

Estils

La moda torna al Rec d'Igualada

Us presentem les principals novetats d'aquesta cita en què participen més de 100 marques

THAÏS GUTIERREZ
BARCELONA

El Rec d'Igualada arriba a la 20a edició i ho fa amb xifres de rècord: 65 de les antigues adoberies del barri del Rec es convertiran del 8 al 11 de maig en botigues de moda efímeres on s'instal·laran més d'un centenar de marques de moda. Us presentem les sis novetats més destacades d'aquesta nova edició, que espera repetir l'èxit d'assistència de les últimes cites, per on han passat més de 120.000 visitants.

Més marques

La llista de marques que participen en el Rec va creixent cada any i en aquesta edició s'hi incorporen noms com Converse, Munich, Barça, Sueños Negros, Teoh&Lea i d'altres infantils de molt èxit com Bobo Choses, Nobodinoz o Petit Oh! Aquestes se sumen a altres marques que ja fa temps que participen en la cita igualadina, com Levi's, Adidas, Textura, Camper, Mango i Sita Murt, i també a dissenyadors de llarga trajectòria com Txell Miras, Miriam Ponsa o Josep Abril, molt fidels a aquest festival de moda.

S'estrenen els 'personal shoppers'

Per primera vegada, en aquesta edició del Rec es podrà comptar amb l'ajuda i l'assessorament de *personal shoppers*, professionals de l'estilisme que orienten els clients sobre quins són els millors espais i mar-



Els visitants passejant pels carrers del Rec d'Igualada, en una edició anterior de la cita. XAVIER BERTRAL

ques on comprar en funció de l'estil personal, els gustos i les preferències de cadascú. A través de la plataforma Airbnb es podran reservar aquestes experiències. Dins d'aquesta proposta, l'actriu d'Igualada Xènia Tostado es convertirà també en amfitriona del Rec, a través d'Airbnb, d'una experiència amb fins solidaris. Els qui ho vul-

guin podran passejar pel Rec amb Tostado i amb una experta en tendències que els assessorarà i acompanyarà. Així, tots els beneficis d'aquesta experiència es destinaran a la Fundació Privada Àuria, que treballa donant suport a persones amb dificultats especials, en risc d'exclusió social o en situació de vulnerabilitat.

Durada
Enguany la
cita comença
el 8 de maig
i s'allargarà
fins a l'11

El Pop Up Day creix

Aquest espai patrocinat per Estrella Damm està pensat com un mercat de roba on cada dia hi ha lloc perquè els dissenyadors i les marques més emergents i menys conegudes puguin presentar els seus productes. En aquesta edició, l'espai creix i hi passaran 28 creadors i firmes com Nudo Clothing, Name BCN,

David Carson

DISSENYADOR GRÀFIC

“Volia alguna cosa divertida i creativa per al cartell del Rec”

LAURA SAULA
BARCELONA

El primer que sorprèn són les seves celles, exageradament llargues, i els cabells descontrolats. A David Carson (Estats Units, 1955) mai li han agradat les normes ni els protocols. Tot i això, aquest orgullós dissenyador autodidacte és considerat pels crítics d'art una de les figures més destacades del disseny contemporani. Als anys noranta va ser director d'art de les emblemàtiques revistes *Beach Culture* i *Ray Gun*, on va plasmar bona part de l'estil tipogràfic i de disseny que l'ha fet con-

gut arreu del món. De fet, encara que a ell no li agradi el terme, se'l considera un representant de l'era de la tipografia *grunge*, perquè acostuma a fer servir tècniques pictòriques i fotogràfiques anomenades *brutes*, gens convencionals. Ara Carson, que viu entre Amsterdam i l'illa caribenya de Tortola, on practica el surf, una altra de les seves grans passions, ha sigut l'encarregat de dissenyar el cartell de la vintena edició del Rec.

Ha voltat i fet projectes arreu del món. ¿Com ha anat a parar al Rec d'Igualada?

Fa anys vaig conèixer Ramon En-

rich, director d'art del Rec, en una exposició a Barcelona. Ens havíem perdut la pista, però fa poc vam tornar a coincidir i és quan m'ho va proposar. Un dia em va portar en cotxe cap a Igualada i, encara que al principi em va semblar una ciutat molt industrial, quan em va ensenyar el barri del Rec, amb els seus edificis abandonats, vaig entendre la seva idea i tot em va transmetre una sensació molt bona. Allà el Ramon em va deixar treballar al seu estudi, que és en una antiga adoberia.

¿Com es va inspirar per fer el cartell del Rec?

Com en qualsevol altre projecte, al principi no faig servir cap mena d'esquema o sistema concret. En



El dissenyador David Carson la setmana passada a Barcelona.

CRISTINA CALDERER

aquest cas tenia alguns ingredients al cap sobre el concepte del festival, així que vaig pensar a transmetre alguna cosa divertida i creativa. Sempre intento mostrar tota la informació que m'han donat en un sentit emocional, perquè el que està clar és que no es pot oferir una informació i no rebre cap reacció.

Un dels seus secrets és que utilitza la tipografia com si fos una imatge.

És innegable que una imatge és molt poderosa i aconseguir que una persona es decideixi o no a llegir un text, per molt bo que sigui. El que intento és que la tipografia tingui el mateix poder que una imatge, de manera que el lector no es pugui resistir a submergir-se en el text.