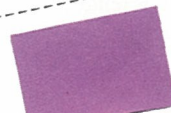


recíclic 05

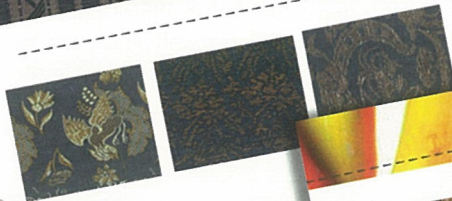


recíclic 05
Color

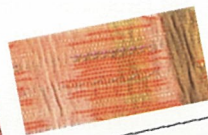


JEANS

3

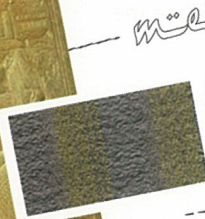


PUNTOS de LUZ



metálicas

3



Recíclic, una vía experimental de servicio a la Creación

Recíclic, an experimental resource for textile creators

POR/BY: EULÀLIA MORRAL I ROMEU*

Precedentes y objetivos

Hace ya muchas decenas de años que los museos dejaron de ser lugares estáticos. Y también hace décadas –aunque algunas menos– que el textil europeo constató que sólo podría ser competitivo si ponía el acento en el diseño.

Que los estilistas utilicen los museos como base de información, documentación e inspiración no es, por tanto, ninguna novedad. Pero es menos habitual que sea el museo quien tome la iniciativa.

La historia reciente del CDMT ha estado presidida por esta idea, sobre la cual se priorizó el desarrollo del centro de documentación y un arduo trabajo de digitalización que, a pesar de que ahora puede parecer una técnica muy habitual, cuando se inició –a principios de los años noventa del siglo pasado– era pionera.

Y, sin embargo, aunque la industria nos conoce y recurre a nosotros –las visitas a la textilteca *on line*, totalmente gratuitas desde enero de 2006, mantienen un crecimiento sostenido–, los profesionales del diseño confiesan que «no tienen tiempo» de buscar en ella, y piden un esfuerzo de preselección de la información que se corresponda con las tendencias de cada temporada.



Background and objectives

Museums stopped being “static” places several decades ago. Only slightly more recently, the European textile world realized that it could only be competitive if it concentrated on design.

So there is nothing new in stylists using museums as their source of information and inspiration. What is less common is that museum should take the initiative in this relationship.

This idea has been a constant feature of the CDMT’s recent history. Some years ago we decided to develop our documentary resources by embarking on the arduous task of digitalization. Today this is quite a

* *El equipo de Recíclic*: Pere Moliné Bonjoch, Eulàlia Morral, Pere Moliné Bosch, Iratxe Ortés, Mercè López y Sílvia Saladrigas.

* *The Recíclic*: Pere Moliné Bonjoch, Eulàlia Morral, Pere Moliné Bosch, Iratxe Ortés, Mercè López and Sílvia Saladrigas.



Así nació **Recíclíc**, que ha sido posible dentro del proyecto europeo «La tela di Aracne», en el que ha participado la ciudad de Terrassa junto con varias ciudades mediterráneas.

Recíclíc como filosofía

La moda tiene una naturaleza cíclica; nunca vuelve atrás, pero siempre toma referencias del pasado, reinterpretadas con otros colores, materiales, texturas...; es decir, *reciclad*as.

Por su parte, las empresas se hallan inmersas en una vorágine de diseño, producción y distribución que no deja respiros y que en ocasiones les impide tener una perspectiva más amplia que les ayude a reorientar o enderezar su línea de producto con suficiente antelación ante los cambios predecibles; a *reciclarse* continuamente. A veces hace falta dar un paso atrás para avanzar con mayor seguridad.

standard procedure, but when we started, in the early 1990s, we were among the first to do so.

Even so, although the textile industry knows us and uses us –the visits to the *textilteca on line*, which has been a free service since January 2006, have been steadily rising– design professionals admit that they “don’t have time” to search the database to find the material they need, and they ask us to make a pre-selection of the information on the trends for the new seasons.

To meet this demand we set up **RECÍCLIC**, under the aegis of the European Project “La Tela di Aracne” in which Terrassa has participated alongside other Mediterranean cities.

The *Recíclíc* philosophy

Fashion is cyclic in nature. It never goes backwards, but always takes its references from the past, reinterpreting them and adapting them in other colours, materials and textures – that is, *recycling* them.

For their part, textile firms are immersed in a whirlpool of design, production and distribution which allows no respite and which often prevents them from having a broader perspective to re-orientate or adapt their product lines and anticipate changes. They have to *recycle* constantly. Sometimes they have to take a step backwards before they can advance.



Tampoco hay que olvidar la exigencia de sostenibilidad y de respeto al medio ambiente. En este sentido, un buen conocimiento de las técnicas usadas en épocas anteriores puede ser de ayuda para encontrar soluciones de futuro; reciclando conocimientos.

Desarrollo del proyecto

Desde el primer momento, Recíclic ha sido fruto de la complicidad y el trabajo conjunto de un equipo que vinculaba el conocimiento y experiencia de un diseñador de primera fila, un comunicador y dos técnicos del CDMT. El entusiasmo, la convicción en la necesidad de llevar a cabo esta experiencia, así como la buena química surgida entre todos los profesionales implicados nos ayudaron a avanzar caminando y a definir poco a poco los contenidos y formatos de Recíclic. El proyecto europeo «La tela di Aracne» y el apoyo incondicional de Foment de Terrassa, S.A., garantizaron el marco económico y su proyección internacional.

En diciembre de 2005 tuvo lugar el primer Recíclic, planteado como una única sesión de trabajo con tres partes bien diferenciadas: la primera se dedicó a la evocación de los elementos del pasado en el diseño industrial; la segunda, a los colores, tendencias y armonías previstas para el verano 2007, todo ello ilustrado con imágenes de muestras textiles de las colecciones del CDMT, y la tercera, a la presentación del servicio de textilteca del CDMT.

La jornada se convocó mediante un fax masivo a empresas textiles y de confección de todo el país y un mail de recordatorio a una selección de cincuenta marcas. La participación fue de 37 personas, la actitud de las cuales resultó, en general, poco participativa. La

Finally, sustainability and respect for the environment are also key issues. A good knowledge of the techniques used in former years may well help find solutions for the future. *Recycling* knowledge is also crucial.

The project

From the very start, *Recíclic* has relied on the joint efforts of a group that brought together the knowledge and experience of a first rate designer, a marketing expert and two technical experts from the CDMT. The enthusiasm, the belief in the need for a project of this kind and the rapport between the team members helped us to define *Recíclic's* contents and format. The European project "La tela di Aracne" and the unconditional support of Foment de Terrassa, S.A. provided a solid financial basis and made the project an international event.





mayoría se limitó a tomar nota de las tendencias, con lo cual quedaba bastante desvirtuada la idea de base del encuentro.

Sin embargo, la observación y las valoraciones de los asistentes y, sobre todo, sus comentarios a micro cerrado, nos permitieron deducir:

- Que los profesionales necesitan información y orientación en tendencias, pero más aún en saberlas valorar y adaptar a sus productos.
- Que no tienen tiempo ni paciencia para sacar partido de una base de datos como la *textilteca on line* del CDMT, y que quieren que alguien les seleccione y filtre primero la información según las tendencias y el contexto de cada momento.

In December 2005 the first *Reciclic* was held, a single working meeting divided in three parts:

- The evocation of the past in industrial design
- Colours, trends and harmonies for the summer of 2007, illustrated with images of textile samples from the CDMT's collections
- The presentation of the CDMT's *textilteca* service

The meeting was advertised by fax, sent out to textile and clothes manufacturing firms all over the country, followed by a reminder sent out to fifty selected firms. Eventually 37 participants attended the session. However, since most of them only took notes on the trends and offered little input of their own, the meeting did not really meet its objectives.

Nonetheless, their observations and opinions and above all the comments off the record suggested the following:

- That professionals need information and guidance on the new trends, but even more on knowing how to value them and adapt them to their products
- That they do not have the time or the patience to gain maximum benefit from an online database like the CDMT's *textilteca*, and they need someone to select and "process" the information according to the trends and the context of each moment.

So, *Reciclic* 2006, held last June, was designed slightly differently, placing the emphasis on creation in the hope that the participants themselves, under the guidance of the designer and the marketing expert, would propose their own ideas and personalize them in their own products, using the information provided on pre-selected examples from the CDMT's textile archive.

This time, only those who participated in *Reciclic* 2005 were invited as well as a group of professionals working in companies renowned for the quality of their products. Participants were informed by e-mail and by telephone. Out of roughly fifty people contacted designers all of them, 24 eventually attended the meeting.

Así, el Recíclic 2006, celebrado el pasado mes de junio, se construyó de manera algo distinta, poniendo el acento en la creación, con el objetivo de que los propios asistentes, tutorizados por el diseñador y el comunicador, sacaran sus propias ideas y llegaran a personalizarlas teniendo en cuenta su producto, partiendo de la información proporcionada y sobre ejemplos concretos (físicos) previamente seleccionados del archivo textil del CDMT.

Esta vez se convocó sólo a asistentes a Recíclic 2005 y a profesionales vinculados a empresas especialmente importantes por la calidad del producto. La convocatoria se hizo por mail y telefónicamente sobre una lista de cincuenta contactos, de manera personalizada y directamente a los diseñadores. Participaron un total de 24 personas.

El trabajo se estructuró en dos sesiones de unas dos horas y media cada una, en tres grupos de 8 personas:

- En la primera se debatieron las tendencias sociales y culturales del momento, y las primeras propuestas de colores y armonías del invierno 2007/2008, tras lo cual se hizo una selección de *hits* mediante un taller muy simple de técnicas creativas.
- En la segunda, en la que se procuró mezclar a los participantes en grupos diferentes a los de la primera sesión, se discutieron los resultados de las tres mesas del primer día y se confirmaron, argumentaron y valoraron las tendencias resultantes.

¿Una demanda sin respuesta?

Mediante esta segunda edición de Recíclic nos interesaba, además, captar la opinión franca y directa de los profesionales del diseño con relación a:

- Si se confirma que existe una carencia en nuestro país en términos de información y asesoramiento.
- Si las empresas están dispuestas a pagar por un servicio de este tipo, y si es así,
- si las entidades corporativas pueden dar apoyo a una iniciativa en este sentido, surgida o ayudada por la administración pública.

The meeting was structured in two sessions of two and a half hours, in three groups of eight people.

- The first session debated the social and cultural trends of the moment and the first proposals for colours and harmonies for winter 2007/2008; after this we selected the "hits" in a very simple workshop of creative techniques.

- In the second session, the participants formed new groups and discussed the results of the first session and the resulting trends.

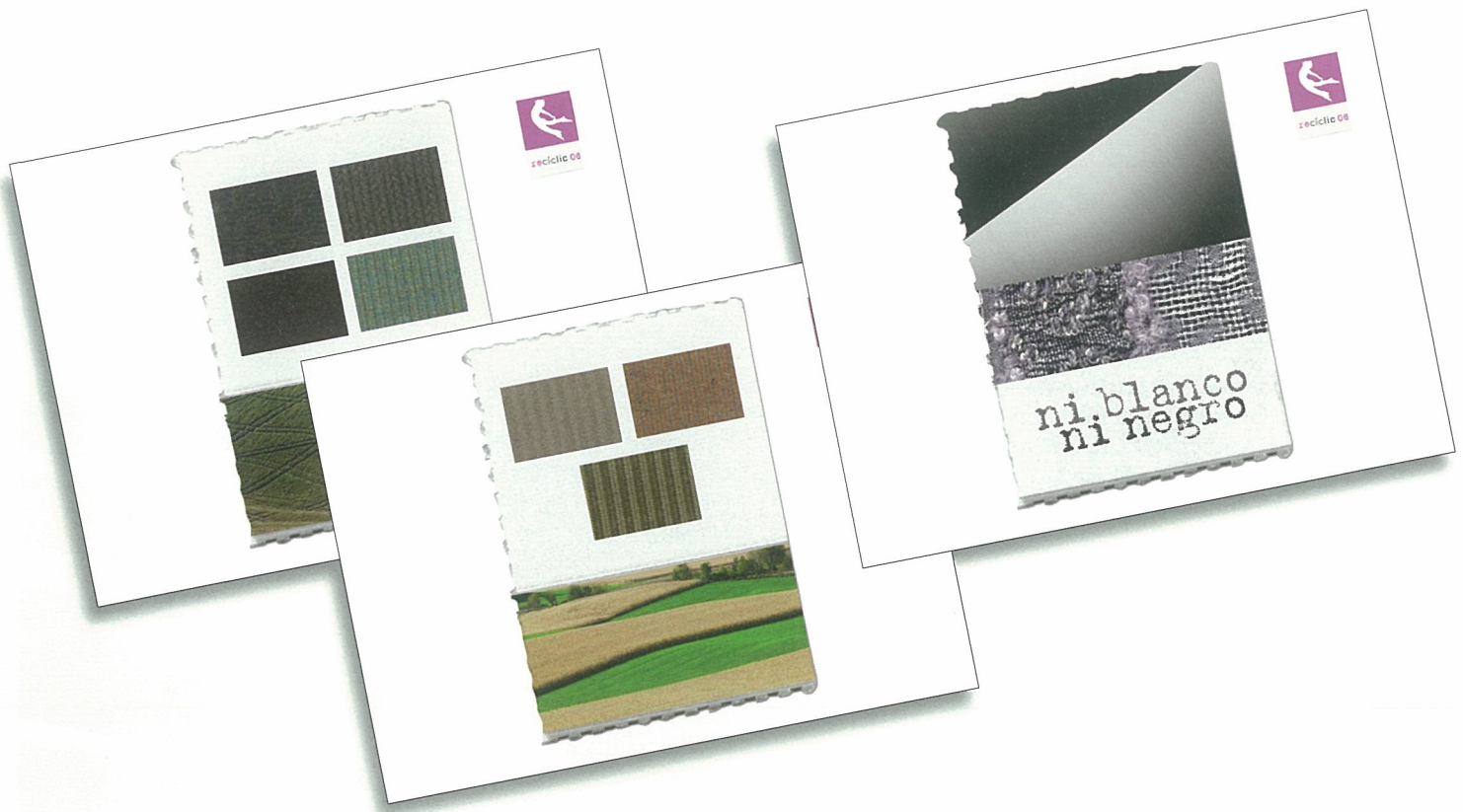
A need that is not being catered for?

At this second *Recíclic* meeting we were also keen to find out the participants' honest opinions on the following questions:

- Do they feel that there is a need for an information and consultancy service of this type in our country?
- Are firms willing to pay for a service like this, and if so,
- Would they be interested in supporting one, possibly with the aid of public institutions?

If the opinions of the participants were positive, the organizers agreed to develop *Recíclic* as a brand name and as a future project.





Según el posicionamiento y opinión de los asistentes, el equipo organizador se comprometía a afrontar el reto de desarrollar Reciclic como marca y como proyecto de futuro.

¿O una oferta sin demanda?

La mayoría de los participantes de Reciclic 2006 han agradecido el esfuerzo realizado, y amplían la demanda –más sesiones, con periodicidad fija, que incluyan debates sobre el entorno, oportunidades y perspectivas–. Pero también saben –y así lo manifiestan crudamente– que ellos no tienen capacidad de decisión en las empresas, y que en muchas de ellas se les considera casi un estorbo. Reconocen que el sector ha de repensarse (*reciclarse*) porque las antiguas pautas ya no valen. Reconocen que las empresas deberían colaborar entre sí (hiladores, tejedores, acabadores, confeccionistas) para innovar de verdad y crear nuevas oportunidades, nuevas estéticas y nuevos materiales. Pero parecen saber de antemano que esto no ocurrirá, porque «no hay tiempo» para pensar, y quizá tampoco exista una predisposición a hacerlo.

Or an offer that is not really necessary?

Most of the participants at *Reciclic* 2006 were grateful for the team's efforts in setting up the project and some suggested that the project should be put on a more formal basis with more sessions and an established calendar, including debates on the textile world, opportunities and perspectives and so on. But they are also well aware (and told us frankly) that they do not take the decisions in their firms and that in fact they are often regarded as something of a hindrance. They agree that the sector has to reassess (or *recycle*) its aims because the guidelines of former years are no longer valid. They also agree that firms in different areas of the textile sector (spinners, weavers, finishers, manufacturers) should join forces to introduce genuine innovation and to create new opportunities, new approaches and new materials. But they seem resigned to the fact that this is unlikely to happen, because there is little time to plan and think; perhaps the firms are not particularly keen on the idea.



Recíclic ha sido, por tanto, una oportunidad para testar la situación del sector, aunque tampoco podemos generalizar nuestras deducciones; afortunadamente hay buenas empresas con muy buen producto que están en la brecha y se ganan el futuro apostando por la calidad.

En cualquier caso, los resultados no parecen justificar el esfuerzo en estructurar un Recíclic estable, por lo menos en el contexto actual.

El mensaje, sin embargo, quedará emitido, y quien lo desee podrá recoger el testigo de cómo se pueden ampliar horizontes y sumar sinergias trabajando en equipo y sacando partido de nuestra propia memoria olvidada.

So *Recíclic* is an attempt to test the waters in the sector. Our results should not be applied to the textile sector as a whole: there are a great many firms that make first rate products and are committed to maintaining standards of quality in the future.

Nonetheless, the results do not seem to justify making *Recíclic* a permanent event, in the near future at least.

But the message has been sent out, and perhaps other people interested can build on our work, broadening horizons, creating synergies, and recovering and maximizing the potential of our past.