



Converses amb Anna Royo Vila

INDUMENTÀRIA
DISSENY, ESTILISME I MODA

EXPERTA EN DISSENY I PRODUCCIÓ D'INDUMENTÀRIA
PER A INFANTS I ADULTS



ÍNDEX

Presentació	5
Importància del coneixement en el terreny de la indumentària. Com l'Anna s'hi va iniciar.....	7
Estudis i una tesi original de la meva entrevistada.....	9
Bons estudis a Itàlia.....	11
Fotografies de vestits que va fer per la tesi	12
Al llarg dels seus temps laborals	14
Un currículum laboral amb objectius clars: Especialitzar-se	16
Necessitat de viure experiències reals	17
La importància dels models	18
Ha prevalgut la seva inquietud i el fet de ser decidida	19
Els seus dissenys per la Celler de Ter	20
Ocupació laboral actual. Direcció de producció de roba per a nadons i infantil	21
L'empresa actual.....	22
Vendre a tot el món. Comentaris de <i>màrketing</i>	23
Curiositats sobre els processos de disseny i de producció i venda	25
Per millorar les botigues de roba infantil	26
Sobre normatives de països	27
La competència	28
Comentaris diversos sobre el món de la seva professió de dissenyadora i de la producció	29
Planificació dels viatges. Molta feina i sorpreses	31
Reflexions finals	33



Anna Royo i Vila

Fotografies: **Anna Royo i Vila**

Explicacions: **Anna Royo i Vila**

Entrevistes, transcripcions, comentaris i coordinació: **Pere Masó i Panella**

La Cellera de Ter, febrer 2019

PRESENTACIÓ

Quan vaig començar a difondre l'opuscle, recull d'entrevistes titulat, «Professionals creatives d'indumentària i brodats de la Celler de Ter i de Sant Julià del Llor-Exposició de vestits de nuvis i indumentària», promoguda per Carmen Palma, hi va haver persones que al llegir-lo em van dir que hi faltava el currículum de la nascuda a La Celler de Ter en l'any 1974 Anna Royo. Tenien raó. En assabentar-me de la vàlua de l'Anna vaig voler compensar l'equivocació. Li vaig oferir la possibilitat de realitzar-li entrevistes per publicar sobre la seva vida professional. Així, doncs, vam quedar que faríem una publicació conjunta.

A més de fer-li la proposta –que tan amablement va acceptar– li vaig dir: «Malauradament en el nostre poble de La Celler no es tenen coneixements precisos de persones com tu, que amb èxit, han desenvolupat una àmplia trajectòria d'estudis, de treball i de relacions estrangeres» Aquest mèrit cal donar-lo a conèixer. Vaig afegir: la publicació de les entrevistes i converses que podem tenir, serviran per ajudar moltes lectores i lectors. Es podran conscienciar més de la importància que té el fet de tenir experiències laborals i d'estudi de temes nous i de futur amb qualificats professionals d'altres països. També servirà per a motivar i que hom tingui ganes de voler aconseguir uns ideals més alts de professionalitat en aquells àmbits que hom consideri convenients.

L'Anna, amb el seu pensar raonat que la caracteritza, va manifestar la seva plena conformitat a tot el que jo acabava de proposar i de dir. Tots dos pensàvem que amb els coneixements complementaris que tenim en sortiria una obra prou interessant. Segur que per molts així ha estat. Per mi segur que sí.

Pere Masó i Panella

IMPORTÀNCIA DEL CONEIXEMENT EN EL TERRENY DE LA INDUMENTÀRIA. COM L'ANNA S'HI VA INICIAR.

No és cap judici tendenciós de creure que sentir-se amb la imatge que es vol donar "ara" és per a la persona humana una primera necessitat. La sensació no va pas inventar-la cap comerciant astut. Tampoc cap promotor comercial. Van ser pensadors els qui van posar més èmfasi en la finalitat d'intentar definir la importància dels induments escaients i les sensacions que produeixen. El sociòleg Spencer deia: *"Anar ben vestit atorga una pau que ni la religió pot donar."* Exagerat? Pot ser, però significatiu. També és útil d'afegir-hi, en aquests casos, la sentència de Nietzsche que afirmava:

«Les fèmines no es cansen de demanar-se i respondre's elles mateixes l'interrogant: a qui dec la meva felicitat? A Déu i a la meva modista...?»

...Pensar que, en els moments que la dona, després de segles de subjugació, comença a sentir-se lliure, voldrà deixar de manifestar-ho a través de la seva indumentària, és quasi tant com demanar-li a una persona a qui li acaba de tocar la loteria que faci cara de trista.

Per indumentària infantil ja l'any 1973 ens deia: *«Los adultos, con frecuencia, van demasiado lejos en las prerrogativas que se atribuyen al nacer el niño. Casi por inercia consideran que podrán seguir poniéndole, a través de toda la infancia, lo que les dé la gana. No tienen en cuenta el criterio del muchacho o de la muchacha ni las sensaciones que van descubriendo en el vestido. También los niños se miran al espejo y se preocupan de componer mejor su imagen, de acuerdo con sus deseos íntimos y en consonancia con sus ídolos...»*

Enmig d'unes temàtiques –que com llegim són tan importants– al poble de La Celler de Ter s'ha donat el cas de sorgir una professional que les coneix àmpliament. És el de l'Anna Royo que té un currículum de gran nivell pels temps actuals. Veiem què ens explica la mateixa Anna:

«Des de molt petita m'ha agradat molt dibuixar i especialment dibuixar vestits. Recordo que en els meus primers anys feia vestits per les meves *Barbies* i em feia conjunts de vestuaris amb llençols o tovalloles de casa. En anar passant els anys aquesta passió es va anar fent més evident, fins al punt que els meus pares em van portar a estudiar a Barcelona a una escola de disseny. Allà vaig aprendre qüestions sobre els teixits, d'història, de colors, de filatures,.... de màrqueting... i més... coneixements que em van obrir els ulls i van fer que aquest món m'apassionés. Ja en temps d'estudiant i tenint nocions de patronatge vaig començar a fer-me vestidets, disfresses... Va ser sempre amb l'ajuda de la meva àvia. Sense ella no hauria après a cosir.»

(1) La meva primera feina va ser gràcies a un professor que deuria captar el meu talent i la meva manera de ser. Ell em va ajudar a fer el meu CV. També em va aconsellar i donar un llistat d'empreses a les quals podria anar a trucar la porta. Com que era l'única estudiant de la província de Girona, em va donar llistats d'empreses d'aquesta zona.

ESTUDIS I UNA TESI ORIGINAL DE LA MEVA ENTREVISTADA

L'Anna té estudis de l'escola d'Arts i Tècniques de la moda (Escola de Disseny) de Barcelona del període de 1992-96. Entre altres matèries hi va estudiar disseny, història de l'art, màrqueting, dibuix, història de la indumentària, disseny i patronatge per ordinador. Totes les matèries estaven relacionades amb el disseny. L'últim any d'aquests estudis va ser ocupat amb una feina remunerada de tres dies a la setmana. La resta dels dies eren per fer la seva tesi i assistir a classes a Barcelona. Tota aquesta activitat va donar-se en un context d'una escola elitista. En aquesta, segons la procedència de l'alumne, donaven més o menys facilitats per tal d'obtenir un bon suport pedagògic o desenvolupar pràctiques a les empreses tèxtils més importants de la província de Barcelona. A ella –donada la seva procedència– el professorat mai li va oferir fer pràctiques. Per això un professor amb un bon nivell de responsabilitat pedagògica i que tenia en compte la seva vàlua, la va ajudar a trobar per ella mateixa una empresa on hi pogués treballar. Tot i que no va poder fer-ho en empreses de més anomenada i de més prestigi, segons ella, aquesta ocupació tampoc li va anar tan malament. Amb més o menys dificultats hi va anar aprofitant el temps. Així va obtenir la titulació corresponent i va mantenir les ganes de continuar estudiant.

Considero molt just fer una referència especial a l'esmentada tesi. La seva àmplia visió de novetats i voluntat d'aprofundiment formatiu, que va tenir la seva autora per fer-la, dona per això. Aquesta va consistir en fer un estudi per la realització de vestits de festa nocturna aplicant idees de l'esport del parapent (o ala de pendent). La seva afició per aquest esport, per recrear-se en la realització de la tesi i dels conjunts físics de la indumentària de nit, va donar per fer-la bé. Quan m'explicava tot això –era de manera molt viscuda– em comentava com el parapent té línia esportiva i els seus colors són brillants i vistosos. Ella ho tenia en compte igual com les qualitats de les cordes (suspensions), mosquetons, costelles, calaixos d'aire... Creia que

el fet de valorar-ho i conèixer-ho bé, li serviria molt per tal d'innovar en la confecció i disseny dels vestits de nit. No cal dir que solament pensava en el parapent. Es va servir molt de la història de la indumentària i de la dels homes voladors –en especial Leonardo de Vinci– i de l'aviació.

(2) Quan va proposar el tema d'aquesta futura tesi al professorat de l'escola va comprovar com una part d'aquest no el considerava adient. Semblava que predominava la idea que les tesi havien de ser de temes menys ambiciosos. Tot i essent ambiciosa l'Anna la va fer. No solament va ser per escrit sinó bo i realitzant un vestuari que es mostra en les properes pàgines.

BONS ESTUDIS A ITÀLIA

En acabar la tesi va anar a estudiar matèries de disseny, un mes –va ser d’aprenentatge molt intensiu– a “La Domus” (Itàlia). Va ser durant el juliol del 2001. En aquesta escola es procurava que tots els estudiants, sense diferències, tinguessin el millor suport per transcendir. A l’estudiant que realment volia aconseguir el millor talent se li donaven tota mena de possibilitats. En termes col·loquials: no se li tallaven les ales com en altres llocs. Tot amb un avantatge, la majoria del professorat tenia una bona qualificació professional i vocació per tal d’aprofundir en la seva especialitat. Molts d’ells tenien un bon grau d’actualització perquè participaven en congressos i havien publicat escrits de nivell. Un fet que hauria de donar-se en una gran majoria dels professors d’arreu.

FOTOGRAFIES DE VESTITS QUE VA FER PER LA TESI:



Vestit blau fet amb accessoris de parapent: suspensions i mosquetons, línia del vestit, simulació dels calaixos de l'ala del parapent.



Vestit verd: esquena creuada simulant el creuament de les suspensions i amb la forma (ovalada) de la vela.



Vestit taronja: també simulació de la forma de la vela, simulació de calaixos a les mànigues i utilització com accessoris, suspensions i mosquetons.



Jaqueta verda: simulació de la bossa on guardar la vela... aquesta jaqueta té una obertura on a dintre s'hi pot guardar un «bolso» i dins s'hi guarda la mateixa jaqueta.

AL LLARG DELS SEUS TEMPS LABORALS

Vestits negre/verd, vermell seda xinesa, negre-daurat: vestits creats a partir dels teixits i colors, cada un és d'una època diferent i ha estat creat per ocasions diferents... els colors, la textura del teixit i els colors són els que em van donar la inspiració, més tendències del moment (sempre un any per avançat), la major part del temps, quan veia el teixit em ve al cap una forma a la que, en anar-la treballant, em porta al vestit final.





UN CURRÍCULUM LABORAL AMB OBJECTIUS CLARS: ESPECIALITZAR-SE.

El seu currículum laboral és: Un temps en una empresa de Santa Coloma de Farners on va aprendre molt. Va ser a la mateixa empresa que la van reclamar per fer dedicació setmanal on anteriorment ja hi treballava tres dies a la setmana cobrant com a dissenyadora. Després va estar uns mesos a INDITEX on va trobar a faltar el fet de poder ser creativa. Per això va demanar finalitzar-hi la seva ocupació laboral.

Al plegar d'aquesta empresa va decidir marxar a l'estranger per aprendre l'anglès, que segons ella, el tenia molt abandonat. Havia vist clarament que el necessitaria i per això va anar als Estats Units. Primer a Texas i després a New York. A Texas en va aprendre molt i a New York –tot practicant-lo– va poder estudiar a la Universitat FIT (*Fashion Institute of Technology*). Acabada l'estada en aquest país va anar a Itàlia a la ja esmentada Domus. A la tornada a la seva terra va donar classes de disseny i Història de l'Art en una escola de Girona fins que buscant oferiments de treball fora de Catalunya i Espanya, va trobar l'oportunitat d'anar a Mèxic. Hi va anar amb la idea de col·laborar professionalment en diferents empreses a fi i efecte de conèixer i practicar diferents àrees del disseny. En les últimes ho va fer com a cap de departament. Va ser un repte per a ella donat que mai havia tingut un equip sota la seva responsabilitat. El final d'aquesta estada sud-americana va ser a la mateixa ciutat de Mèxic; havia de ser per un any però en realitat es va convertir en aproximadament quatre anys.

NECESSITAT DE VIURE EXPERIÈNCIES REALS

Parlant ella i jo d'estudis i pràctiques vam dedicar un temps a recordar com en certs països estrangers els estudiants, als 18 anys, fan visites a les empreses per tal de conèixer com estan organitzades i com treballen. En alguns casos els estudiants fan estades d'un a tres mesos en empreses posseïdores de bons suports formatius per als aprenents. En aquestes, en acabar el període de l'estada, l'alumne n'ha de fer un informe. Es constata que amb aquestes estades normalment s'adquireixen idees molt clares sobre què es poden trobar en els inicis del seu primer contracte laboral. L'Anna puntualitza que en aquests casos, la programació i la didàctica és molt diferent del que nosaltres coneixem com a contractes en pràctiques.

També vam estar comentant com, en els temps d'estudiant, s'hauria de tenir molt més temps dedicat a adquirir més habilitats útils per a la vida laboral. Per l'Anna no hi ha més manera d'adquirir-les que vivint experiències reals. Segons ella, el fet de trobar-se en moltes situacions desconegudes, com la d'haver d'anar d'avui per demà i per primera vegada, a la Xina a portar els mostraris per poder-los desenvolupar allà és el que fa que aprenem. Oimés si es té la responsabilitat que els clients quedin satisfets i que en tota l'estada s'han de prendre decisions i negociar, tot improvisant i amb poc temps.

LA IMPORTÀNCIA DELS MODELS

Per adreçar-se a si mateix personal i professionalment cal anar-se creant un model de desenvolupament. Sempre tenint present els models d'altres persones, els fets diversos i ben exemplars de nivells superiors als que hom té. L'Anna sempre ho ha tingut en compte i explicava: els dissenyadors que més m'agradaven eren: Jean Paul Gaultier, Vivienne Westwood, Gianni Versace, Paul Smith..... Mirava totes les seves desfilades. Per adquirir més coneixements es comprava totes les revistes de moda.

Quant a les desfilades, hi afegia: «totes m'agradaven donat que a cada país hi havia bons dissenyadors i amb estils diferents. Les que guardo de record amb estima són les "passarel·les" Gaudí. En els anys d'estudi a l'escola de Barcelona ja teníem l'oportunitat d'anar-hi i ajudar a vestir les models. Allà hom podia tocar les robes, veure i parlar amb els dissenyadors i imaginar que eres una més dels *shows*.»

HA PREVALGUT LA SEVA INQUIETUD I EL FET DE SER DECIDIDA

Al parlar de com laboralment els havia anat als companys i companyes de les diferents promocions dels seus estudis, va quedar clar que persones acadèmicament molt ben preparades, es van quedar estancades. Sigui per no implicar-se en prou situacions reals amb un bon nivell d'exigència o per problemes del sector. Potser van confiar exageradament en els cops de sort. Ben diferent d'ella. La voluntat fa superar molts obstacles.

ELS SEUS DISSENYYS PER LA CELLERA DE TER

Per al poble de La Celler de Ter hi ha realitzat: El disseny i els patrons dels vestits dels reis, també el disseny i els patrons de la geganta "La Violeta". També hi va organitzar una desfilada de vestits de paper i hi va fer una desfilada dels seus dissenys de roba infantil, els quals havia confeccionat a les empreses on havia treballat anteriorment. En aquesta mateixa ocasió va donar una conferència explicant les tendències de la temporada que havia de venir. Amb *PowerPoint* va mostrar els colors, les textures i les tendències preparades per a la pròxima temporada.

OCUPACIÓ LABORAL ACTUAL. DIRECCIÓ DE PRODUCCIÓ DE ROBA PER A NADONS I INFANTIL.

En una de les sessions d'entrevistes-conversa l'Anna em deia:

La meua vida professional m'ha portat a haver de dissenyar o treballar amb roba infantil. Actualment amb més dedicació per a la de nadons. No és que ho hagués triat però suposo que em va escollir. És un sector que quan t'hi poses és molt divertit i t'ho passes molt bé. Quan dissenyes roba infantil et pots esmerçar molt més que amb la d'adult perquè la roba infantil et permet posar-hi estampats, brodats diferents, menys seriosos; pots utilitzar tot tipus de textures i molt més color que amb la d'adults. Els nens ho permeten. La roba infantil és molt més desenfadada tot i que la tendència està canviant...

Fa ben pocs dies deia: on estic ara treballant per a la producció de roba de bebè cal posar-hi més interès i més esforç a l'hora de crear les col·leccions, escollir els teixits, els accessoris, etc. Moltes de les siluetes que es fan servir són molt bàsiques ja que sempre hi ha d'haver el *pelele*, el *body*, el *legging*,... Això fa que t'hagis d'esmerçar molt més cada temporada per ser més creativa i sorprendre amb cada col·lecció.

L'EMPRESA ACTUAL

Actualment dirigeix el departament de producció de roba infantil de l'empresa *1+ in the family*, a més de dissenyar induments per a ella.

L'Anna explica que quan es dissenya per una empresa normalment diuen què s'ha de fer i això no li agrada. Per ella això coacciona molt la creativitat i si no pot dedicar-se plenament a la seva vocació, busca el temps per a dissenyar coses personals o per altra gent que li demani. A l'empresa on està són creatius però per tal de mantenir la línia fidel a la marca i als seus orígens, la dissenyadora de sempre no pot ser substituïda. Han de conservar la identitat. Respectant aquest principi, ella, en no poder ocupar la plaça, es dedica a portar tota la part de la producció, les compres i ajudar a la creació de les col·leccions segons cada temporada. Prefereix tenir iniciativa i exercir processos creatius i per això ha tingut molta cura de treballar en una empresa que li ho permet.

La responsable, companya, sempre pensa amb el disseny d'indumentària per adults que tant va estudiar i no pot practicar gaire. Reconeix que viatjant i estant centrada en els temes de producció de roba infantil en perd una mica el fil. També perd l'actualització de certes temàtiques que no li són imprescindibles, però li agradaria estar-ne al cas. Amb tot, cerca ocasions per veure desfilades, conèixer novetats de la moda i de gaudir, en part, dels processos de disseny de la seva pròpia empresa. Igual com ho va fer en una anterior. Això fa que no quedi desvinculada d'aquesta professió.

VENDRE A TOT EL MÓN. COMENTARIS DE *MÀRKETING*

La producció de la roba infantil que realitza l'empresa on treballa està orientada a les famílies de nivells econòmics mig-alts. Es ven internacionalment gràcies a la seva participació a les fires del sector i a través, sobretot d'Instagram (el que més). És una eina amb gran creixement per a la difusió d'imatges. L'empresa està representada també al Facebook, pàgina web, revistes més importants dins del sector de moda infantil.

Segons ella, en el seu equip tenen ben definits els canals de venda. També els tenen ben relacionats amb els processos de disseny, producció i comunicació. Per ella aquest model de venda ja els va bé. En coneixen d'altres de possibles emprats per la competència, però, no pensen canviar. Se senten més còmodes amb el seu.

Un ajut per a vendre més: Hi ha famílies que els agrada mostrar als altres la modernitat del seu fill amb el vestit que li acaben de comprar. Això fa que en publiquin fotografies a Instagram i ens facin publicitat. Com sabem aquest mitjà permet que hi hagi publicitat de la producció pròpia i de la competència. Es poden conèixer i seguir marques, noves exposicions de les botigues i de les diferents presentacions dels anomenats, "*bloggers*".

Tot parlant de planificació del disseny, explica com s'ha d'estar pendent dels trets culturals de cada país. Entre molts d'altres, d'aquests països, cal tenir presents els colors que cada un d'ells sol preferir. També s'han de recordar els estils d'indumentària que són més demanats. Així els de Corea i el Japó demanen vestits més atrevits que els nostres. Els nostres i els del País Basc no són tan clàssics com els de la resta d'Espanya. Itàlia té un punt de clàssic / modern. Suècia, i bàsicament els països nòrdics, vesteixen robes super còmodes, normalment de punt, amb disseny minimalista. No pensen amb els nostres coneguts texans.

Un altre fet molt important a tenir en compte és el de les temperatures i la seva durada, normals de cada estació en els diferents països. És fàcil comprendre que no és el mateix planificar, dissenyar i produir indumentària per un país nòrdic que per un de més proper a l'equador.

CURIOSITATS SOBRE ELS PROCESSOS DE DISSENY I DE PRODUCCIÓ I VENDA

Un exemple de la complicació en la creació de moda: Nens de quatre mesos que els vesteixen a imitació de les persones grans. Quin és el motiu? Si van vestits amb la típica roba infantil les mares els veuen petits i els fa llàstima portar-los a la llar d'infants. Si aquests nens de quatre mesos estan vestits "com una persona gran", aquelles mares els veuen com més grans i pensen que ja estan prou crescuts per poder passar unes hores a l'escola bressol. Així la mare ja pot anar a treballar sense allargar, si és que pot, -normalment insuficient- baixa temporal per maternitat.

A vegades el color més de moda sol coincidir amb el nou color dels cotxes de la temporada anterior. Els colors i tendències de la indumentària infantil solen seguir les de la temporada anterior dels adults.

En quant a tipus de teixit i teles utilitzades, podem dir que antigament no tenien tanta qualitat com les que hi ha avui dia, ja que s'han anat millorant al llarg del temps, obtenint així uns millors resultats. Amb tot, l'Anna diu: «Aquí avui en dia les qualitats són més dolentes, hi ha més tecnologia i sí que per la roba tècnica (esport per exemple) s'ha millorat molt però, pel que s'entén com a *casual wear*, no. Ara vestir sol ser molt més barat i això fa que hom pugui canviar més sovint d'indumentària». Ja no es pensa allò de «comprar perquè duri», sinó comprar el que agrada i com que val tan poc, ho podré canviar d'aquí de ben poc temps. Pels nens domina la idea de: «no em vull gastar massa diners perquè ho destrossa de seguida o bé li queda petit molt aviat».

Sobre la tecnologia: els teixits per esport o roba d'abric estan evolucionant d'una manera molt fascinant. Per abrigar s'estan fent teixits molt prims els quals abriguen com un abric de pells. Són teixits amb una tecnologia que fa que no deixin passar l'aire però que siguin transpirables de manera que no es perd la calor corporal però tanmateix faciliten una mena de ventilació.

PER MILLORAR LES BOTIGUES DE ROBA INFANTIL

A la pregunta de com veia les botigues de roba infantil i per als nadons, ella va respondre:

«Així com hi ha botigues de roba infantil molt rendibles, amb professionalitat i amb bona imatge, n'hi ha d'altres que no tenen aquesta sort».

Obrir una botiga de roba infantil sense saber on hom es posa, no s'aconseïlla. Si no es domina l'ofici, normalment no se seleccionen bé els proveïdors i, per això, no es compra bé. Tampoc no se sol fer un plantejament de botiga i de negoci i no es mira quin públic entra a la botiga per oferir-li allò més adient. Abans d'obrir una botiga s'hauria de fer un estudi de mercat i tenir molt clar el que significa. Amb la botiga, caldrà tenir molta paciència i estar disposat/-da a sacrificar hores de vida familiar. Molt més..., s'ha de tenir molta psicologia per saber triar la roba adequada per a la clientela que t'entrarà, així com conèixer la zona del seu emplaçament, la gent, els costums... Sovint no s'arriba ni a tenir una botiga ben ordenada de manera que estimuli la compra.

SOBRE NORMATIVES DE PAÏSOS

Normatives. En tot el sector de la indumentària per a petits hi ha molta normativa. Estan prohibits els llaços de certes mides i en certes posicions. Per això hi ha una normativa.

A Corea i al Japó, a fi que es compleixin les normatives referides als fabricats dels quals parlem, es fan rigorosos controls. Analitzen des de la química dels tints, fins la composició dels teixits. Hi ha agents de duanes que revisen les caixes i demanen tots els certificats d'origen i de seguretat.

LA COMPETÈNCIA

Parlant del món de l'empresa en aquest sector, l'Anna deia: "Hi ha el problema que sorgeix molta competència. Tot i que els promotors i dirigents de molta d'aquesta competència no coneixen el sector i, amb més o menys temps, fracassen; fan anar malament els altres. Sempre aconseguen algunes comandes. Nosaltres, per anar guanyant mercat, tenim la decisió molt ferma de mantenir uns principis i una identitat sense desviar-nos. Tenim molt clar el perquè realitzem diferents projectes. Creiem en la fermesa i les bones pensades. Fem equip trobant punts comuns entorn d'una idea. No perdrem el nord caient en l'error de voler atendre tots els possibles clients."

Sempre amb ganes d'explicar bé les coses va comentar que havia comprovat que en moltes empreses es cometien greus errors. El no treballar com en família, on tothom té la seguretat de tenir suport, el no posicionar-se en un sector o sectors concrets de mercat i l'emprendre iniciatives comercials sense conèixer bé el sector, són els greuges més freqüents.

COMENTARIS DIVERSOS SOBRE EL MÓN DE LA SEVA PROFESSIÓ DE DISSENYADORA I DE LA PRODUCCIÓ

Els fabricants de teixits per una temporada són els qui van més avançats respecte els altres components del procés de disseny i de producció. Segons hom decideixi servir-se d'un teixit o un altre, podrà vendre amb uns colors o uns altres. Cada mena de teixit accepta uns colors determinats. Millor que en adquirir-los tinguin els colors que figuren en els dissenys a produir. Si això és possible hom s'estalvia d'haver-los de tenyir.

Es disposa de cartes de colors, de complements i de tot el que s'ha de menester en els diferents processos de disseny i producció.

L'Anna –com tots els dissenyadors– es troba enmig d'aquest munt de possibilitats i evidentment cal decidir-se per algunes. Sempre ha pretès estar molt actualitzada del que l'hi pot servir mitjançant els nous recursos informatius. Així, com s'ha dit, utilitza *Pinterest* i *Instagram* i està subscripta a *Newsletters* de centres informatius qualificats. Forma part de grups com, *LINKEDIN* i *WGSN* i domina diferents processos de recerca d'informació. Està al corrent dels continguts de publicacions com *Textil Journal*. També té en compte el llibre de tendències *PromoStyl* i els webs: "Trend watching", "Springwise" i "Fashion Snoops". Procura estar al corrent de les tendències i assisteix a fires del seu sector, com la de Primer Vision, que per ella és la més rellevant. Com molt bé diu: «si vols conèixer o vendre, has d'anar als mitjans socials».

En el context del disseny de la indumentària, tant per als adults com per als petits, cal parlar dels creadors i dels caçadors de tendències (*Cool Hunters*). Són, com és lògic, els qui van més avançats tot marcant moltes pautes en el sector. Recordem que els anomenats caçadors de tendències capten i ana-

litzen els comportaments dels humans. Observen quines activitats i gesticulacions fan els seus diferents *targets*, per tal de deduir quina indumentària els pot convenir més. També es preocupen de saber quins colors criden més l'atenció, quins teixits van tenint demanda creixent... Fan una tasca difícil i a vegades ben sorprenent.

A més de la formació i activitats esmentades l'Anna va fer els Cursos Modaris i de Pro-style de Lectra Systemes a Mèxic, va estudiar anglès a l'escola IELTS Language School i TOEFL test. Va participar en un intercanvi cultural i tècnic de la seva Escola d'Arts i tècniques de la Moda amb la Universitat de Southampton Winchester School of Art per realitzar un projecte per Marks&Spencer portat a terme durant dos mesos. En el seu món laboral ha aprofitat ocasions per dominar: la coordinació de línies de Llicència Disney i Warner Bros interior i exterior, el disseny de gènere de punt en tricotoses, circulars i cottons, dissenys de brodats en línia infantil i per línies de nàutica i golf d'home i dona així com disseny de les etiquetes d'empresa. Per realitzar les col·leccions utilitzava el programa CAD anomenat Rexel.

PLANIFICACIÓ DELS VIATGES. MOLTA FEINA I SORPRESES

L'Anna deia: «Quan treballes amb empreses mitjanes-petites i un cop et coneixes les destinacions, prefereixes ser tu mateixa qui es faci els plannings dels desplaçaments. Així escullis els millors vols i connexions per arribar de la millor manera al país de destí on normalment cal començar a treballar-hi immediatament».

Les estades als països per desenvolupar no són massa agradables, sobretot els països musulmans com ara Bangladesh on t'has d'enfrontar dia a dia amb homes més aviat masclistes, amb poc tracte o tracte no massa agradable envers les dones. Són països on és difícil ser una dona. Si saben que ets europea t'han de respectar i fer cas. Et veuen com a possible portadora de dòlars (negoci), encara que no et veuen com a persona. En aquest cas et diuen "maam" (madam) i t'han d'obeir. Per sobre de les dificultats culturals he arribat a tenir un equip de 5 persones treballant a les meves ordres a fi i efecte de poder tirar endavant les produccions. Amb elles fa falta molta mà esquerra per negociar-hi preus, temps de confecció i controls de qualitat. Finalment cal aconseguir que facin la feina correctament.

L'Anna anava explicant:

Durant el meu període de freqüents viatges a Àsia, per ells tenia diferents objectius. Uns viatges eren per aconseguir que es fessin els mostraris i uns altres per negociar preus de producció i de control de qualitat. Per a mi, els destinats a fer mostraris, eren més gratificants ja que no comportaven discussions. Solament comportaven negociar, decidir, explicar i fer entendre com fer cada model de la col·lecció designada a cada proveïdor.

Alguna vegada vaig haver de parlar amb els forwarders (agents comercials), per aconseguir fer carregar la nostra tardana mercaderia a vaixells que ja tenien la data de sortida tancada. Normalment ho aconseguia amb propines.

L'avantatge d'aquests viatges, sobretot quan viatges sola, és que pots conèixer molta gent i fer molt bons amics. També pots arribar a trobar nous proveïdors.

El que és més interessant, és poder conèixer el país tal i com és en el seu dia a dia i sense turistes. Formar part del país menjant el seu menjar i dormint i vivint igual que ells, comporta vivències molt valuoses. Un dels països que més m'ha agradat, ha sigut la Xina. No l'actual, ja que ara s'ha convertit en un país més occidental, sinó la de les meves primeres èpoques de viatjar-hi a l'any 2006 on encara la gent em feien fotos per tenir el cabell arrissat. Amb ells era difícil poder-s'hi comunicar. El seu únic idioma (no es coneixia l'anglès), era el xinès. Per mi era molt divertit el fet d'haver d'anar a sopar a llocs de les diferents localitats fent-me entendre amb senyes tot i esforçar-me en parlar el poc que sabia de la seva llengua.

Per acabar: també va ser molt divertit un viatge amb tren. Aquest era de passatgers però tots viatjaven amb els seus animals que no eren ni gossos ni gats. Eren gallines! Crec que eren d'un lloc tan llunyà, d'una capital, que jo era una de les poques europees que havien vist mai. Molt amablement em van demanar de fer-me fotos. També es van oferir a ajudar-me amb el que necessités tot i que amb la parla no ens podíem entendre massa.

REFLEXIONS FINALS

De l'Anna n'haig de ressaltar un altre mèrit. És el de coincidir amb mi que cal fomentar molt més la creació d'indumentària personalitzada amb la seva singularitat. Aquesta, ben feta, ja sabem que afavoreix molt l'estat anímic dels qui la porten. També dels qui els envolten. Ben diferent de molta altra gent que amb els seus tocs de disfressa ajuden poc a sentir-se personalment més deductiu i amb més vitalitat.

En aquest aspecte i en els ambients de coneixement capdavanters, es reclamen canvis. Una part dels crítics de la moda, periodistes, historiadors, assessors d'imatge, bogars, estilistes, dissenyadors, productors de medià, innovadors de nous materials i tecnologies, equips de recerca artística, acadèmics... pensen en escenaris de futur de la matèria que ens ocupa. Hi ha qui defensa que dintre d'aquests escenaris, el que en diem "moda", ha de ser considerat. La psicoestètica ens demostra el perquè, com un dels elements transcendents de guia dels desenvolupaments. En considerar-la així s'intentaria precisar —calen amb urgència— els canvis de mentalitat positius i negatius els quals generin les seves noves tendències, de la moda d'indumentària, de la perruqueria i de la imatge en general. N'hi ha massa que no porten al millor bé. Respectant llibertats tot treballant bé aquesta temàtica, es podrien evitar moltes problemàtiques psicològiques i de convivència tant a nivell col·lectiu com personal.

Per acabar: Queda demostrat que els qui volen fer un gran projecte de vida, l'Anna el volia fer tenint la seva empresa i marca, ja van trobant camins per, com a mínim, apropar-s'hi.

El fet de tenir caràcter inquiet, conèixer modes i aprendre, tenint aprecí per la feina, imaginació, saber fer i comunicar atractivament, li permet anar aconseguint els seus èxits singulars. Per tot això, manifesto la meva satisfacció per haver pogut treballar amb ella per fer aquest opuscle en base a alguns aspectes clau del món de la moda per a dones i de la indumentària infantil i per als nadons. El creador de la ciència Psicoestètica i de la figura

de l'assessor d'imatge, Carles M. Espinalt, hauria estat molt content d'haver pogut participar en les explicacions que ella em va donar. Ell, Carles M. Espinalt, tot i estar molt dedicat a la seva teorització de la moda, li agradava parlar amb experts i emprenedors pràctics com l'Anna. Volia que tothom pogués dominar la seva professió amb el corresponent prestigi i estatus social. Deia: «L'home que aconsegueix dominar plenament una professió mai no serà un fracassat». Tot un mèrit. El meu mestre Espinalt hauria comprovat com l'Anna va dominant la professió i per tant, li hauria dit que li seria difícil fracassar.





PERE MASÓ I PANELLA. És deixeble del gran pedagog i creador de la ciència Psicoestètica, Carles M. Espinalt.

Amb la intenció de promoure una profunda renovació pedagògica a tots nivells, aprofita moltes oportunitats rellevants per a difondre la seva i única metodologia espinaltiana. Aquesta, útil tant per a dirigents com per a dirigits, esdevé la més buscada pels pioners de la renovació pedagògica i social. Tot perquè el màxim de persones puguin afrontar els seus reptes d'aquests nous temps, amb formes de vida més atractives. L'estudi i pràctica continuada de la Psicoestètica, amb el seu mestre, amb el llibre fonamental *Obra escrita*, l'anàlisi de modes, caràcters i costums, les interpretacions de la societat de la imatge i la seva participació en un bon nombre de conferències internacionals han fet que tingui un ampli i fonamentat bagatge professional. Així, amb una experiència de vint-i-cinc anys, realitza amb trets de catalanitat, estudiats suports professionals i personals.

PERE MASÓ I PANELLA

PSICOESTÈTICA

www.esteticacatalana.info

www.peremaso.com<http://recursosperlautodeterminacio.cat/>

E-mail: pmaso2@xtec.cat

La Celler de Ter