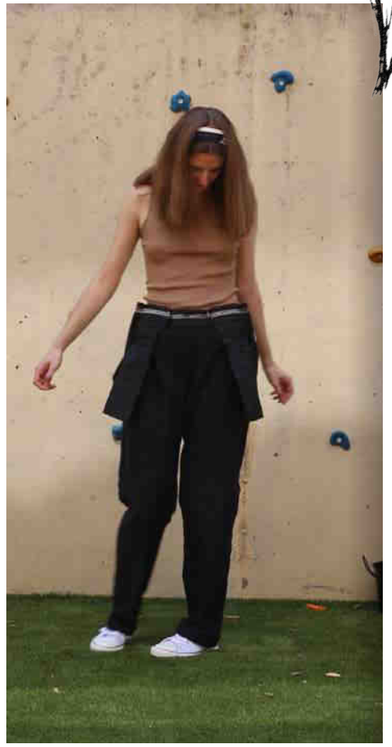


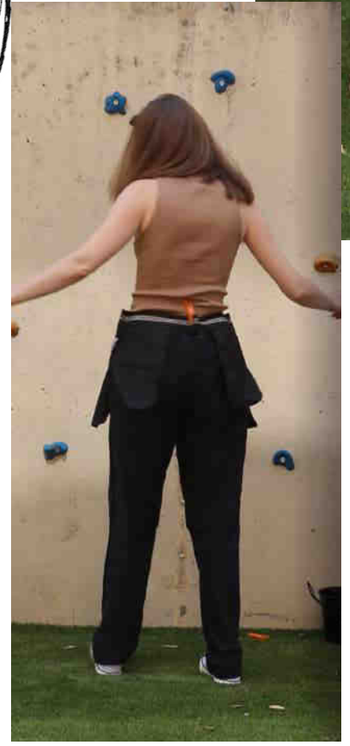
Marcant sobre la tela

Ajustant

S'aguanten.
Ja no se'm cauen!







#Crisi

Com modificar el pantaló mantenint els acabats

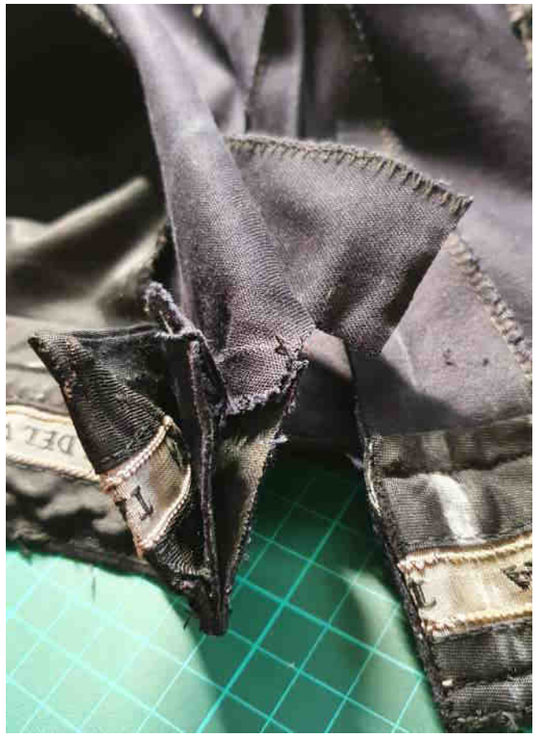
Per mantenir els elements funcionals d'uns pantalons d'uniforme de policia, s'ha decidit desmontar el pantaló descosint la cinturilla, les trabilles i les butxaques.

A continuació obrim el pantaló, modifiquem la silueta amb les mesures del cos i l'ajustem.

Una vegada tenim la silueta definida, tornem a cosir els elements característics del pantaló.

En el cas de la cinturilla s'ha d'ajustar al nou tamany, cosir-la i tancar-la correctament, tenint en compte que ha d'encaixar amb els forros de les butxaques, pinces, etc.

A continuació col·loquem, cosim les trabilles i butxaques i per últim els botons.

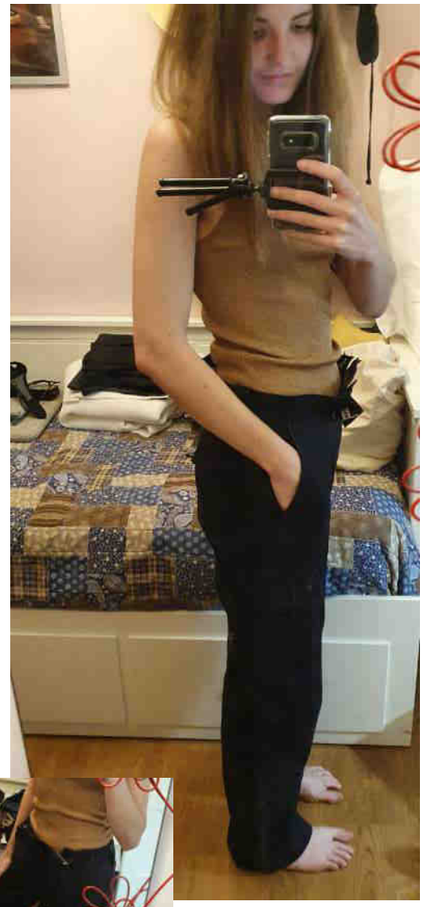


#Crisi

Fitting 1

Arreglar arrugues de la costura trasera

Pinces al centre de cada costat fins al genoll



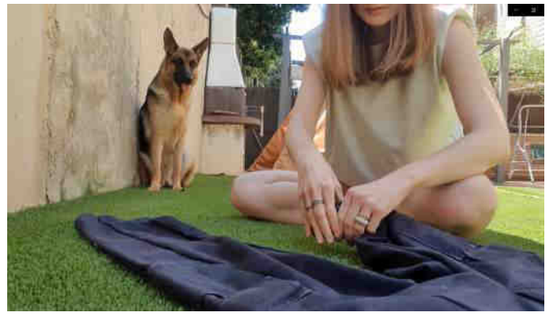
Estretar també per la costura interior per evitar bosses

Fitting 2

Les bosses i arruges posteriors han sigut arreglades i el pantaló s'adapta al cos

#Crisi

Destenyir amb lleixiu i nussos (shibori)



Materials

Lleixiu

Aigua

Spray

Gomes de plàstic

Guants

Tot i ser 50% de cotó (segons l'etiqueta) no destenyeixen amb lleixiu

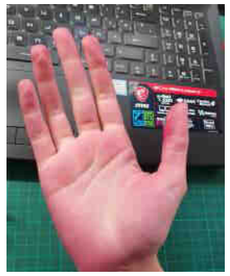
#Crisi

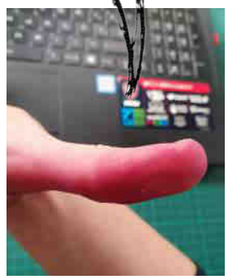
Tintar amb pintura

Tot s'ha tenyit menys els pantalons

Haurien d'haver quedat de manera similar

Continuen negres fins i tot les meves mans han estat liles tres dies

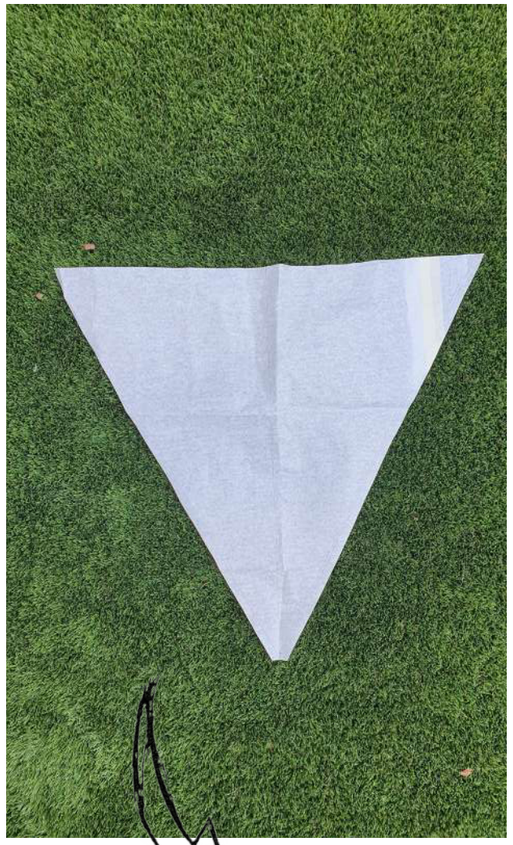




#Crisi

Patronar i cosir campanes

Tela seleccionada per les campanes

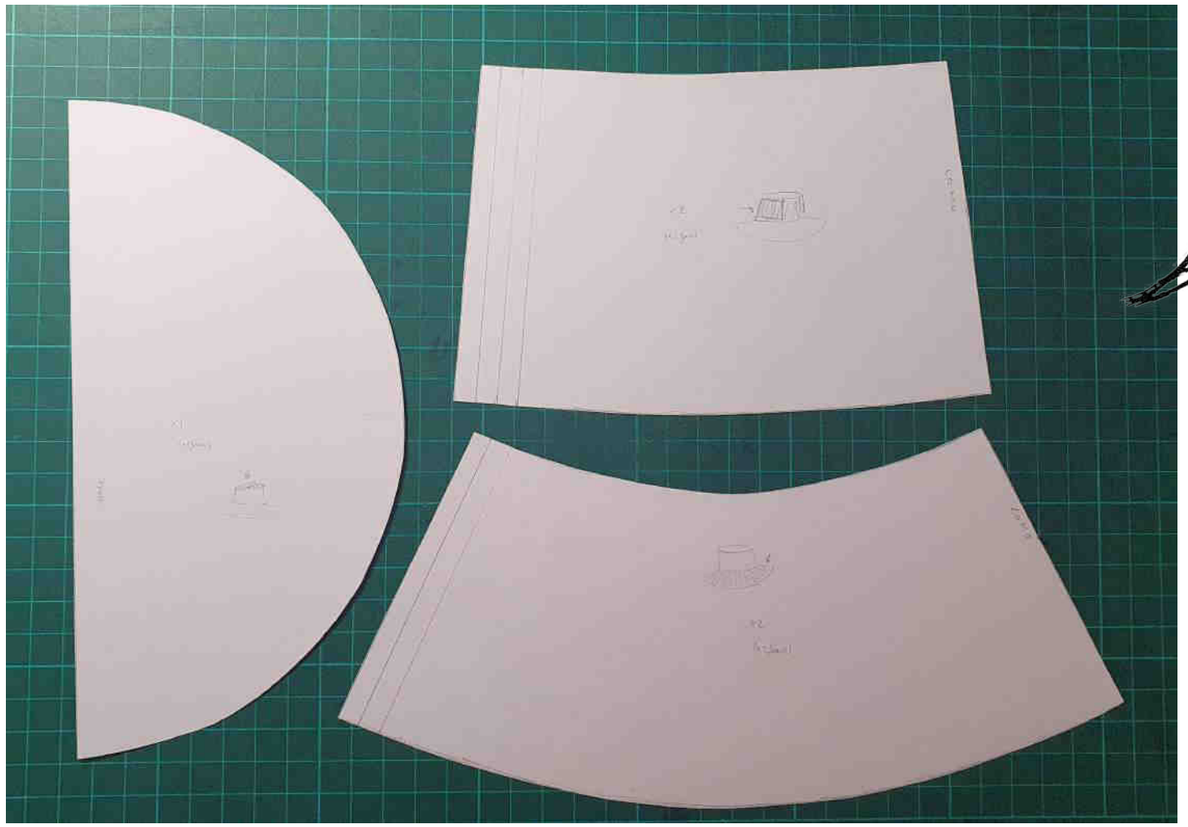


Patró

Fitting

#Crisi

Slashed Hat



Patrons

Fitting

Cosir l'exterior

Cosir el forro i pespunte exterior a 0,5 cm

#Crisi

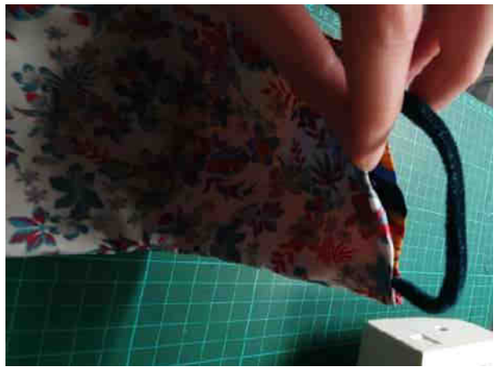
Mascareta

Interior

Exterior

Fitting

Definitiva



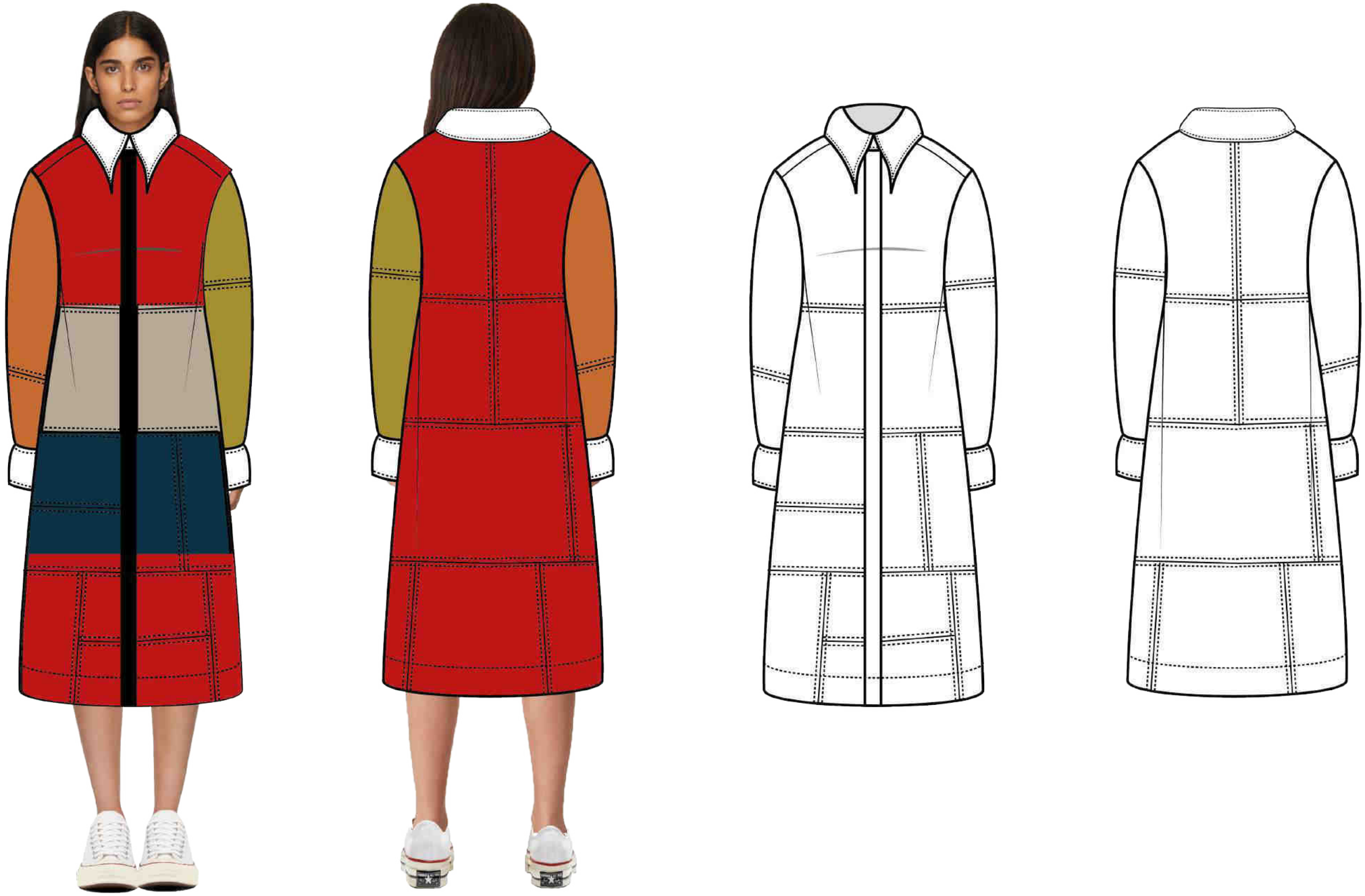
Obertura per col.locar filtres

#Crisi

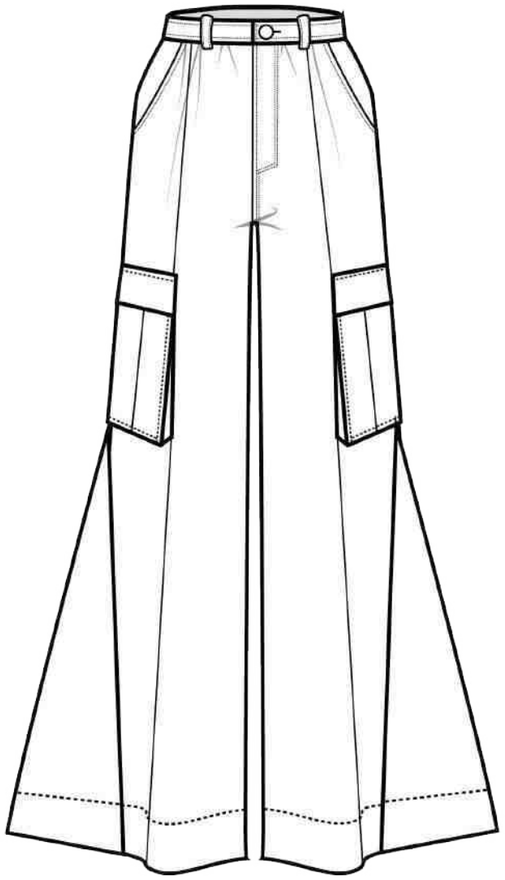
Line Up

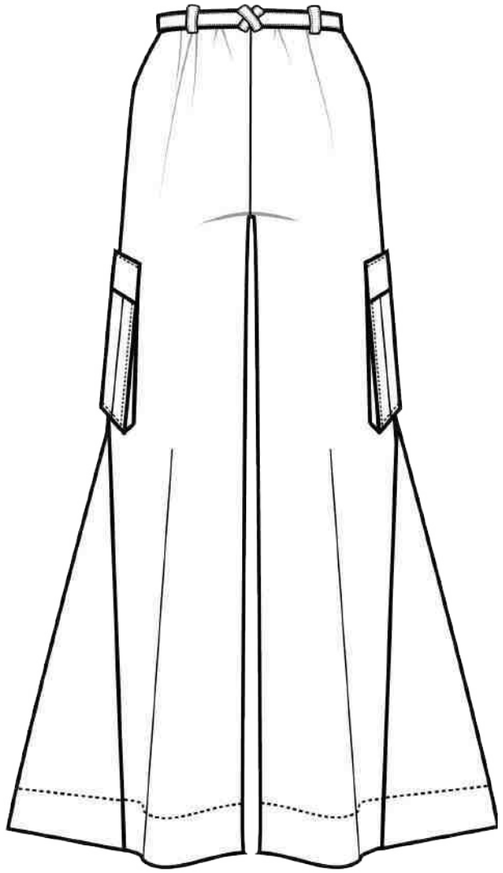
#Crisi

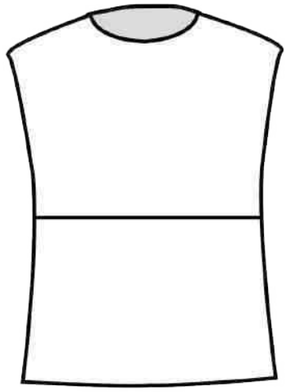
Ficticis i plànols

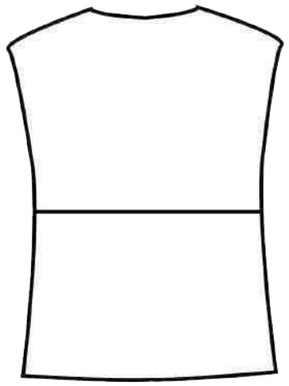


#Crisi

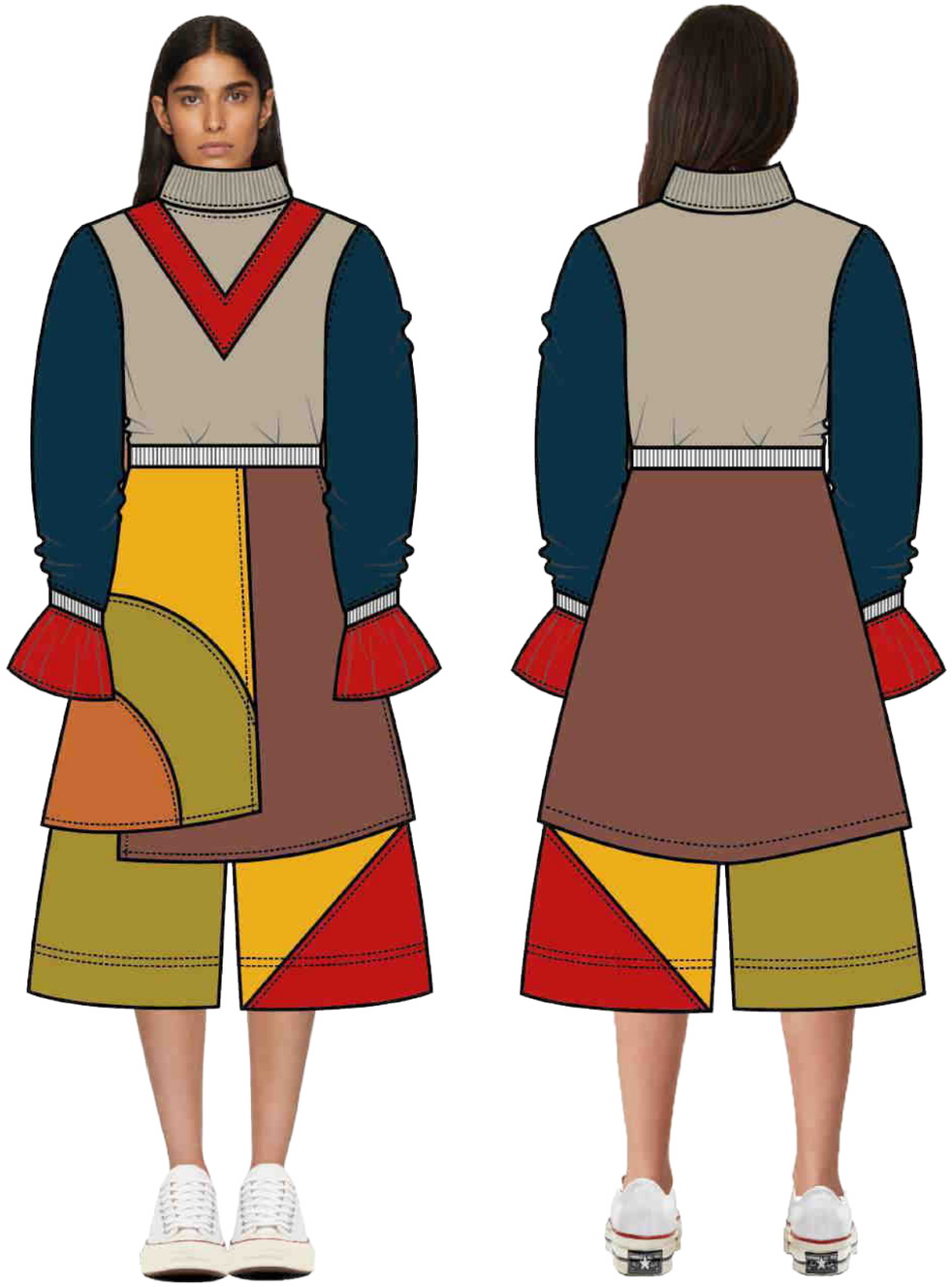


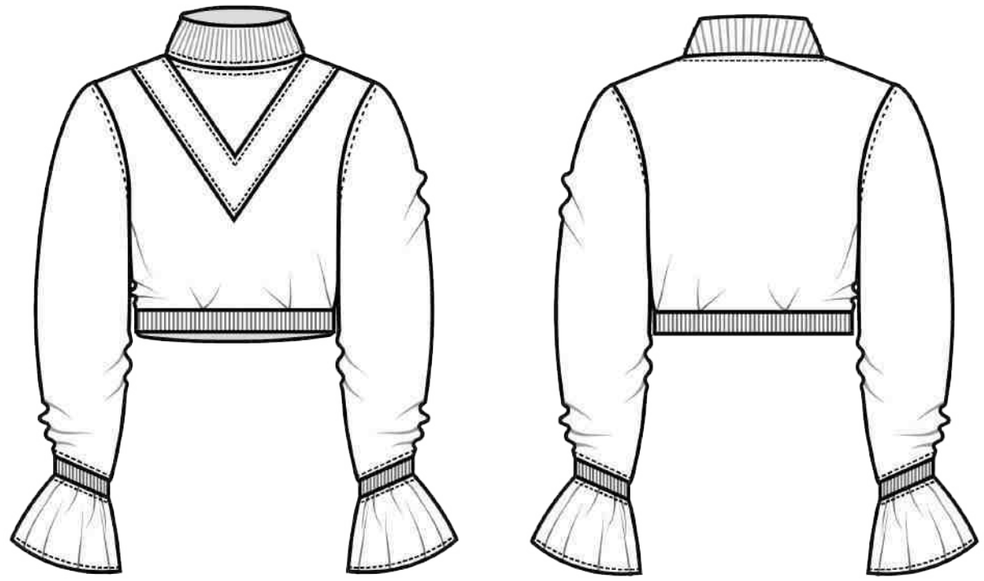


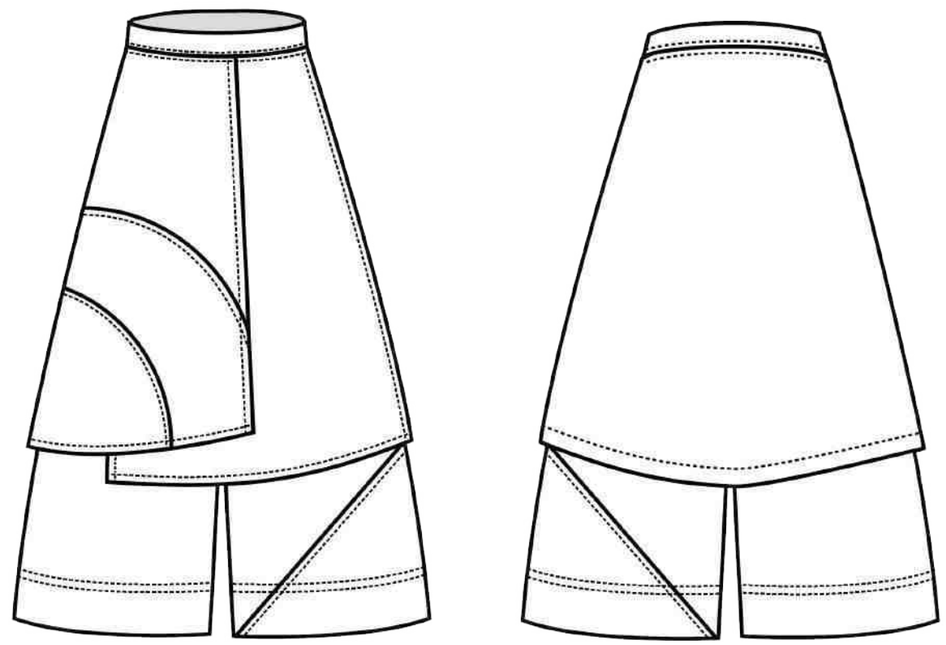




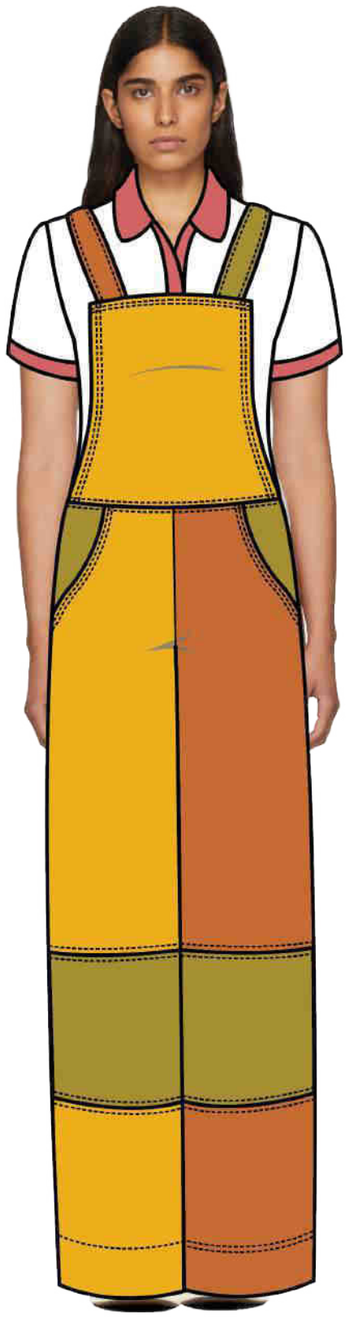
#Crisi

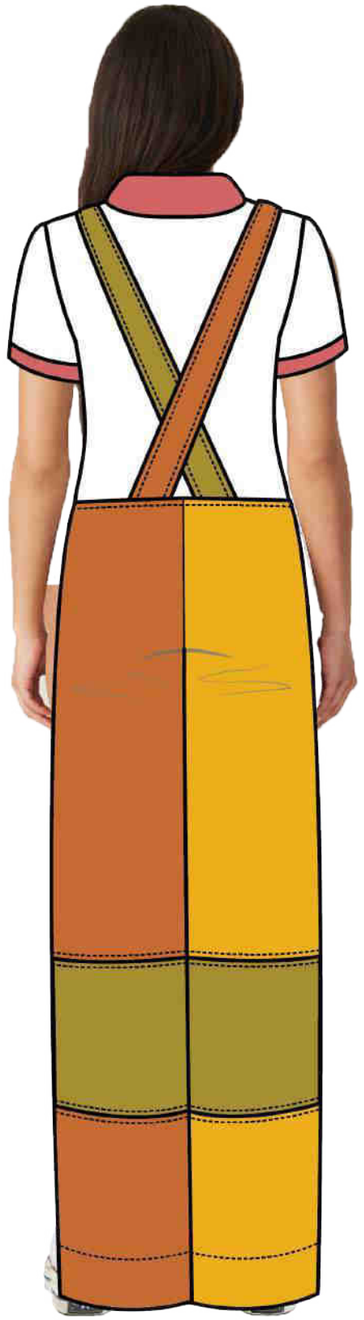


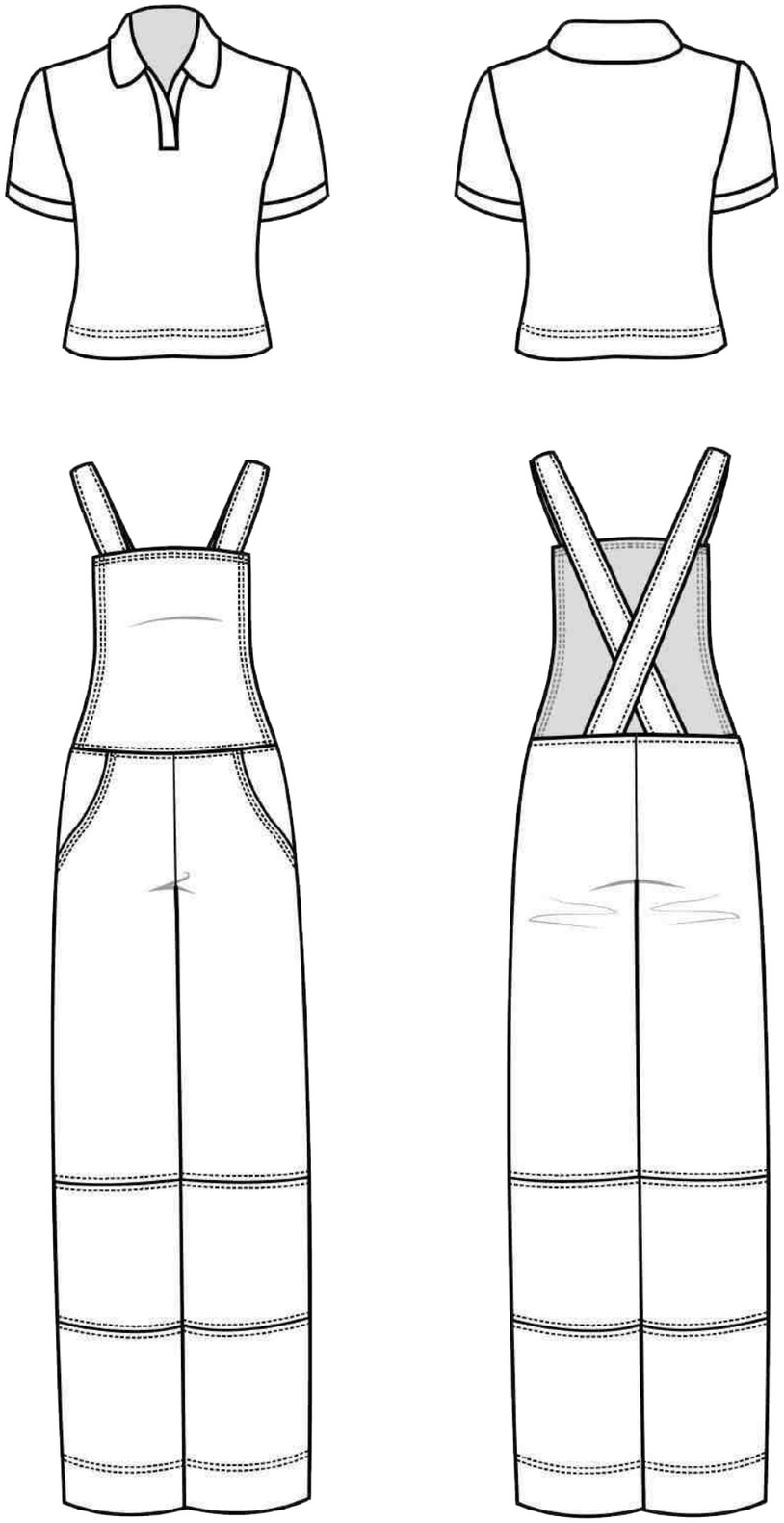




#Crisi

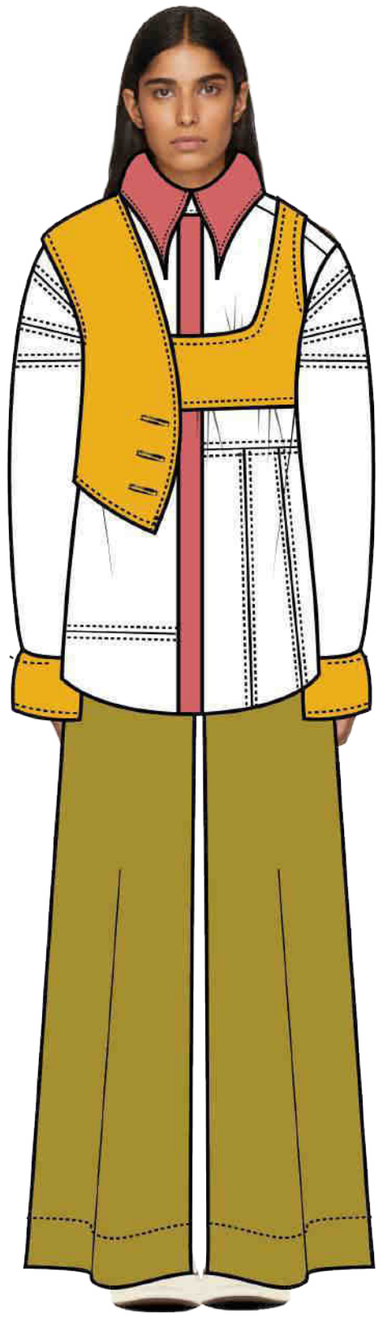


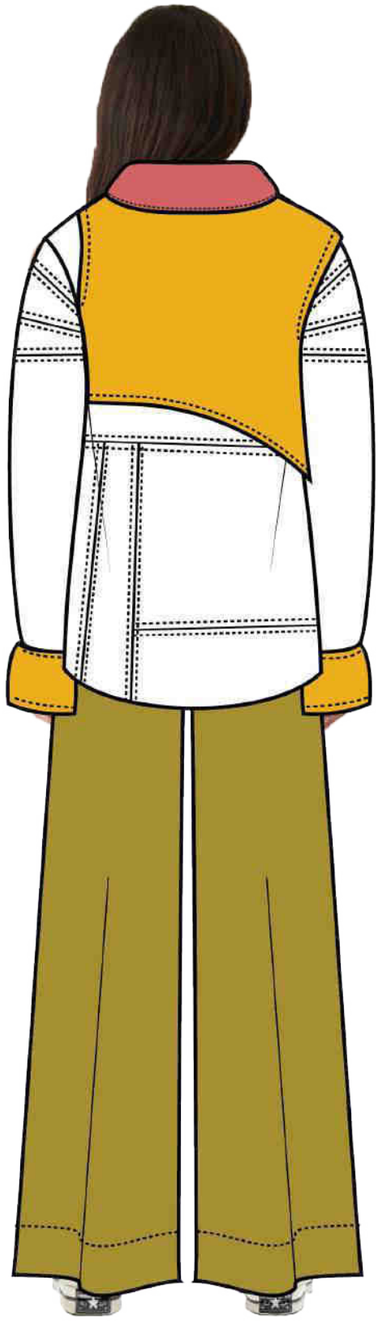


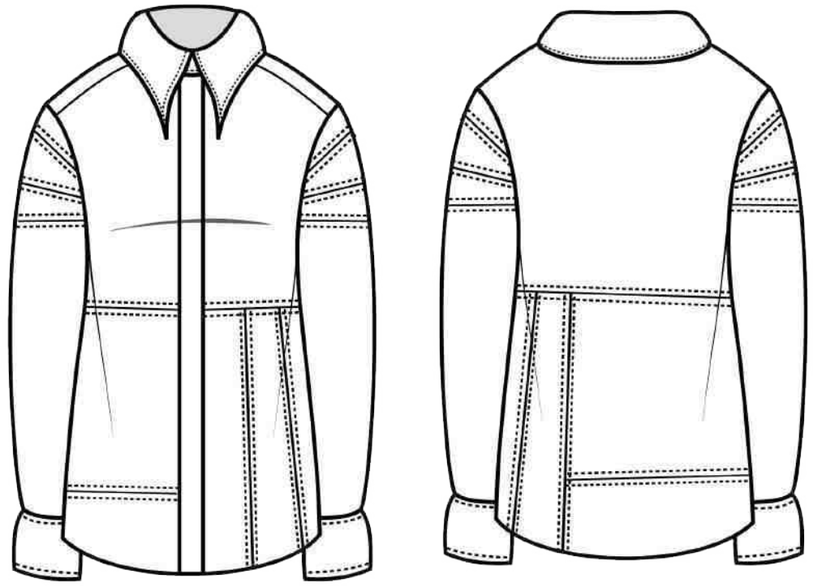


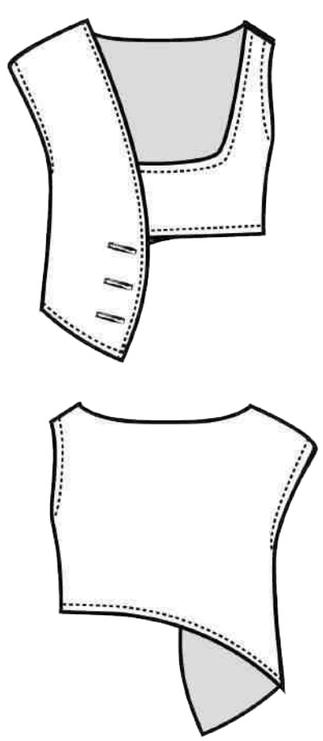
#Crisi

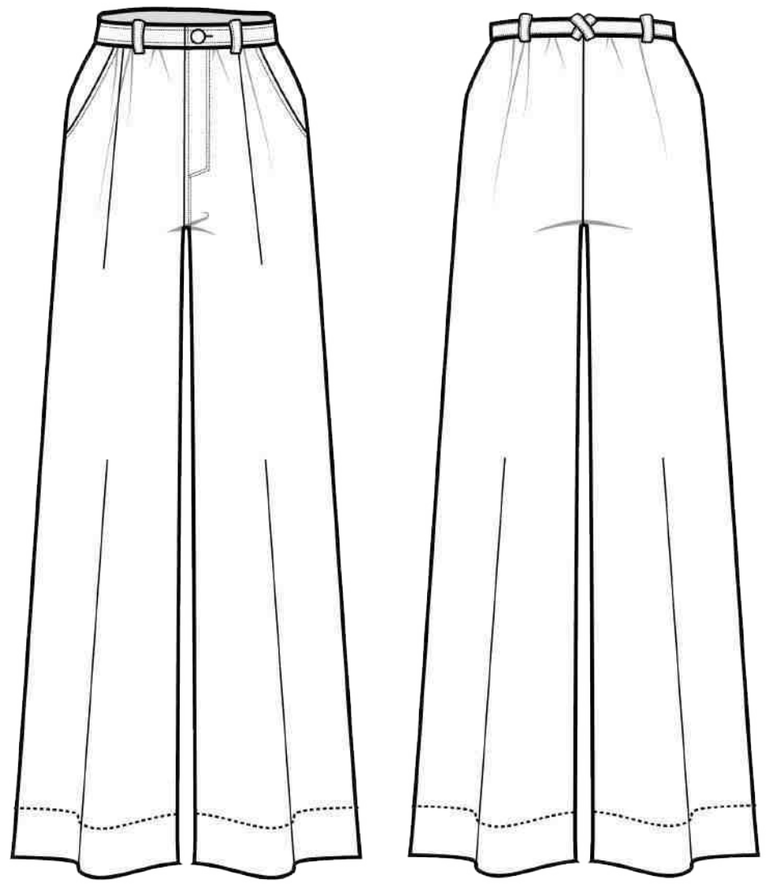
#Crisi







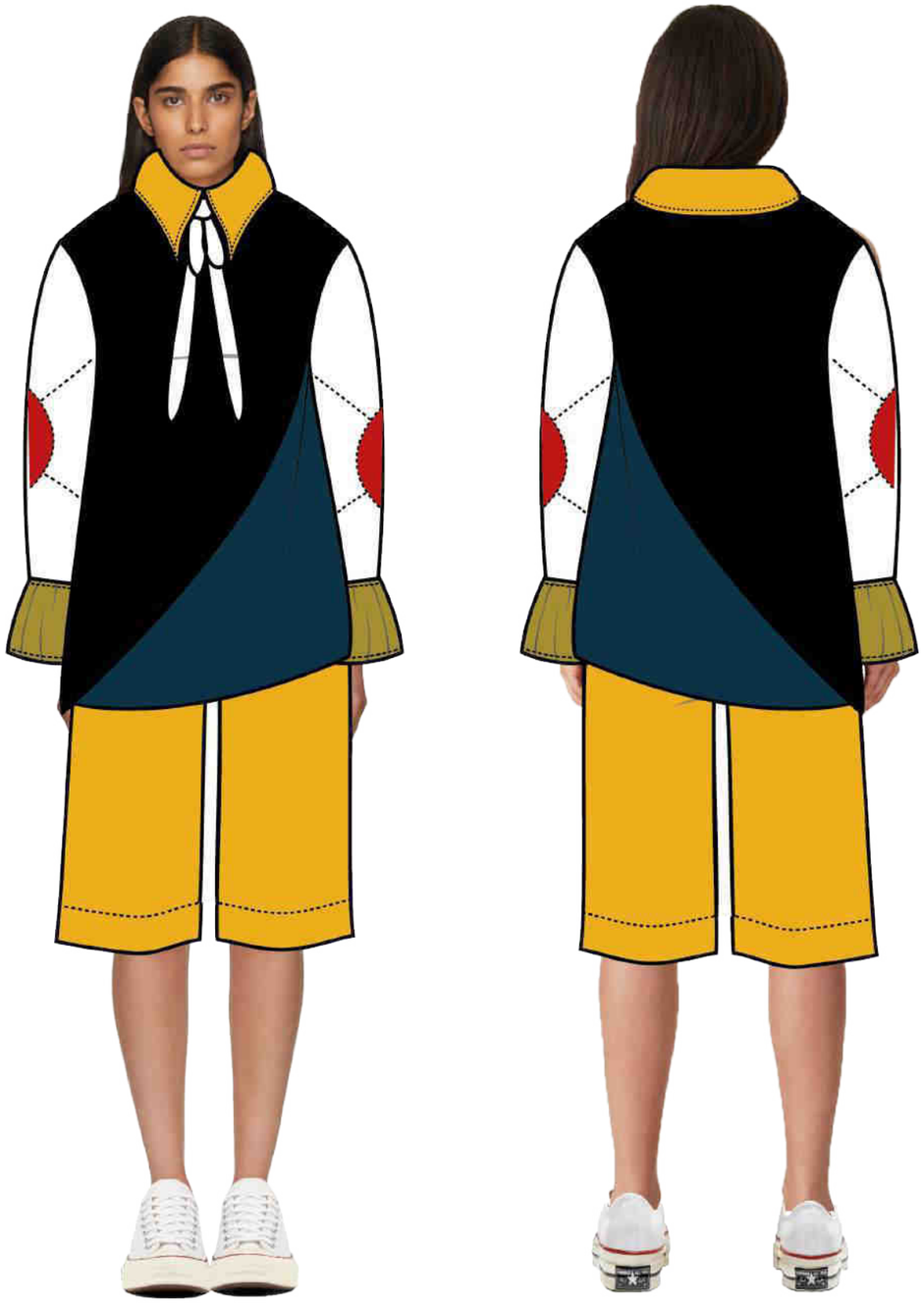


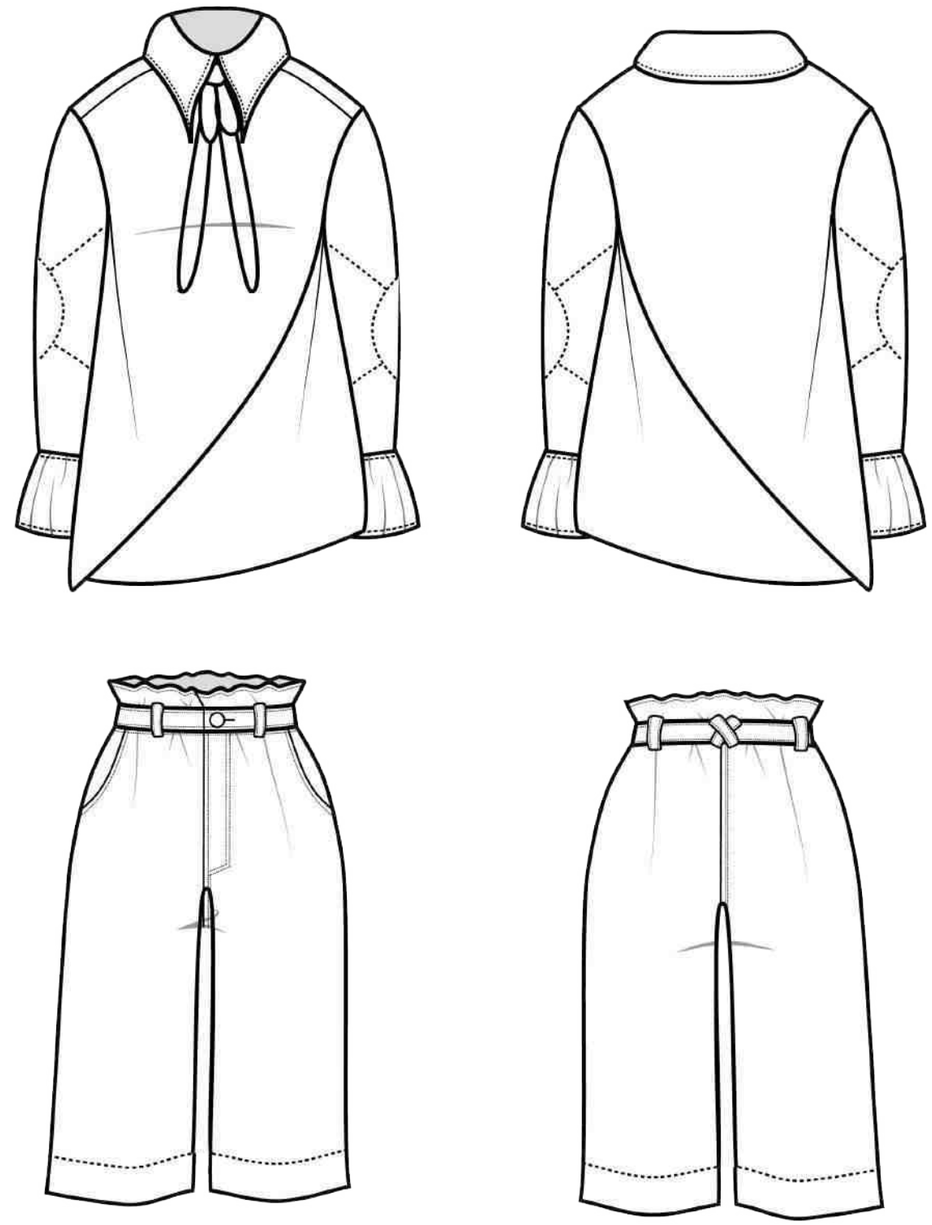


#Crisi

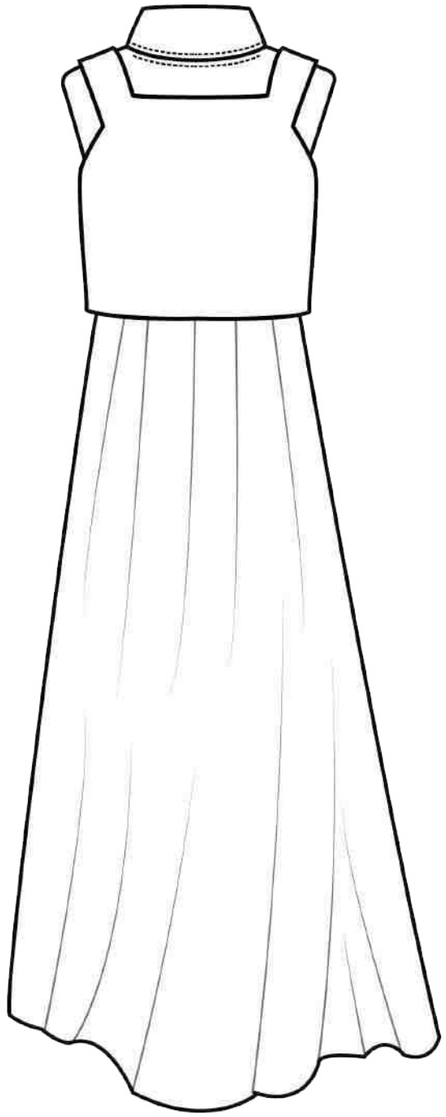
#Crisi

#Crisi





#Crisi



#Crisi

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Top

PATTERN: Pattern_01

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Top

PATTERN: Pattern_01

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

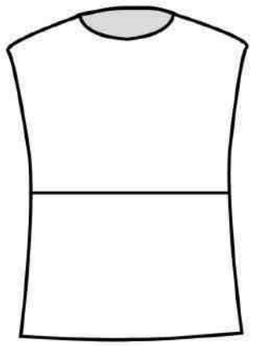
SERIES: Crisi

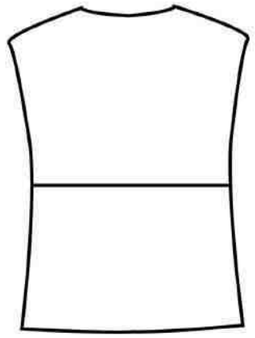
GENDER: Mujer

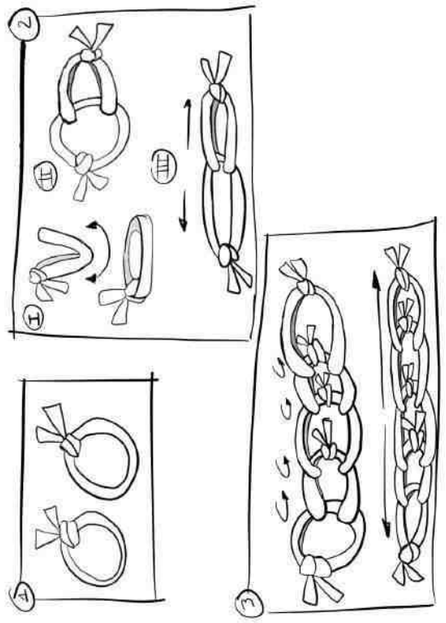
PLANO TÉCNICO:

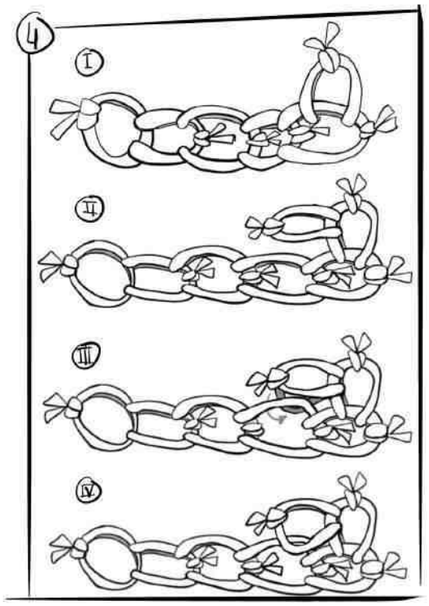
FRONT:

BACK:









#Crisi

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Top

PATTERN: Pattern_01

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer

MEDIDAS

CENTRO DELANTERO: 54 cm

CENTRO TRASERO: 59 cm

RECORRIDO SISA DELANTERO: 25 cm

RECORRIDO SISA TRASERA: 27 cm

LATERAL: 35 cm

RECORRIDO CUELLO: cm

HOMBRO: 16 cm

LARGO DE PRENDA: 60 cm

CONTORNO BAJO: 110 cm

CONTORNO PECHO: 104 cm

TEJIDO

SUPPLIER: Upcycled de prendas y telas sobrantes
REFERENCE: ----- PRICE: variado

COLOUR: gris, negro y verde

CONSUMPTION: 5 m

WASH FORMULAS: Lavado normal

COMPOSICION: Variada

SEASON: SS

DATE: 2020

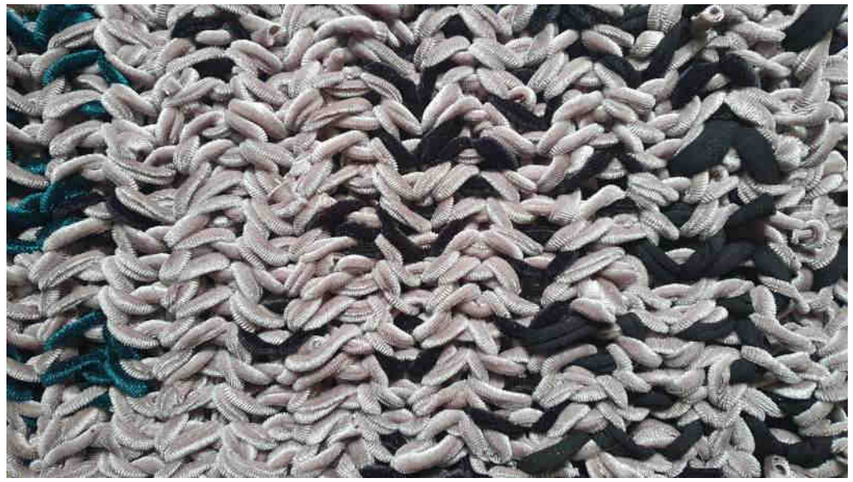
MODEL: Top

PATTERN: Pattern_01

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer



#Crisi

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Pantaló

PATTERN: Pattern_02

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Pantaló

PATTERN: Pattern_02

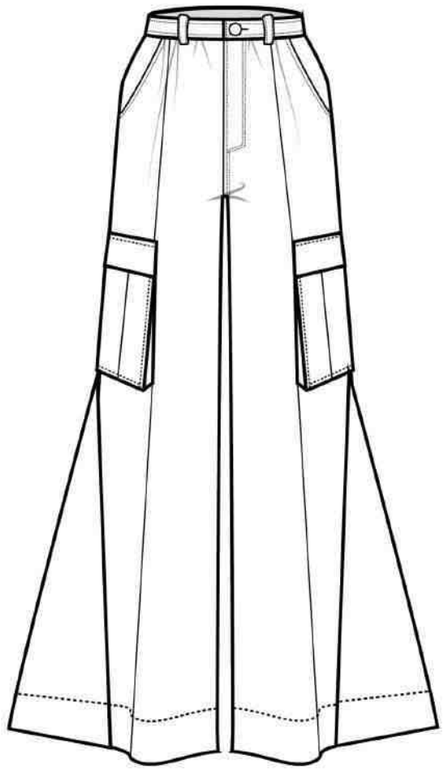
DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

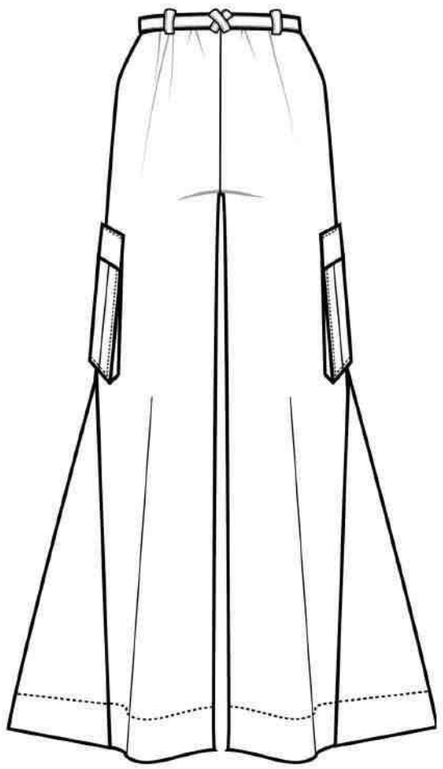
GENDER: Mujer

PLANO TÉCNICO:

FRONT:



BACK:



#LCrisi

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Pantaló

PATTERN: Pattern_02

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer

MEDIDAS

CONTORNO CINTURA: 80 cm

OBERTURA BOLSILLO FRANCÉS: 18 cm

LARGO SOLAPAS: 10 cm

ALTO CINTURILLA: 4,5 cm

CONTORNO CADERA: 100 cm

CONTORNO BAJO: 80 cm

BAJO: 5 cm

LARGO DE PRENDA: 95 cm

LARGO DE ENTREPIERNA: 78 cm

LARGO LATERAL: 100 cm

CONTORNO DE RODILLA: 40 cm

SOLAPA BOLSILLOS: 5 cm

LARGO BOLSILLOS PARCHE: 22 cm

ANCHO BOLSILLOS PARCHE: 15 cm

SEASON: SS

DATE: 2020

MODEL: Top

PATTERN: Pattern_01

DESIGNER: GLÒRIA IBARS

SERIES: Crisi

GENDER: Mujer

TEJIDO 1

SUPPLIER: Sastrería Mollet

REFERENCE: PRICE: 9€ / m

COLOUR: negro; textura sarga

CONSUMPTION: 1 pieza

WASH FORMULAS: Lavado normal

COMPOSICIÓN: 50% Algodón; 50% Poliester

TEJIDO 2

SUPPLIER: Julián López

REFERENCE: chgift PRICE: 0€.

COLOUR: Multicolor

CONSUMPTION: 0,5 m

WASH FORMULAS: Lavado normal

BOTONES

SUPPLIER: Encantes

REFERENCE: PRICE: 1€ / 6 u.

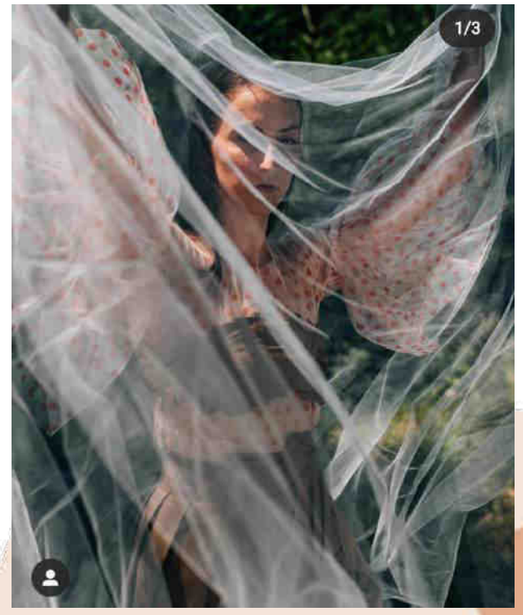
COLOUR: Negro

AMOUNT: 6 SIZE: M

DETAILS AND FINISHES

Overlock: 3 hilos
Plana: 1 hilo
Pespuntes al filo.

Moodboard editorial



Recursos i efectes

(en funció de com vagi la deses-calada i si puc accedir a ajuda)

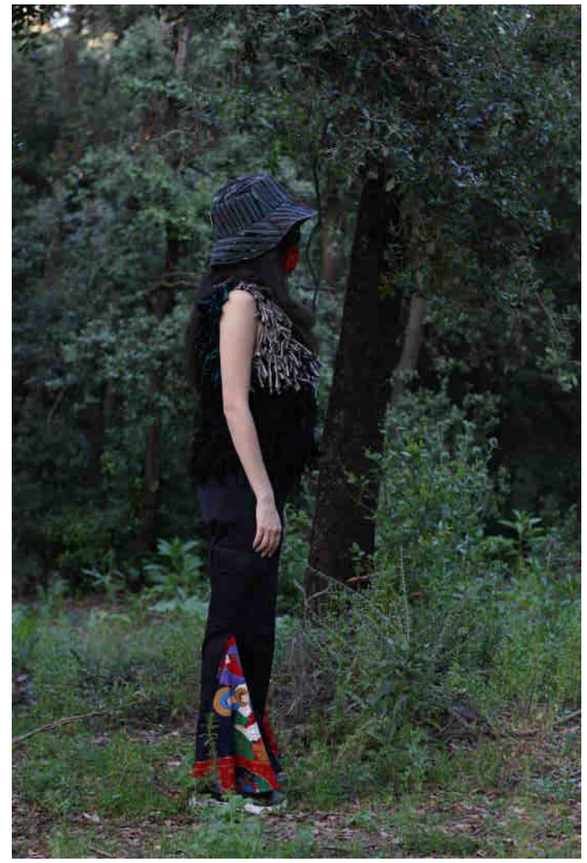
Àmbit domèstic
llençol o tela

Exterior natura

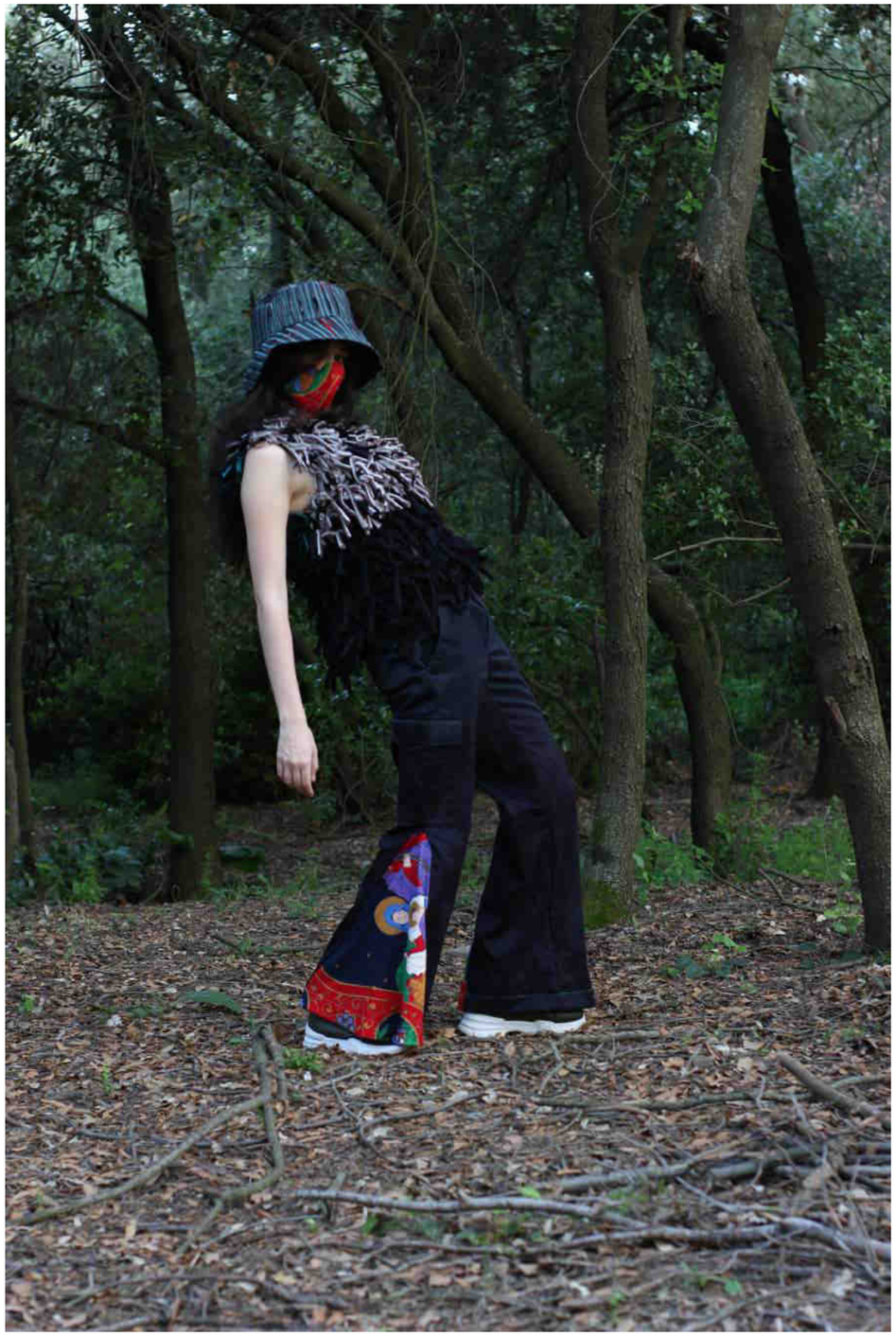
Fons neutre

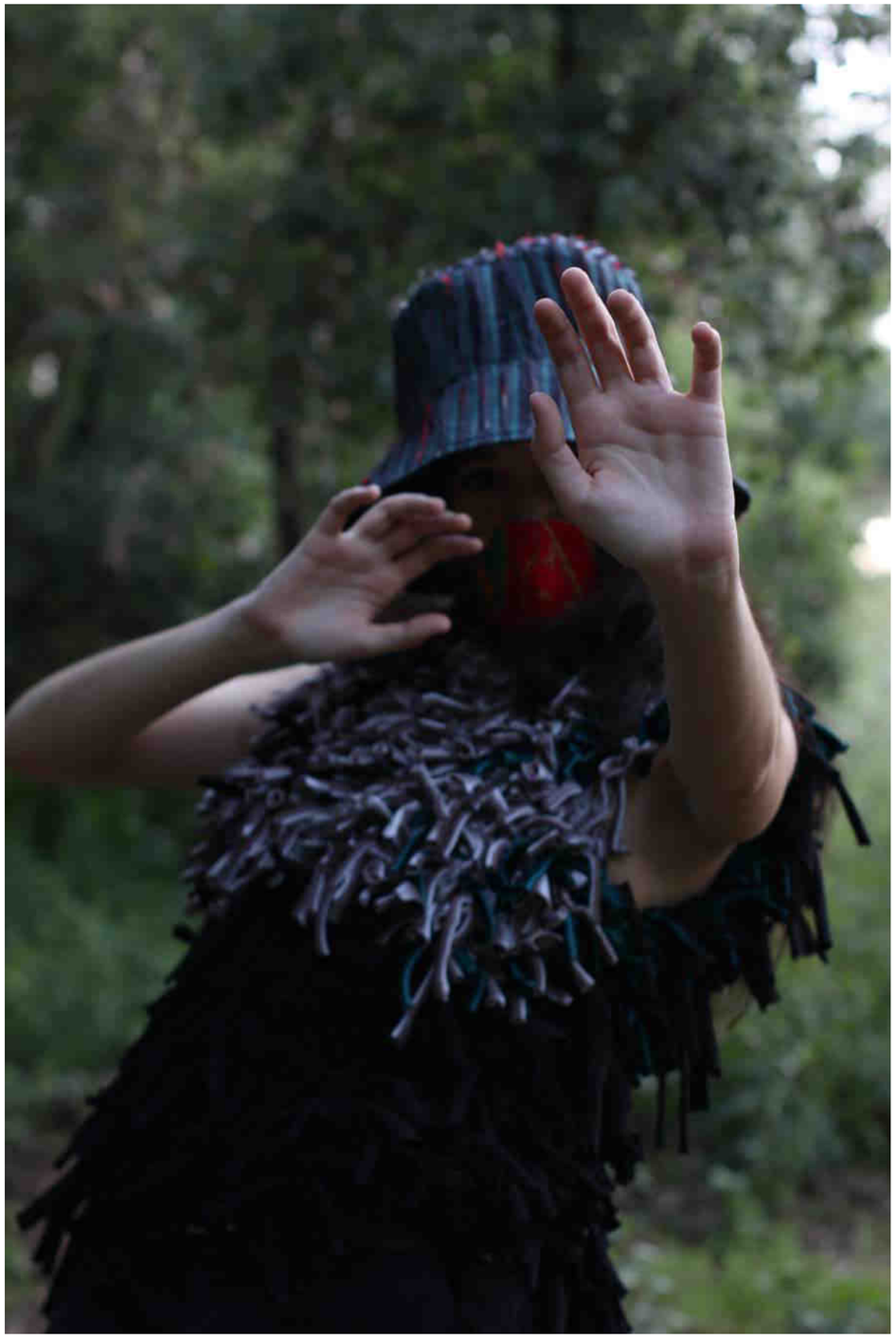
#Crisi

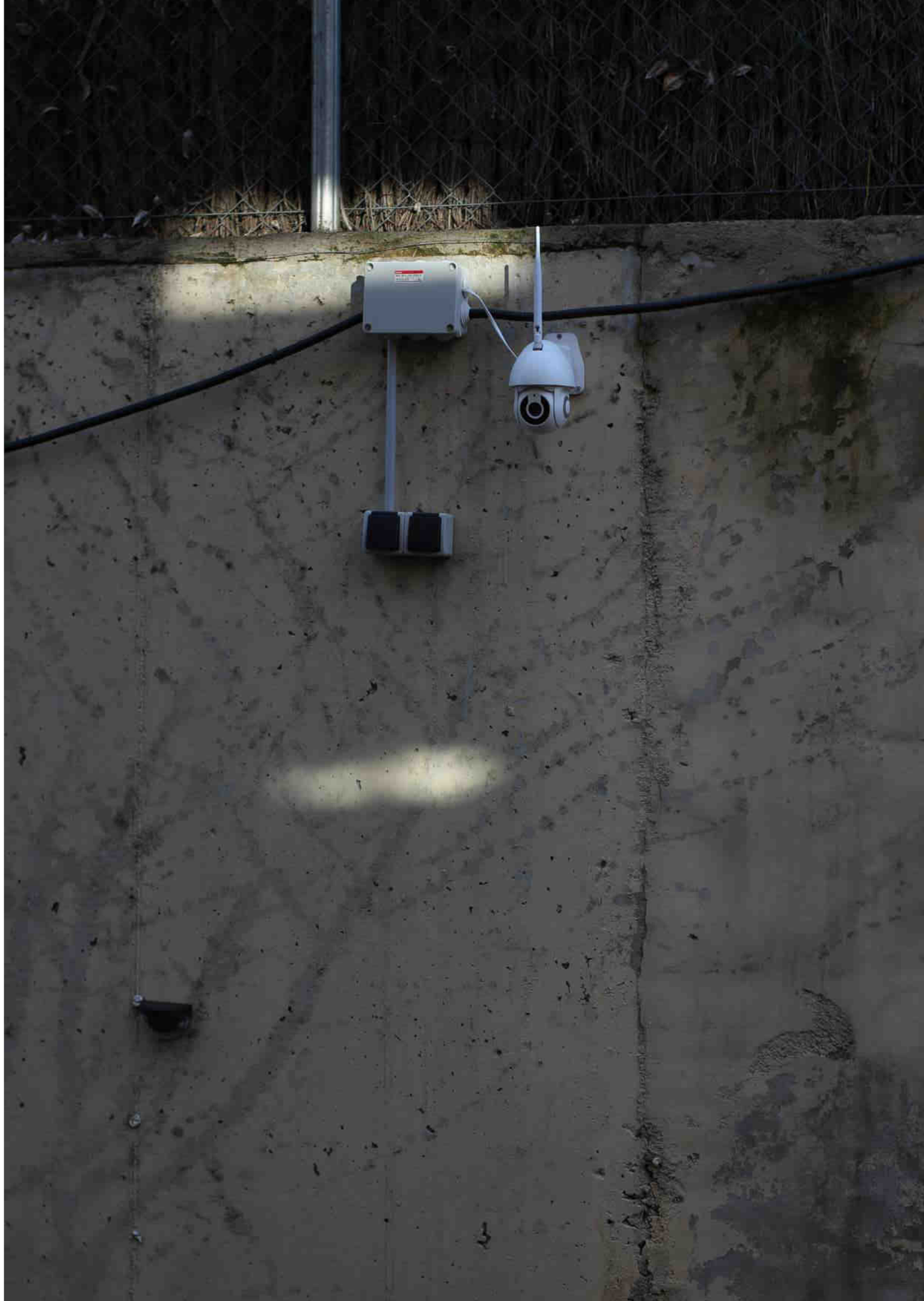
Lookbook

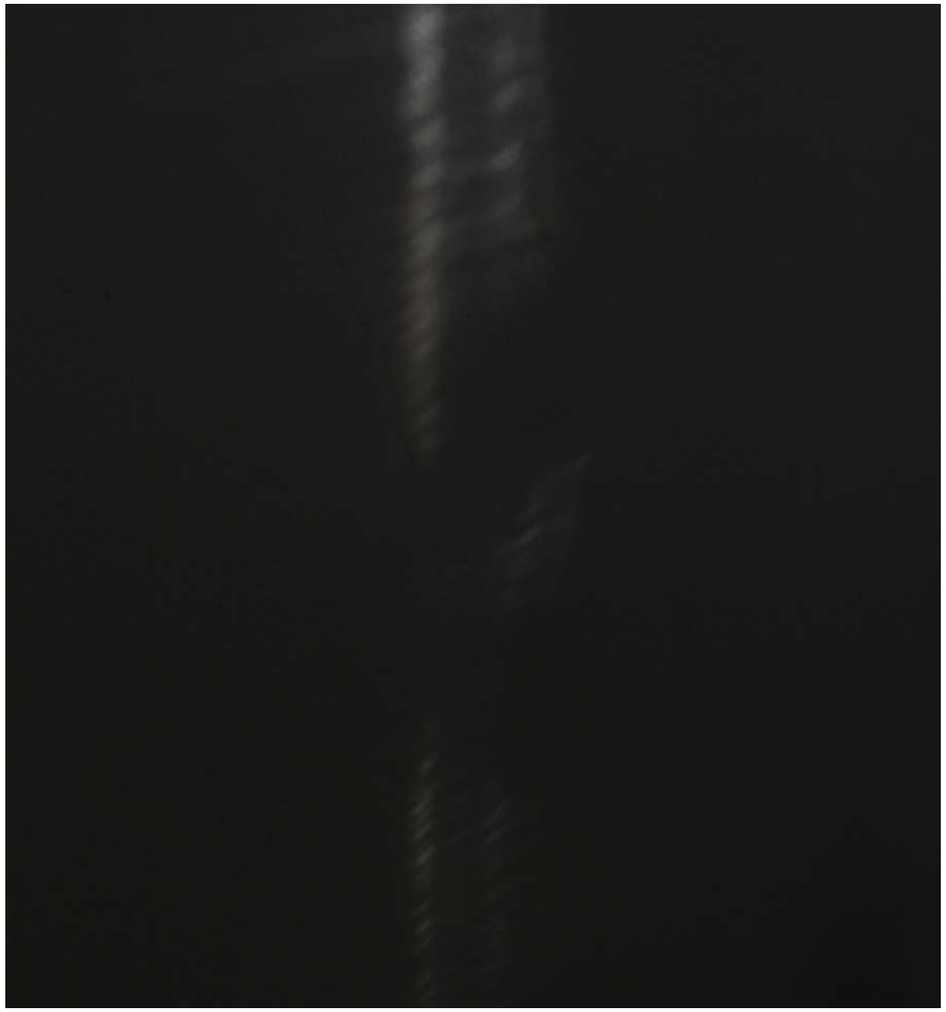


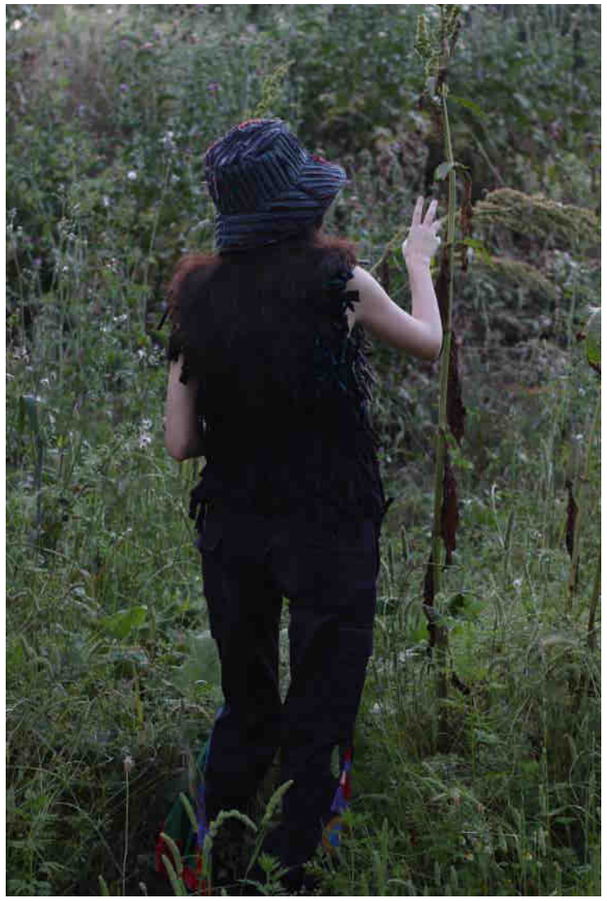
#Crisi

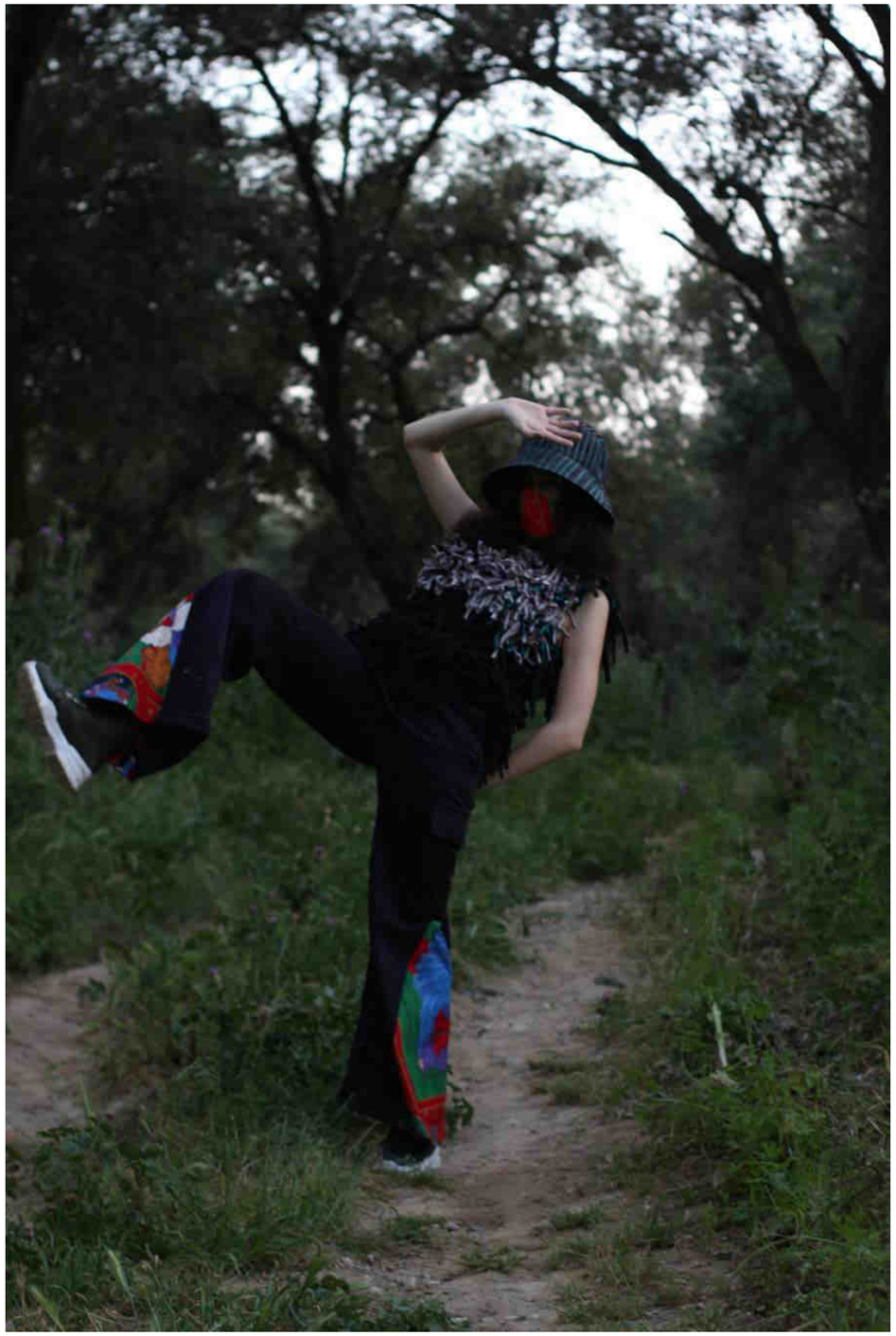












Quarantine photoshoot *Crisis*

Model and Make up: Leni Ruiz
Design and photography: Glòria Ibars