



## Jordi Rafart: “Estimo la llibertat! Fins i tot en la moda..”

Nascut a Berga, representa la nova cara de la tradició tèxtil berguedana.

La marca **Jordi Rafart** s'està estenent a marxes forçades i cada vegada és més la gent que s'interessa pels seus dissenys.

La seva firma ha estat present en llocs tan diversos com la **gala olímpica de Rio de Janeiro** o el **Congrés dels Diputats**



LA CREACIÓ D'UNA LÍNIA de mocadors de seda per la Patum i la presentació de la seva pàgina web són algunes de les iniciatives en què s'ha centrat les últimes setmanes.



—Abans de graduar-te en Disseny Tèxtil i Indumentària per l'Escola Superior de Disseny de Sabadell, ja havies realitzat alguns cursos d'il·lustració i patronatge a l'Institut Mediterrani de la Moda de Tarragona. Per tant, la passió que et desperta el món del disseny tèxtil és una realitat que experimentaves ja des de petit. Com vas començar a sentir interès per aquest món?

—Com sempre dic, jo ja vaig néixer amb el disseny a dins. Des que era petit m'ha interessat molt el món dels volums de les robes. De fet, recordo perfectament que, de nen, un amic dels meus pares es dedicava a fer vestits i a arreglar-los, i jo anava al taller i jugava per allà, em tenia meravellat. Aquí va ser, també, quan vaig començar a dibuixar. En un principi dibuixava de tot, com tots els nens, però poc a poc vaig anar-me centrant només en les dones i els seus vestits. Encara conservo uns 8.000 dibuixos d'aquella època!

A part d'això, el que passa és que el disseny de moda no és una professió que ningú t'ajudi a fer-la. D'entrada, ningú no et proposa que pots escollir aquest camí, perquè sembla una mica superficial. Però més enllà de la influència que això pugui causar, jo tenia molt clar que havia de tirar per aquí i vaig pensar que m'era igual.

—Una vegada consolidat com a dissenyador titulat, quins van ser els primers projectes en què vas treballar?

—Bé, la primera feina que vaig tenir va ser amb el David Valls. Vaig començar-hi a l'equip de disseny la tardor del 2005, i m'hi vaig estar fins a la primavera del 2008, que és quan jo ja vaig començar a fer la meva marca. Amb ell vaig aprendre moltíssim perquè des del primer moment em



va deixar total llibertat. A la primera temporada vaig dissenyar jo unes quantes peces, poques, però ja cap al final dissenyava pràcticament tota la col·lecció jo. A més, em va ensenyar a seguir tot el procés de creació d'una peça: fins i tot compràvem nosaltres mateixos els fils. Em deixava fer molt la meua, i, a sobre, mai em va faltar reconeixement.

Tot i això, em faltava l'orgull de poder firmar una creació amb el meu nom. Aquí va ser quan, durant la temporada tardor-hivern 2007-2008, vaig decidir presentar una petita col·lecció a Ego Cibeles, la versió jove del saló de moda de Madrid. No vaig acabar desfilant, perquè no era una col·lecció espectacle, però sí que em van escollir per estar al showroom.

Allà vaig tenir un èxit que no m'esperava i la reacció que va tenir el públic davant la meua col·lecció va ser brutal. Va ser molt impactant i em va donar molta força a mi mateix. Si no hagués anat així, estic segur que hauria seguit lluitant, però va ser definitivament un punt d'inflexió important en la meua carrera perquè vaig veure que havia d'apostar durament per aquest camí: vaig veure clar que havia de centrar-me en la funcionalitat, perquè la moda no és art. Un art no ha de tenir funcionalitat i, en canvi, una peça de roba sí.

**—La marca jordirafart s'està expandint cada vegada més ràpid. Poc a poc, t'has anat consolidant com un autor innovador que persegeix una filosofia trencadora amb tot el que s'ha vist fins ara. Quines són les bases d'aquesta manera de treballar?**

—D'entrada, la filosofia de Valls, de conservar el procés artesanal, mimitar la col·lecció i formar part

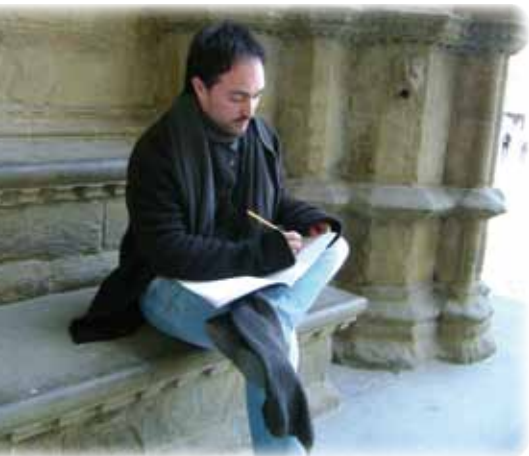


Jo vaig néixer amb el disseny a dins. Des que era petit m'ha interessat molt el món dels volums de les robes”

de tot el procés de producció, l'he mantingut. Però també hi he afegit una concepció diferent de les talles. Sempre m'ha atabalat el fet que, per les raons que sigui, un cos et negui donar la imatge que un vol donar de si mateix a la societat. I bé, aquesta frustració sempre m'ha afectat molt i vaig pensar que s'havia de buscar una solució i adaptar-la a tots els cossos.

Aleshores he apostat per fer un joc de talles estructurat amb colors. És a dir, en comptes de números, hi ha una etiqueta de color que identifi-





ca un volum. La talla groga és la petita, la mitjana és la negra i la blanca és la gran. I, últimament, hem hagut d'afegir el color turquesa per a una talla més gran i el fúcsia per a una de més petita encara. N'estic bastant orgullós, perquè tot i que les clientes habituades ja saben què compren, en general he aconseguit que es compri una opció, no una XL o una 48.

**—El disseny pel qual apostes ofereix un producte molt creatiu i, sobretot, molt especial. Com ho aconsegueixes?**

—Bé, per començar, crec que el que jo ofereixo és un producte difícil. Trenca tant els estere-

otips del concepte de la moda que, d'entrada, o t'agrada molt o no t'agrada gens. I jo crec que això que dius s'aconsegueix, sobretot, amb els teixits. S'adaptin al cos però no s'arrapen, tenen caiguda, tenen pes i donen personalitat, però en cap moment fan sentir incòmode. No són coses que et queden encotillades.

Per començar, sempre fem una línia més clàssica en totes les col·leccions. I, de fet, és per aquí per on entren les clientes noves. Perquè costa adaptar-s'hi. És una col·lecció que malgrat fer-te sentir segur, et fa sentir diferent i exclusiu, i això no tothom ho tolera bé.

A part, però, hi ha un conjunt de clientes que ho veuen claríssim de cop, i escullen les peces més diferents ja d'entrada. I, evidentment, també hi ha una part del públic que no hi entrarà mai perquè no li agrada gens. Jo sempre dic que no tinc un perfil marcat, ni d'ideologia ni d'edat de les clientes, però sí que hi ha un perfil psicològic. Gent que vol demostrar una certa força i una comoditat amb ella mateixa.

**—Aquesta línia elegant, pràctica i sofisticada la podem observar, també, en l'última col·lecció, inspirada en el cava. Enguany, però, hi has afegit un tret distintiu: utilitzes més colors llampants, no és així?**



—En aquesta col·lecció hi ha de tot: des de peces sofisticades fins als bàsics de sempre, des de peces juvenils fins a peces per gent d'edat més avançada. En definitiva, és un treball bastant obert. I, és cert, la màxima aportació d'aquesta col·lecció han estat els colors. S'han venut molt bé els verds, els llimes i el fúcsia. És una nova aportació que hem aplicat una mica de prova, per veure com aniria. Que en definitiva és el que es fa sempre, s'ha d'anar jugant amb això: el que no pots fer és seguir sempre la línia del que has venut segur. S'ha d'innovar, perquè sinó, després, acaba cremant.

**—Dius que, a part de les clientes fidels que cada vegada s'endinsen més en la marca, darrerament n'hi ha moltes que comencen a introduir-se en aquesta col·lecció. Com vius aquesta tendència a créixer?**

—Crec que el fenomen de créixer s'ha de viure amb lògica. El que jo no pretenc és fer una em-



presa desnaturalitzada del que ha estat jordirafart al principi. Per a mi créixer i perdre els orígens personalitzats —casi mimats— que dono a totes les meves creacions, és un crim. Considero que, en general, aquest mecanisme de vendre s'ha perdut perquè a hores d'ara es produeix massivament. I, per tant, si créixer suposa perdre això, a mi no m'interessa. No, perquè estaria perdent la meva pròpia essència.

Sí que s'ha de créixer, però amb lògica, controlant una mica la situació. Se'm fa una mica difícil pensar en un moment en que jo no pugui controlar el procés de crear i fer els patrons. Això sempre he dit que és molt important en la meva col·lecció, perquè el que jo tinc al cap, és el que es materialitza, i això no passa gaire en lloc més.

**—A part d'això, les últimes setmanes has estat immers en el projecte de la creació d'una línia de mocadors de seda per a la Patum. D'on va sorgir la idea?**

Era una cosa que portava al cap des de fa molts anys. Jo sóc molt fan de les patums de llum, perquè trobo que hi ha un glamour que no l'explotem, però sempre he pensat que quan hi vas, mai saps ben bé com vestir-te. Hi ha gent que sembla que vingui directament de les patums del vespre i, en canvi, hi ha gent que es muda i s'arregla moltíssim.

Finalment, aquest any em vaig decidir a fer-ho. En un principi, era un projecte per vendre entre les clientes, una miqueta en petit comitè. Però es va anar estenent i es va acabar creant un producte totalment oficial. Vam parlar amb l'Ajuntament, ho vam consultar amb el Patronat que eren els que hi tenien l'última paraula i bé, vaig pensar



**Crec que el que ofereixo és un producte difícil.**

**Trenca tant els esterotips del concepte de la moda que, d'entrada, o t'agrada molt o no t'agrada gens”**

en crear un mocador patumaire però que tingués també un toc jordirafart. Per tant, vaig apostar per un brodat tradicional i acceptable per tothom.

A part d'això, el que sí que marca una mica de diferència, és la part dels colors. Per una part, hi ha els tradicionals verd, negre i vermell. Però a la del brodat hi hem inclòs colors com el fúcsia, el verd tosca i un color marró. Aquests són colors que no surten del que és el sí patumaire: el fúcsia és al vestit de la geganta, el verd fosc el trobem a les guites i el marró xocolata és el de l'àliga. Per tant, són colors que hi són sempre presents però que s'aprecien molt més durant el dia. Per aquest motiu el mocador es titula “Esclat de llum”.

**—Fa unes setmanes que vas estrenar la nova web per expandir les teves creacions a través de la xarxa. Quins altres projectes tens en ment?**

—De projectes sempre n'apareixen. Per començar, sóc una persona a qui li costa molt tenir un no, i això et complica les coses a vegades, però també t'aporta positivitat. Bàsicament suposo que el projecte més important que tinc, ara per ara, és créixer amb un ordre i amb una lògica. Conservant l'essència de tot el que he aconseguit fins ara, perquè és el que li agrada a la gent i, sobretot, a mi mateix. ↪