

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Entrelazando

La re-significación del macramé en una colección de indumentaria

Dominguez Victoria

Cuerpo B del PG

17/09/2014

Diseño de indumentaria

Creación y Expresión

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Índice	
Lista de imágenes seleccionadas	3
Introducción	4
Capítulo 1: La moda en la posmodernidad	10
1.1: La caída de las bases modernas de la moda	10
1.2: Un nuevo concepto de lujo	16
1.3: El retorno a las raíces.....	20
1.4: El compromiso social y cultural en el diseño	23
Capítulo 2: Antecedentes del macramé	22
2.1: Los nudos en la historia del hombre y el tejido	27
2.2: Simbolismo de los nudos	29
2.2.1: Nudos celtas	29
2.2.2: Nudo budista sin fin	30
2.2.3: Nudos chinos	31
2.2.4: Los quipus	32
2.2.5: Nudos maoríes	34
2.3: El trenzado como tejido	36
2.4: Macramé en los pueblos árabes y de la Mesopotamia	37
2.5: Macramé en Europa	38
2.6: La expansión del macramé	39
2.7: El macramé en el Siglo 20.....	40
2.7.1: El macramé introducido por la generación hippie	40
2.7.2: El macramé en los años 70	40
2.8: El macramé en la actualidad	41
Capítulo 3: Antecedentes del macramé en el diseño	42
3.1: El macramé como una micro-tendencia	42
3.2: Las casas de Alta Costura	46
3.3: Grandes marcas internacionales.....	49
3.2: Nuevos diseñadores y marcas	52
Capítulo 4: La re-significación del tejido manual	54
4.1: La significación en el diseño.....	54
4.2: El tejido manual en el diseño	59
4.3: El tejido artesanal en el diseño internacional.....	60
4.4: El tejido artesanal en el diseño nacional	61
4.5: La re-significación del macramé.....	64
Capítulo 5: Colección Entrelazando	67
5.1: Partido conceptual	67
5.2: Identidad de autor	70
5.3: Sistema de colección.....	75
5.4: Proceso y recursos de diseño	78
5.5: Prototipo y producción fotográfica.....	81
5.6: El macramé revalorizado y re-significado	82

Conclusiones	84
mágenes seleccionadas	90
Lista de Referencias Bibliográficas	94
Bibliografía	96

Lista de imágenes seleccionadas

1: Vestido de Christian Dior	91
2: Vestido Gucci	91
3: Vestido de Diane Von Furstenberg	92
4: Macramé por Chichi Luo	92
5: Macramé por Eleanor Amoroso	93

Introducción

Este proyecto de grado (PG) tiene la finalidad de expresar una identidad de autor, a través de la realización de una colección de 15 conjuntos, producidos mediante la técnica del macramé. Es por esto que está ubicado dentro de la categoría de Creación y Expresión, debido a que se pretende plasmar en la misma una mirada personal de este tejido manual milenario, con el fin de otorgarle una re-significación. La línea temática del trabajo es “Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes”.

El tema de este PG es la necesidad de revalorizar el trabajo manual, y recuperar una técnica milenaria, que forma parte del folklore de muchos pueblos y culturas, que en la actualidad ha ido perdiendo vigencia, debido al sistema seriado de producción masiva. Esta investigación surge desde una inquietud personal que encuentra en el macramé una herramienta que puede servir para la creación de prendas únicas, dotadas de un alto nivel de producción artesanal. La problemática a considerar en este PG es la pérdida de valor y conocimiento de una técnica ancestral como es el macramé. Se piensa que si bien el macramé sigue siendo muy utilizado por los artesanos actuales para la realización de brazaletes, aros y collares, casi no se lo utiliza para la fabricación de prendas de indumentaria.

El objetivo general de este trabajo es re-significar el tejido manual en macramé mediante el diseño de una colección de quince conjuntos que muestren una identidad de autor.

Los objetivos específicos de este trabajo son revalorizar el trabajo artesanal en contraposición con el producto seriado, darle un nuevo uso a un sistema de tejido utilizado principalmente como método decorativo, investigar en profundidad los antecedentes del macramé a lo largo del tiempo y específicamente en el área de diseño de moda y definir de

qué forma se plantea la re-significación propuesta, considerando el análisis de otros diseñadores que revalorizan las técnicas artesanales.

Se buscaron como antecedentes de proyectos de graduación, aquellos relacionados a la valorización de lo artesanal, o la identidad cultural. También se tuvieron en cuenta los que se encuentran en el área de la moda, y en la categoría de creación y expresión, con la finalidad de desarrollar una colección.

Maupas Oudinot, C. L. M. (2012). *El sistema de la moda en Buenos Aires*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este PG se vincula a esta investigación porque pertenece a la categoría de Creación y Expresión y atraviesa un proceso similar al presente. Analiza el sistema de la moda en Buenos Aires, y plantea un proceso creativo distinto de diseño.

Melo, C. (2012). *Futuro: re-significación del pasado*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este PG se vincula con la investigación presente debido a que también consiste en el diseño de una colección de indumentaria que re-significa el pasado.

Se toma como referencia el trabajo de Popolizio, S. (2011). *Viejas técnicas, nuevas oportunidades. (El trabajo artesanal textil como patrimonio cultural)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Se vincula al PG porque plantea el problema de la desvalorización de las técnicas artesanales en la actualidad y busca reinventarlas en una colección de indumentaria

Rodas, M.S. (2012). *El poncho cosmopolita. (Revalorización artesanal del poncho argentino)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de

Palermo. El PG mencionado busca revalorizar y re-significar un elemento artesanal regional, que es el poncho. Por lo tanto, se lo puede asociar con los objetivos de esta investigación.

El trabajo de Calzoni, C.O.M (2011). *Revalorización del diseño artesanal. (Creación de una línea de carteras artesanales)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este PG tiene como objetivo conocer y valorizar el trabajo artesanal en la ciudad de Buenos Aires, para el desarrollo de una colección de carteras.

Otro antecedente es el PG de Pacheco Guerrero, G.T. (2011). *Técnicas nativas de la Amazonía peruana aplicadas a la indumentaria*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Pacheco investiga las técnicas artesanales de pueblos de la Amazonía, con el fin de aplicarlos en una colección de indumentaria, valorizando la diversidad cultural.

Duran, M.X. (2011). *El diseñador en las sociedades venideras. (Futuras aplicaciones y conocimientos del diseño y del diseñador)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este PG establece una hipótesis sobre los cambios del diseñador en la sociedad venidera. Se vincula con este PG porque analiza los cambios de la moda, y la postura del diseñador frente a estos.

Maza, C.B. (2011) *Desarrollo de la textilería mapuche en Chubut*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este es un ensayo que tiene como objetivo estudiar el desarrollo textil del pueblo mapuche, para la creación de una colección de indumentaria realizada con sus tejidos.

De Luca, A. M. (2013). *Tejiendo hacia el norte (Emprendiendo nuevos diseños)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. La

investigación de De Luca tiene como objetivo analizar el tejido artesanal en el diseño, centrando su investigación en el desarrollo textil de Santiago del Estero, para el desarrollo de una colección.

Jimenez Bermolen, G. *Moda autóctona (La vestimenta de las cholitas bolivianas y su significado)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este trabajo intenta analizar la vigencia de la indumentaria de las cholitas a lo largo del tiempo. Se lo vincula al PG porque busca comprender la tendencia actual de revalorización de lo autóctono, y plasmarlo en el diseño de una colección.

Al momento de buscar bibliografía referida a la técnica, se encuentra con un número muy reducido. Muchos de los libros que hablan sobre el macramé, son en realidad manuales de tejido, que enseñan algunos nudos, y distintas labores. Afortunadamente estos manuales, también tienen una introducción que explica los orígenes del tejido y otras consideraciones que permiten tener una idea general del macramé.

Se toma como referencia el libro de Boberg A.M. y Svennas E, titulado *Macramé*, con la finalidad de comprender la importancia de este tejido. Las autoras dan una clara definición del macramé: "El arte de anudar hilos de distintos materiales para combinarlos en infinidad de variantes y lograr trabajos prácticos y decorativos es una antigua técnica artesanal". (1976, p. 7).

Otro libro que se toma como referencia es el de Rubin Sara titulado "Macramé". Latour de Botas es la autora del prólogo de este libro y en él expresa su visión del tejido anudado:

Pero el arte, esa capacidad humana de sublimar la materia y exaltar las destrezas hasta ponerlas al servicio de la creatividad del artista, ha logrado potenciar el macramé: ha recogido y mantenido al nudo, elevándolo, de su condición de simple bien cultural, a la de elemento generador de manifestaciones estéticas. (Rubin, 1996, p. 7).

Con el fin de re-significar el macramé, revalorizando una técnica artesanal, es preciso contextualizar el diseño en mundo posmoderno. Se consideran los cambios y tendencias sociales, ya que estas afectan a la moda inevitablemente, y es necesario entender de qué modo. Para lo mismo, se utiliza el texto de la socióloga Salquin Susana titulado “La muerte de la moda, el día después.” Este libro sirve de referencia a lo largo de todo el PG, debido a sus predicciones sobre la moda, y los nuevos roles del diseñador. También sirve de marco teórico el ensayo Lipovetsky G. llamado *El imperio de lo efímero*, que habla sobre el sistema de la moda visto desde una perspectiva muy social, teniendo en cuenta la posmodernidad.

La metodología utilizada para cumplir con todos los objetivos impuestos en este PG, consta de varias técnicas descriptivas. Por un lado se realiza una investigación profunda en diversas fuentes. Se analiza la información obtenida, y se comparan autores. Por otro lado, también se observan los antecedentes del macramé en el diseño, y se elabora un análisis descriptivo de las colecciones en las cuales interviene esta técnica. También se estudian otros diseñadores que tienen una fuerte impronta artesanal y que adaptan técnicas artesanales ancestrales al tiempo contemporáneo. Para finalizar se diseña una colección considerando la investigación previamente realizada.

Este PG se vincula con todas las materias troncales de Diseño de Indumentaria de la carrera, ya que el mismo se realiza teniendo en cuenta todo lo aprendido en estas materias. Diseño de Indumentaria 1 se llama creación en moda, y dentro de los contenidos de la materia se encuentran la investigación, la exploración, el pensamiento proyectual, la realización de envolventes y la creación de texturas. Como este PG, es un proyecto de creación y expresión, se cumplen los pasos aprendidos en esta primera materia introductoria al diseño. Por lo tanto, este trabajo puede servir en la asignatura como ejemplo de investigación, de experimentación y del proceso de diseño. En Diseño de Indumentaria 2, se

analizan los estilos urbanos y se comienza a plantear colecciones. Se refuerzan los conocimientos y al exploración de texturas. Este trabajo propone la revalorización de una textura tejida que es el macramé, y que puede ser utilizada como un recurso de diseño. Como el PG consiste en el desarrollo de una colección compleja de indumentaria, puede servir de ejemplo de proyecto, para Diseño de Indumentaria 3. Dentro de los contenidos de Diseño de Indumentaria 4, está la observación de tendencias, para el desarrollo de una colección diseñada teniendo en cuenta el target objetivo y la identidad de diseñador. Por lo mismo, este PG se vincula con la asignatura en cuestión ya que se analiza una tendencia actual, que es la recuperación de la artesanía textil en contraposición con la producción en serie. Por esto también se vincula con Diseño de Indumentaria 5, llamada Moda y tendencias. Para finalizar, el PG se vincula estrechamente con Diseño de Indumentaria 6, llamado Identidad corporativa. Si bien esta asignatura está focalizada en la imagen de marca de diseño, esto se relaciona con la imagen e identidad del diseñador, que es lo que se intenta plasmar en la colección de este PG.

Capítulo 1: La moda en la posmodernidad

Este capítulo intenta contextualizar el diseño de indumentaria en una sociedad posmoderna y globalizada. Para ello se define qué es la posmodernidad y qué es la globalización y cuáles son sus características. Se cree que hay una sociedad que está emergiendo, dotada de nuevos valores, de nuevos intereses y de nuevas inquietudes. La moda muta según las necesidades emergentes y se comienza a debilitar el sistema que la rigió durante toda la modernidad. A esta se lo relaciona con los cambios sociales y culturales a lo largo del tiempo y se define el rumbo que toma esta de manera inevitable en la posmodernidad. A su vez, se define el rol del diseñador contemporáneo como recuperador de rasgos culturales ancestrales. Se investiga de qué modo el diseñador puede adaptarse a las necesidades sociales, tales como el retorno a las raíces y la revalorización de la artesanía, la nueva concepción del lujo, y cuál es su responsabilidad como comunicador.

1.1: La caída de las bases modernas de la moda

La actualidad es un tiempo complejo que genera muchas discusiones filosóficas. Existen muchos indicios que permiten afirmar que la modernidad ha terminado. La globalización posible gracias a los medios masivos de comunicación ha dado lugar a un nuevo tiempo: la posmodernidad. Para el pensador pos-modernista Vattimo, (1990, p.14), los medios masivos de comunicación han servido para desplazar la figura eurocéntrica y darle la voz a distintas minorías, grupos étnicos y sub-culturas, que exponen diferentes visiones y estilos de vida.

Es cierto que la globalización permite dar a conocer culturas que se encuentran muy distantes entre sí, a través de los medios de comunicación. Sin embargo es cuestionable la eficiencia de estos a la hora de promover las diferencias culturales, ya que estos suelen

causar una visible homogeneidad a nivel global, producto de los bienes, los valores y los estilos de vida que se promocionan en ellos. El consumismo masivo, iniciado en la segunda década del siglo anterior, solo puede ser posible gracias a las publicidades, y a la oferta constante de productos que crean mandatos en las sociedades. Desde ese momento hasta la actualidad, los medios intentan desarrollar nuevas necesidades que manipulan los deseos de las masas, haciéndolos cada vez más comunes.

Lo que sí se puede afirmar es que los grandes relatos, los ideales y las utopías que sostuvieron la modernidad, se han desintegrado, debido a los acontecimientos del siglo 20, que revelaron la incompetencia de los mismos. La sociedad va entrando en una nueva contemplación con la posmodernidad: de sociedad industrial a sociedad cibernética o de la información.

Todo lo que era principalmente regional, nacional y continental, ahora es también, y principalmente, mundial. La sociedad global es el escenario histórico en el que las condiciones de integración y antagonismo, enajenación y emancipación, se desarrollan de manera amplia y acelerada, influyendo en individuos, grupos, clases, etnias, minorías, sociedades y continentes. (Ianni, 1998, p.122).

Esta visión del autor define de forma simple las características de un mundo globalizado. Un mundo cuyas fronteras se disuelven, y los rasgos culturales se difunden y se comparten cada vez más. Un mundo donde todo se comparte, y donde todo se apropia.

La moda, lejos de estar inmune a los cambios sociales y culturales, se ve consecuentemente afectada por los efectos de los mismos. La crisis de la modernidad, que ha dejado a la sociedad en un estado de nihilismo, de falta de horizontes, de desconfianza, se refleja de algún modo en la moda. Por otro lado, la sociedad industrial, que consiguió satisfacerse por medio del excesivo consumo, necesario para equilibrar la oferta masiva constante, deja de hacerlo con el ímpetu anterior.

Se considera necesario describir, de forma breve, el sistema organizado de la moda, característico de la modernidad. Este se inicia de la mano de la Alta Costura, creada en 1857 por el inglés Charles Frederick Worth, radicado en París. Este modisto convertido en diseñador, revoluciona el mundo de la moda al diseñar pequeñas colecciones que presenta a las damas de la alta sociedad. Sus diseños se van a convertir en estamentos a seguir, y van a reglamentar las tendencias de manera determinante.

La alta costura se va a imponer durante todo siglo, generando la llamada “moda centenaria”. Este rubro, al que solo acceden una reducida cantidad de mujeres de posición social elevada, va a servir de distinción y de señalador jerárquico a las consumidoras del mismo. Lipovetzky señala que “La moda moderna, bajo la lujosa autoridad de la Alta Costura, apareció como la primera manifestación de un consumo de masas; homogénea, estandarizada, indiferente a las fronteras”. (1990, p.81). Además supone que la producción industrial de la moda, en una sociedad con determinados valores adquiridos y promovidos mediante los medios masivos de comunicación, llevaron a la desaparición de trajes regionales o folklóricos y a la acentuación en las diferencias sociales mediante la vestimenta, entre otras cosas.

La moda centenaria, manipulada por tan solo una pequeña cantidad de personas especializadas, va a controlar toda la industria de la moda a lo largo de cien años. Cien años en los que reinan los valores del capitalismo y la sociedad industrial: la producción en exceso, el consumo desmedido, las diferencias sociales. El ideal eurocéntrico gobierna el mundo, y en lo que respecta a la moda, esta no es la excepción. París es la cuna de la moda centenaria y las mujeres occidentales basarán su vestimenta basándose únicamente en las tendencias enviadas desde la capital francesa.

Las revistas de moda se van a encargar de difundir un código de vestimenta que no deja lugar a interpretaciones personales. Las tendencias indicadas por los creadores de la alta costura van a ser autoritarias en la moda centenaria. Cerca de la década del 30, las casas de moda comienzan a preparar colecciones por temporada, una por cada estación del año. Esto genera ciclos de cambios cada vez más cortos, que obligan a las mujeres a cambiar el vestuario con más frecuencia, para estar a la moda.

El *New Look*, creado por Christian Dior en 1947, es el último mandato de la moda centenaria. Este aparece en un periodo de búsqueda de ilusión, necesario después del fin de las guerras más espantosas que la humanidad vivenció. La necesidad de la sociedad de abstraerse de las calamidades ocurridas, y las condiciones económicas de la década del 50, llevan a la búsqueda del lujo, del consumo, del exceso y la ostentación. El *New Look* es sinónimo de la banalidad y superficialidad de este periodo, y tuvo un éxito de gran magnitud. Sin embargo, el gran número de jóvenes producto del *baby boom*, comienzan a demandar a la industria de la moda, lo que la alta costura no le ofrece. Este hecho y la aparición del *pret-à-pôrtier* dan por finalizada la moda centenaria, y el inicio de la moda abierta o democrática. Este es el primer requiebre del sistema de la moda moderna. Sobre la moda abierta sostiene un autor:

En lo esencial, esta segunda fase de la moda moderna prolonga y generaliza lo que la moda centenaria estableció como lo más moderno: una producción burocrática orquestada por creadores profesionales, una lógica industrial en serie, colecciones de temporada y pases de modelos con fines publicitarios.” (Lipovetsky, 1990, p. 119).

La democratización de la moda, acompañada de los medios de masas y de los valores de la modernidad, provoca la desaparición de las vestimentas típicas regionales, y una encubierta homogeneización general. El hedonismo es un vehículo que ayuda a encauzar el deseo de moda característico de este tiempo moderno. Los medios masivos de comunicación

promueven este deseo y a la vez lo llevan a los sectores populares que durante la moda centenaria no contaban con los medios para acceder a las últimas tendencias.

Es en la década del 60 que se produce uno de los cambios más grandes en la moda, que desestabiliza las bases de las mismas. Por un lado, la juventud adquiere un poder de influencia y se convierte en un foco de interés de los empresarios. Las jóvenes tienen la necesidad de desprenderse de la ostentación y la sofisticación de sus madres y buscan diferenciarse. Surgen las anti-modas, y a diferencia de la moda centenaria, donde el diseñador diseña desde su inspiración personal, ahora esta se busca en la calle, en las subculturas urbanas, en los grupos musicales. Los estilos se ramifican y cambian vertiginosamente.

Otra autora considera que la moda democrática permite una cierta libertad en la elección, pero esta sigue manipulada por la difusión masiva, según Saulquin: "Se juega entonces a enfatizar las diferenciaciones de gustos y estilos de vida, para esconder y disfrazar la repetida presencia de la prenda homogeneizada". (1998, p.66).

La producción industrial es producción sin conciencia. Con el afán de producir enormes cantidades, se dejan de lado valores éticos como la responsabilidad ecológica y social. Frente a esta forma de producción de moda, aparecen grupos que se rebelan a sus reglas. Grupos que manifiestan su inconformismo mediante la adaptación de un estilo de vida diferente, valores e indumentaria. El movimiento hippie es uno de las primeras subculturas que toman conciencia de las consecuencias de este sistema, y pretenden volver a general una relación armónica con la Naturaleza. Se oponen a la sociedad de consumo y buscan revitalizar la espiritualidad. Los ideales de esta cultura son de gran influencia y son los antecedentes a la tendencia emergente en la actualidad.

Para algunos autores la actualidad es un tiempo en el que la moda pierde su poder arbitrario, y las masas ya no siguen las tendencias impuestas porque tampoco las comprenden. Es que las colecciones por temporada requieren de pequeños cambios y una yuxtaposición de estilos, que permiten una libertad más amplia a la hora de decidir la apariencia individual. De todos modos, aunque ya no existe una moda unitaria, la tendencia a la mimetización, producto de los medios de masa, sigue vigente.

Resulta interesante analizar, como la sociedad posindustrial que ha llegado a la casi total masificación de las personas y a la homogeneización de los objetos, paradójicamente y debido a las urgencias para intensificar los consumos, impulsó una segmentación del mercado y una multiplicación de tendencias, que a la larga van a provocar un efecto opuesto al buscado. (Saluquin, 1998, p. 18)

De esto modo, se puede pensar que mientras que en la actualidad, las bases de la modernidad se encuentran agotadas, la pasión abandonada y la confianza perdida, lo mismo ocurre en el sistema de la moda. Las personas ya no obtienen la satisfacción prometida mediante el consumo. La indumentaria ya no es un símbolo de jerarquía social como en la moda centenaria. La moda abierta, con sus variedades de opciones y estilo, al contrario de lo que podría esperarse, no logra generar una originalidad general en las elecciones personales del vestir. La calle muestra una neutralización en los códigos vestimentarios, una monotonía.

El sistema de la moda tal como se lo conoce hasta el final del siglo anterior, se está desarticulando, sus bases ya no pueden ser las mismas, porque el hombre no es el mismo. Los valores y los intereses han cambiado y la moda debe adaptarse a las demandas de esta sociedad que emergente. El futuro viene con una nostálgica mirada al pasado. La vestimenta ya no puede ser un símbolo jerárquico, sino un comunicador de identidad individual y colectiva.

El humanismo y el naturalismo comienzan a influir en las formas de diseño y producción como tendencia global. Pero una de la tendencia más importante de este tiempo, y la cual se toma en gran consideración para el desarrollo de este PG, es el desprendimiento del ideal europeo dominante en la modernidad. La globalización permite el intercambio con culturas fuera de Europa, y el renacer de la voz de los distintos pueblos, entre ellos, los precolombinos, los orientales, los africanos y los polinesios. El consumo masivo se pone en tela de juicio y se busca el consumo responsable. Comienza otro periodo de la moda, un periodo más consiente.

1.2: Un nuevo concepto de lujo

El lujo es un concepto complejo que tiene vertientes muy subjetivas. La definición de lujo es también social y cultural, ya que su concepción depende del contexto social en el que esta se origina. Se puede afirmar que la idea de lujo también depende del tiempo histórico. Antes de la Revolución Industrial, se lo concibe de manera muy distinta, ya que se lo relaciona con la exclusividad. Pero la producción en serie introduce diferencias abismales, ya que el lujo se comienza a fabricar masivamente. La abundancia de productos, y el alcance de los mismos a sectores sociales más bajos, modifica las nociones que se tiene de la exclusividad, sobre todo como referente de categoría social.

El lujo es elitista y potencialmente se basa en la tradición, en la conservación de esta o al menos en la atracción que ejerce, mientras la modernidad es igualitaria, democrática e inclusiva, parece iconoclasta y se define a sí misma como un contrapunto a la tradición. Pero, de hecho, desde que el lujo ha llegado a convertirse en una industria tan importante en Occidente, ese antagonismo entre tradición y modernidad ya no es un problema para nadie: los bienes de alta gama se producen en serie. (Sudjic, 2009, p. 104).

De este modo se puede afirmar que la modernidad rompe con la vieja idea de lujo, aquella relacionada con la tradición, en la exclusividad, debido a que la producción industrial no es compatible con estos términos. Sin embargo, todo vuelve a cambiar con la desintegración de las bases de la modernidad. Hay una modificación de los valores humanos, un cambio de posición de los mismos, que provoca el replanteamiento de los ideales. Mientras que la modernidad tiene como valor ideal la obtención de bienes materiales y la acumulación promovida por la ética protestante, que a su vez colabora con el proyecto capitalista, este tiempo emergente cuestiona muchas de las verdades de la sociedad anterior, y el concepto de lujo es uno de ellos.

El consumo material ya no es una vía que lleva a la felicidad, solo produce una satisfacción momentánea y efímera. Ahora se valoran las experiencias, la información, las vivencias, y también el significado de lo que se consume. Hay una creciente tendencia de un público consciente que demanda conocer el proceso anterior a la terminación de un producto a la venta. Las personas reclaman la certeza de que cada producto que compran viene acompañado de una producción responsable, de un comercio justo. Para entender el nuevo concepto de lujo, hay que entender los cambios sociales de la posmodernidad. Según un autor, la sociedad posmoderna se caracteriza por:

...Búsqueda de calidad de vida, pasión por la personalidad, sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido, culto de la participación y la expresión, moda retro, rehabilitación de lo local, de lo regional, de determinadas creencias y prácticas tradicionales. (Lipovetsky, 1986, p 10)

Siguiendo esta línea de pensamiento, se puede afirmar que estos valores de la sociedad posmoderna se ven reflejados en los intereses de las personas. El retorno a la tradición, a lo regional y la preocupación por el medio ambiente, conduce a los consumidores a buscar

productos coherentes con estas características, y los productos de lujo deben reflejarlas de manera excepcional.

En la modernidad, el lujo es la ostentación, el lujo viene de la mano de las firmas. El reconocimiento de marcas destacadas de la moda en una pieza de indumentaria es lo que le da un valor agregado mucho mayor a lo que es en realidad, teniendo en cuenta solo el diseño y los costos de producción. Exhibir el logo de una marca es la muestra una categoría social, lo cual es una necesidad de la sociedad moderna. Este concepto de lujo está cambiando por completo, ya que las personas necesitan diferenciarse, mostrar su unicidad, expresar una identidad diferente a la de las masas.

La personalización es un requisito del lujo que le agrega al diseño una gran estimación. Las personas desean adquirir algo único. El lujo es aquello exclusivo, aquello que no se encuentra en todas las tiendas del centro comercial. Es algo que lleva consigo un simbolismo especial y a su vez tiene una estrecha relación con la artesanía, debido a que esta se logra mediante el conocimiento de la técnica, la dedicación y el tiempo. Es por esto que se dificulta encontrar el lujo en los productos fabricados en serie. Con respecto a esto, Sudjic reflexiona que "...si el lujo se basa en la dificultad y la escasez, una vez que el esfuerzo ha sido eliminado, también desaparece el marchamo del lujo." (2009, p. 106). Por esto es que cada vez más se encuentran características de lujo en lo artesanal, sobre todo en la moda. Las personas que consumen lujo, buscan exclusividad. Esta exclusividad no la pueden encontrar en productos seriados, ya que estos están pensados para llegar a una considerable cantidad de personas.

La producción artesanal, que a su vez conlleva una significación cultural, tradicional y una riqueza de valores ancestrales, es el nuevo requerimiento del lujo. La artesanía le ofrece a cada producto un grado de dedicación y de entrega, como ningún otro método de producción

lo hace. La artesanía textil, totalmente dejada de lado en la producción industrial de la modernidad, es un tesoro escaso, que permanece en las manos de pequeños grupos de personas, que deben transmitirlo a las generaciones jóvenes para que se mantenga vigente en el tiempo.

El concepto de lujo se relaciona con varios aspectos. Primero, con la exclusividad, ya que el consumidor de lujo demuestra pertenecer a un estatus social alto, conformado por un porcentaje de personas muy pequeño en el mundo. Se relaciona con la calidad, con un alto nivel de diseño y por último, con la artesanía. Por supuesto que el concepto de lujo no es universal, ya que cada cultura, construye su propia visión, y a la vez las personas lo hacen de manera individual, pero si es cierto que dentro del mercado de lujo internacional, se observan ciertos parámetros que indican esta reinterpretación del mismo.

Otra tendencia que cambia las bases del sistema de moda moderno, es el *slow luxury*:

La moda lenta se trata de diseñar, producir, consumir y vivir mejor. No se basa en el tiempo sino en la calidad, es un acercamiento diferente en el que diseñadores, compradores y consumidores están más atentos al impacto que los productos tienen en los trabajadores, las comunidades y los ecosistemas". (Leonardi, 2008, p. 128)

En este sentido, se puede decir que el *slow luxury* es una tendencia que promueve la creación de productos con una mayor esperanza de vida. Esta tendencia que empieza a ser muy tomada en cuenta por los diseñadores de lujo, tiene que ver con la sustentabilidad de los productos que se comercializan. Los productos pertenecientes a esta moda lenta, tienen un valor mucho mayor a los que no lo hacen, pero están pensados para que perduren por mucho más tiempo.

El consumo de la sociedad industrial está sostenido por un comportamiento sistemático que consiste en usar y tirar. Los productos seriados no solo están fabricados con una calidad que

le otorga baja prolongación de vida a los mismos, sino que las modas cambian tan rápidamente y se vuelven tan autoritarias, que un producto de una temporada pasada, es un producto que no puede ser utilizado, por estar fuera de moda. La sociedad de la información es consciente de las consecuencias que provoca este tipo de producción y consumo descartable, porque se difunden, y se pueden observar a través del sentido común.

Las personas desean invertir en un objeto de diseño que perdure en el tiempo gracias a su calidad y al desprendimiento de las modas temporarias. Además, su modo de producción tiene que ser totalmente amigable con el medio ambiente, ya sea en la fabricación de sus materiales, en la no eliminación de desechos tóxicos, y de ser posible, en la utilización del reciclado. Esta tendencia conocida en español como moda lenta, tiene como objetivo la atemporalidad, es decir que no se adapta el diseño a las tendencias predominantes de una temporada, las cuales tienen un periodo de auge menor que cualquier otras. Estas tendencias llegan a un punto en que su difusión y masificación es tan grande y general que solo puede durar un tiempo efímero, ya que produce un agotamiento visual, lo cual lleva al pronto rechazo. La moda lenta permite permanecer muchas temporadas porque están realizadas con líneas clásicas. La materialidad y confección debe ser totalmente confortable, se debe sentir bien al tacto, y deben lograr prendas cómodas.

1.3: El retorno a las raíces

La globalización permite vincular las creencias y valores de las culturas más distantes, lo cual le permite a Occidente conocer el mundo oriental, conectarse con él y tomar de este lo que considera valioso. Lo mismo ocurre viceversa, lo cual genera una riqueza de conocimiento y de información. Las personas comienzan a comprender que no hay una sola verdad, una única forma de vivir de la vida, y que la suya es tan solo una más, en especial la

Europea. A su vez, las culturas regionales también alzan su voz, y comienzan a ser valoradas por su diversidad y riqueza. Lo mismo ocurre con las no-modas y las anti-modas toman un poder de influencia como nunca antes. Sobre el re-surgimiento de culturas ancestrales en la sociedad global, reflexiona un autor:

A pesar de los procesos avasalladores que parecen destruir todo, las formas sociales pasadas permanecen y se afirman por dentro de la sociedad global. En cierto grado todas se transforman, revelando su originalidad, dinamismo, congruencia interna, capacidad de intercambio. Así, la formación de la sociedad global puede ser vista como el horizonte en el que se revela la multiplicidad de las formas de ser, vivir, actuar, pensar, soñar, imaginar. (Ianni, O. 1998, p. 50)

Entonces se puede decir que esta sociedad emergente, que es testigo de la destrucción de la naturaleza con fines lucrativos que solo benefician a unos pocos, y que también es testigo de los desastres ambientales producidos por la explotación de los recursos, la contaminación y por lo tanto el calentamiento planetario, busca desesperadamente un refugio de todo esto. Encuentra en la simpleza de las culturas regionales, una forma de vida que le provee gran riqueza cultural, y la aleja de los mandamientos modernos, que tanto daño causan. Descubre nuevas formas de pensar y de vivir, y las busca en el pasado, en las culturas ancestrales. Así también se reencuentra con la artesanía como forma de producción. Sérant, en tiempo aún moderno, declara aludiendo a la artesanía que “no se abraza un oficio artístico para huir de la sociedad industrial, sino porque el oficio artístico responde a las necesidades actuales”. (1967, p.89). De esto modo, se puede decir que la tendencia creciente en retomar elementos de pueblos distintos a los dominantes de la modernidad, no se da como un escape a los cientos de aspectos negativos de la actualidad pos-moderna, sino como una herramienta para enfrentarla, valiéndose de aquellos elementos que tienen tanto valor cultural y que se contraponen a las avasallantes formas de producción y consumo modernas.

El predominio de los valores europeos durante la modernidad, provoca el desprendimiento de los rasgos culturales en América. Una vez agotados los valores de la modernidad, surge la necesidad de recuperar algunos aspectos de la esencia de los pueblos precolombinos. Los hechos demuestran que la producción industrial desmedida provoca los más terribles desastres ecológicos: la deforestación de los bosques, la contaminación del agua y el aire, y en consecuencia, el calentamiento global. A su vez, el calentamiento global produce catástrofes naturales, y la sociedad de a poco toma conciencia que el sistema ya no puede continuar impune. Por esto, es necesario combinar las técnicas ancestrales de producción con tecnología avanzada sustentable.

El consumo material va perdiendo su predominio por no provocar la satisfacción esperada, y la sociedad comienza la búsqueda de la felicidad mediante el desarrollo de la espiritualidad. Encuentra en las culturas ancestrales, en el Oriente y en otros pueblos, una manera simple de vivir en armonía con el universo, la Naturaleza y el espíritu, que no la encuentra en la cultura moderna. Es probable que este desarrollo espiritual provoque la creatividad y se refleje en el diseño y en los estilos adaptados por personas individuales. También es posible que vuelva a predominar el color, abandonado por el hombre moderno, alejado de la naturaleza en las grandes ciudades.

En este tiempo de agotamiento de la sociedad industrial, y transición a una sociedad cibernética, una sociedad de la información, se le da lugar en el mercado a emprendimientos artesanales pequeños. La revalorización de la artesanía textil cobra importancia en la moda y es una tendencia que crece cada vez más. Se intenta plasmar la identidad de diferentes etnias, pueblos y culturas regionales en la indumentaria, intervenida por la visión del diseñador, que retoma las técnicas artesanales y las adopta a su estilo de diseñar. Además existe la posibilidad de fusión de las mismas que combina diversas técnicas de distintos

grupos. Esta tendencia es un claro reflejo del intercambio cultural producido por los medios de comunicación en la globalización.

Una autora predice: “Se transitará del vestido seriado, consumido idealmente y en tiempo diferido como motor de la existencia y por lo tanto nunca satisfactorio, al vestido que transparenta de la identidad del portador”. (Saulquin, 1998, p.107). Una prenda con alto nivel artesanal tiene un valor que no puede compararse con una prenda producida en serie. La dedicación, el tiempo, y la habilidad volcada en una prenda de este tipo, hacen que esta adquiera una dimensión especial, ya que cada prenda es única. Una prenda artesanal da la sensación de estar elaborada con amor, de estar pensada para una persona en especial, y esto es lo que busca una sociedad cibernética que se siente cada vez más alejada del contacto personal.

En una sociedad que se cansa de la homogeneización producida por difusión masiva, nace el deseo de diferenciarse, de proyectar una identidad individual, de tener algo único, dentro de un marco colectivo. El diseño artesanal vuelve a cubrir este deseo, y para lograrlo es necesario detenerse a mirar el pasado, para rescatar la riqueza del mismo, que muchas veces, se encuentra en la simpleza. Para Sérant: “El artesano del arte también se vuelve al pasado, pero con un espíritu completamente distinto: con la convicción de que las fuentes antiguas no se hallan agotadas, que ciertas aspiraciones fundamentales subsisten a través de las épocas”. (1967, p.84). Es decir, que se vuelve a las raíces, se mira el pasado, se mira el origen, pero se lo dota de un significado contemporáneo, que es lo que le permite permanecer vigente, y le permite tener la idea de que aún se pueden rescatar aquellos valores pasados que se miran con nostalgia.

1.4: El compromiso social y cultural en el diseño

A nivel global, en el rubro de indumentaria, la tendencia del diseño responsable crece cada vez más. Cuando se habla de diseño responsable, se abarcan dos esferas: por un lado la responsabilidad ecológica, por otro lado social. . “Los aspectos ecológicos y sociales se hacen más importantes que nunca y un nuevo y vital rol se abre al diseño.” (Leonardi, 2012, p.126). Esta tendencia se observa con una fuerza creciente en los últimos años. Sin embargo en esta tesis se considera que en el diseño responsable también puede incluirse otra esfera más y esta es la esfera cultural. La responsabilidad cultural en el diseño es entendida en este PG, como el compromiso necesario de recuperar las costumbres culturales de los diversos pueblos, que alguna vez fueron desvaloradas debido a la producción seriada, y gracias al diseño, poder difundir y reafirmar su identidad. Los diseñadores de la actualidad tienen las herramientas para rescatar la artesanía textil de los pueblos, pero es su decisión utilizarlas.

En Latinoamérica se encuentran muchos referentes de este compromiso cultural en el diseño.

Carolina K, es la marca creada por la diseñadora argentina Carolina Kleinman, radicada en Nueva York. En sus diseños conviven rasgos artesanales de distintas culturas de América Latina. La fusión de texturas provenientes de diversos pueblos se une creando un estilo pensado para la mujer actual que vive en este tiempo de globalización. Los viajes le dan la posibilidad a Kleinman de descubrir las riquezas culturales de pueblos situados en el norte argentino, Bolivia, México, Guatemala, Perú, entre otros, y poder inspirarse en ellos para crear diseños que plasmen su identidad. Bajo la consigna del comercio justo, sus piezas son el resultado de un trabajo en conjunto con artesanos que tienen la posibilidad de tener condiciones de trabajo óptimas, a diferencia de la mayoría de los trabajadores de la

producción seriada. Lo destacable de Carolina K, es que trabaja con artesanas que siguen formando parte de pueblos originarios que mantienen tradiciones, rasgos, costumbres y formas de ser y convivir similares a las precolombinas. De este modo, a través de su marca le da la oportunidad de darse a conocer en el resto del mundo, de levantar su voz, de reafirmar su identidad y difundir su maravilloso conocimiento artesanal, de dimensiones inmedibles.

Meche Correa es una diseñadora oriunda de Perú, comprometida con la misión de recuperar los rasgos culturales de su país. Es un exponente de la moda de su país y Latinoamérica y como embajadora de la moda de Perú, se encarga de mostrar las maravillas artesanales de su pueblo al resto del mundo, con un alto nivel de diseño. La diseñadora declara en una entrevista: “ La cultura es la única forma de comunicación con la que yo siento que puedes llegar al alma, y es algo por lo que un país debe luchar, por su arte, su cultura, su artesanía”.(Meche Correa, 2014).

Sus piezas trabajadas artesanalmente se convierten en manifestaciones culturales cargadas de arte, tanto es así, que dos de ellas se encuentran en el Museo Matadero de Madrid y en la primera bienal de Diseño Iberoamericano de Madrid. También algunas de sus piezas se presentan en una exposición en Boston gracias a la elección del fotógrafo peruano reconocido mundialmente, Mario Testino.

Meche Correa además de estar comprometida con la recuperación y difusión de su cultura, también lo está con la causa social que se relaciona con el tipo de producción de sus diseños. Ella cree en la responsabilidad que tienen los diseñadores de ofrecer oportunidades y buenas condiciones de trabajo a los artesanos de su país, que generalmente viven en comunidades muy humildes. A través de los viajes que realiza por su país, va conociendo más artesanas y otras formas de arte textil, que la atrapan y la apasionan. Es entonces

cuando hace una selección de lo que va a utilizar en sus colecciones y junto con la ayuda de estas mujeres reivindica el valor de estos trabajos manuales.

Masdedos, un proyecto ubicado en el estado de Chiapas, México, es una agrupación de artesanos y diseñadores encarada con los valores del diseño responsable. Bajo la filosofía que busca recuperar las tradiciones artesanales de la región, y además generar condiciones justas y óptimas de trabajo, Masdedos revaloriza técnicas milenarias y le otorga una visión renovada, que se adecuan a la mujer urbana de este tiempo. El proyecto organiza artesanos que tienen un conocimiento muy valioso en su materia, pero que no cuentan con los recursos necesarios para una comercialización eficiente, y les permite obtener un salario digno de sus capacidades y dedicación. Es por esto, que Masdedos es un claro ejemplo de compromiso social, cultural y de comercio justo.

Marcelo Senra es uno de los primeros diseñadores argentinos que toman conciencia de la importancia de buscar la inspiración y las técnicas en su propio país. Su labor como recuperador y renovador de elementos autóctonos, ha marcado el camino para otros diseñadores venideros. Senra es citado por Laclau, explicando su trabajo:

Me decidí a llevar los elementos de nuestros artesanos a la moda, siempre revalorizando sus producciones y con la idea de rescatar nuestras materias primas. Después, por suerte, la tendencia acompañó, porque lo étnico se puso de moda, y todo sumó. (Laclau, Tendrarlz, 2010, p. 80)

En un tiempo donde la moda viene dictaminada desde París, Londres, Milán o Nueva York, Senra decide valorizar sus propias raíces y crear diseñados únicos con la fuerte impronta autóctona. Es uno de los pioneros de esta tendencia, y su fuerte convicción le permite lograr una larga trayectoria desinteresada por las modas efímeras provenientes del exterior.

Capítulo 2. Antecedentes del Macramé

En este capítulo se desarrolla una investigación sobre los orígenes del macramé. Se trata de demostrar su riqueza cultural, y la diversidad que esta técnica presenta, debido a la cantidad de pueblos que lo han utilizado a través del tiempo. El macramé es una técnica ancestral de tejido que se conforma a través de la realización manual de nudos. Los nudos son elementos culturales, muchas veces dotados de un simbolismo especial. Es por esto, que en este capítulo se estudian los nudos a través de la historia del hombre, y en diferentes civilizaciones, y se los considera como los primeros antecedentes del macramé. A su vez, en la historia de la vestimenta, los nudos cumplen un papel principal, ya que antes de la invención del telar, los nudos colaboran con la creación de tejidos que cubran el cuerpo. También se estudian técnicas de trenzado en distintas culturas, ya que se las considera como otro antecedente del macramé. A continuación, se explican los orígenes del macramé, desde que se lo concibe como tal, y se intenta analizar su expansión, su evolución y su vigencia hasta la actualidad.

2.1: Los nudos en la historia del hombre y el tejido

“El arte de hacer nudos, culminación de la abstracción mental y de la manualidad a un tiempo, podría ser considerado la característica humana por excelencia, tanto como el lenguaje o más aún...” (Calvino, 2003, p.26). De esta manera, el autor intenta manifestar la importancia cultural de los nudos. Estos han sido un elemento crucial en la evolución de la civilización. Con la única herramienta de las manos, y una cuerda de cualquier tipo, el hombre ha hecho del nudo un medio para cubrir diversas necesidades. El hombre primitivo comienza a anudar tiras de cuero para cubrir sus cuerpos y protegerse. Estos nudos de épocas tan remotas, son los primeros antecedentes al macramé. El nudo es considerado una

de las primeras manifestaciones culturales de la humanidad. Cuando el hombre va perfeccionando su técnica de caza para conseguir su alimento, se vale de otras herramientas, en las cuales los nudos volvían a ser imprescindibles para la fabricación de las mismas.

En tiempos primitivos, las piedras pulidas eran atadas a palos para convertirse en lanzas y flechas, y para esto, el hombre aprende a anudar tiras de forma muy ingeniosa, de tal manera que su resultado fuera el deseado. Luego el hombre progresa en su manera de pescar, y recurre a los nudos para crear redes que le permitan recolectar cantidades mayores de peces, en menos tiempo.

Con el tiempo, algunas culturas antiguas encuentran una maravillosa forma de comunicarse a través de cuerdas de anudadas. Algunas formas son para dar un mensaje concreto, otras para contabilizar, otras para llevar registros precisos, y algunas, ayudan a contar historias. A través de los años, se puede observar que el nudo es esencial en múltiples oficios indispensables en la sociedad. Desde el marinero, hasta el cirujano, desde la costurera hasta el alpinista, desde el carnicero hasta un lutier. El nudo es una herramienta esencial para el desarrollo de las actividades humanas más diversas, pero más allá de servirle al hombre como instrumento de supervivencia, el nudo también toma significados disímiles en las culturas ancestrales. Algunos de ellos tomaron significados místicos, otros sirvieron para registrar, otros para comunicar.

En los tiempos remotos, antes de la fabricación de la primera tela, en el período Neolítico, los hombres anudan fibras vegetales para lograr una especie de tejido que les sirva de protección. Cada pueblo va a utilizar los elementos que encuentran a disposición en la región que habitan.

Podemos rastrear una “prehistoria” de la humanidad, en donde el anudado no era simple decoración sino que respondía a otras utilidades: vestiduras, ornamentos y herramientas de trabajo surgían de labores de esta naturaleza. Siendo las manos la principal herramienta, esta técnica, sumamente fácil de aprender y realizar, se constituyó como uno de los primeros métodos de confección textil. (Marchetti, 1997, p.3)

Estos tejidos anudados son los antecesores de la creación de la tela, que a medida que crece su complejidad, el proceso de tejido se vuelve más artificioso. El hombre aprende a hilar algodón, lana, lino, y las fibras son tratadas mediante la humectación y el retorcimiento, para una mayor resistencia y homogeneidad de las mismas.

Una vez cubierta la necesidad de protección del cuerpo, sale a la luz el deseo insaciable del hombre de crear y modificar la naturaleza. Este se vale de pigmentos para teñir sus tejidos. Este descubrimiento impulsa el inicio de la ornamentación, la cual marca el camino a la distinción, a la diferenciación y a la identidad cultural. Los tejidos se cubren de colores, de imágenes, de significados. Cada pueblo diseña su propia vestimenta que lo diferencia de otros, y la vez en cada pueblo se encuentran grandes diferencias entre las vestimentas de las personas, según su rango social. La vestimenta empieza a comunicar, antes que las palabras. Los hombres comienzan a decodificar información sobre las personas a través de las prendas de vestir. La función ornamental obtiene una gran preeminencia en las sociedades, y se vuelve emisora de mensajes simbólicos. Los tejidos abandonan la exclusiva función protectora del cuerpo, y comienzan a ser utilizados para decorar paredes y suelos. Se emplearon tapices y alfombras en honor a los dioses, en los templos sagrados. (Temprano, 2008, p.6) Una vez más, el misticismo y el simbolismo intervienen en las creaciones humanas.

Una vez dominada la tejeduría, la realización de nudos para conseguir tejidos, deja de ser funcional o útil, ya que los resultados obtenidos por medio del telar, más eficientes. Los tiempos se reducen exponencialmente, así como también los acabados y la homogeneidad

de las telas se perfecciona. Por lo tanto, el arte de conseguir tejidos mediante nudos queda reservado para un tiempo posterior, en el que va a ser utilizado de mera manera ornamental, por los pueblos asirios, y va a tomar el nombre en árabe de *migramah*.

2.2: Simbolismo de los nudos

El nudo es universal y es una creación humana espontánea, ya que surge de la experimentación, de la prueba y error a través de la manipulación de fibras y cuerdas. Es sorprendente como en distintos lugares de la Tierra, en tiempos en los cuales cada cultura permanece incomunicada con otras que habitan en otras regiones, o continentes, se encuentran muestras de nudos similares. Este hecho puede dar a pensar que la capacidad de hacer nudos define a los hombres como raza humana, los une y los entrelaza. Las palabras de Fernández Latour aparecen en el texto de Rubin: "Hay un profundo contenido simbólico en el acto consciente de realizar un nudo. Las más diversas culturas lo incluyen como comportamiento heredado del pasado, vigente y proyectado hacia el futuro". (1996, p.7). Muchas civilizaciones dotan de significado y misticismo a nudos propios de su cultura. A continuación se analizan y se compararán algunos de ellos.

2.2.1: Nudos celtas

Los nudos celtas son uno de los elementos artesanales más reconocidos de este pueblo ancestral. Para ellos, no solo sirven como elemento decorativo, a pesar de que su belleza estilística sea de enorme consideración, sino que también guardan un especial simbolismo en cada uno de ellos. Los mismos datan desde el año 450 a.C., y si bien no se encuentran

registros que revelen su significado específico, se puede llegar a varias conclusiones, a partir de investigaciones antropológicas.

Estos nudos traspasan los tiempos y son utilizados en la decoración en distintas áreas, a veces solo de manera gráfica. Se considera que es una forma de arte, y hasta se encuentran nudos celtas en decoraciones en objetos del antiguo Egipto. Algunos pueblos nórdicos también los toman como instrumento decorativo. Pero es en los primeros siglos D.C., que los monjes cristianos los adoptan en sus manuscritos, también de manera decorativa.

En la Biblioteca de la Catedral de Durham se encuentra el primer ejemplo de un nudo celta, en un evangelio del Siglo 7. Entre los significados que se le atribuyen, se encuentra la eternidad, ya que este nudo complejo presenta una trayectoria cerrada, donde no se puede observar ni un principio, ni un fin.

2.2.2: Nudo budista sin fin

Alejado de los celtas en tiempo y espacio, el budismo también utiliza un nudo que representara la eternidad, y que aparenta no tener ni principio, ni fin. Este nudo gráfico compuesto por líneas de ángulo recto, representa también la sabiduría del Buda. Se cree que puede haber evolucionado de una imagen que ilustra dos serpientes entrelazadas, que representan la oposición de las fuerzas del universo, indispensable para el equilibrio y la armonía natural. El Budismo, que promueve la creencia de la ley universal de causa y efecto, ilustra en este nudo de líneas entrecruzadas entre sí, que todo está estrechamente unido, y que ninguna acción escapa de su re-acción. Es una tradición budista regalar la

representación de este nudo en diversos materiales, como recordatorio de la ley del karma, y de los lazos irrompibles entre las personas.

2.2.3: Nudos chinos

El macramé chino, es otra muestra de una civilización que se valía de nudos para expresar significados profundos y abstractos. “Con su elegancia clásica y cambiantes variaciones, el macramé chino resulta tanto práctico como ornamental, y refleja completamente la gracia y profundidad de la cultura china”. (Hu, 1994, p.10). En China, un nudo también tiene un significado más allá de su objetivo material y ornamental. Un nudo significa afecto, armonía y fuerza, al mismo tiempo. Se han encontrado pruebas de este arte de anudar que datan desde la época de los Reinos Combatientes (481-221 a.C.), en vasijas que llevan dibujos de estos nudos, en pinturas en sedas del periodo Han (206 a.C.), y también en esculturas budistas, que datan de La Dinastía del Norte (317-518).

El arte de construir nudos decorativos es una tradición popular que se transmite de generación en generación. Cada nudo forma un dibujo especial que se teje con una sola cuerda, y obtiene un significado único y un nombre particular. Los mismos se utilizan para expresar afecto, prosperidad, amor, buenos deseos, y para ahuyentar el mal. También significan una reunión, paz, la unión, el calor y la amistad. En la historia de la cultura china, también se han utilizado los nudos para registrar acontecimientos.

Estos nudos son de gran complejidad, y permiten tantas variaciones, que además de cumplir objetivos funcionales, como ser un botón, o sujetar algo de forma práctica, su valor ornamental es de enorme consideración. La mayoría de estos son simétricos, ya que la simetría es un valor estético valorado en China. Los mismos se pueden encontrar adornando

los pasillos de palacios u objetos cotidianos, desde épocas remotas. También se pueden observar en pinturas, esculturas u otras manifestaciones artísticas. Desde el trono del emperador, los vestidos de las damas, los espejos, hasta los muebles se decoraban con representaciones materiales o graficas del macramé chino. El material por excelencia con el que se realiza este arte de anudar es la seda. Mayormente, se encuentran ejemplares en color rojo, ya que por creencia tradicional, se considera que representa buena fortuna y prosperidad. “Esos nudos con una simetría exquisita que vienen en formas tan variadas tienen una significación tan exquisita como la gran herencia del pueblo chino. Consecuentemente, esos nudos han sido denominados en forma colectiva como el macramé chino.” (Hu, 1994, p.2).

2.2.4: Los quipus

Al otro lado del Océano Pacífico, en el continente americano, la civilización precolombina inca, también recurre a nudos para ocultar mensajes en ellos, estos eran los quipus o quipos. La traducción de la palabra quechua *kipus* es: conjuntos de nudos de colores.

Los pueblos andinos conocieron un sistema de quipos, que en lengua quechua significa nudo. Estos quipos eran los registros de todo el movimiento económico, social, histórico y de otros asuntos y eran interpretados por los *quipomayoc* durante el Imperio Incaico. (Rubin, 1996, p. 10).

Según lo sostenido por Rubin, se puede interpretar que los quipus realizados por los incas, es un sistema tan complejo que hasta necesita de especialistas en los significados de los mismos. Estos nudos son un instrumento nemotécnico de la cultura andina que se utilizan para llevar registros contables, mayormente de la agronomía.

Como en otras culturas, los nudos aparecen como un elemento de comunicación previo a la escritura. Los Quipus son llevados a cabo mediante la unión de cordones que formaban cadenas. Las mismas pueden ser de colores y algunas llevan ornamentaciones como plumas, huesos, y nuevamente, cada quipu está dotado un significado específico, y según la distribución de los mismos, representan un mensaje particular. Los Quipus son elaborados con hilos de lana de llama, alpaca o de algodón. Los colores también juegan un papel importante en sus significados, lo mismo que la cantidad y la posición de los mismos.

Durante el periodo arcaico del antiguo Perú, este sistema de nudos constituye un modelo de registro preciso y detallado. Se han encontrado ejemplares de quipus que datan desde 4500 años atrás, en las ruinas de la civilización de Caral.

Los Quipus son de enorme utilidad para la administración del Imperio Inca. Son elementales para los aspectos económicos y sociales de esta civilización. Los especialistas se encargan de elaborar, de leer y archivar los quipus. Estos son los llamados Quipucamayoc, y su trabajo es muy respetado en ese entonces, ya que permite una mejor distribución de los recursos de la población, y su sabiduría es admirable.

El transporte de los quipus es realizado por medio de mensajeros rápidos los *chasquis*. Los chasquis son rápidos mensajeros que viajan por los caminos que unen al pueblo inca, llevando la información recopilada en los quipus, con mensajes que deben ser transmitidos a los gobernantes, sobre todo con temas referidos a la administración. Por lo tanto, estos tejidos formados con nudos, son un medio de comunicación indispensable.

A pesar de las investigaciones, no se ha llegado a descifrar el verdadero significado o específico de cada quipu y existen diversas teorías sobre los mismos. Según lo afirmado por Boberg y Svennas, “los nudos representaron también a los números y muchas veces tenían significados mágicos”. (1976, p. 7).

Lamentablemente, la mayor cantidad de quipus es destruida por los conquistadores españoles durante el siglo XVI. Actualmente, se encuentran en el mundo 800 quipus encontrados, aproximadamente. La colección más grande de quipus, se encuentra en el Museo Etnológico de Berlín, donde hay 289 ejemplares provenientes de los siglos XVI y XVII.

2.2.5: Nudos maoríes y polinesios

En tiempos remotos, en Nueva Caledonia, la cultura maorí, utiliza una cuerda de la corteza de un árbol (*Ficus bengalensis*), anudada de diversas formas, para transmitir mensajes de paz o de guerra. El nudo marinero en el extremo de la cuerda, significa la propuesta para una alianza militar. Para responder la propuesta afirmativamente, el que recibe el mensaje contesta con otro nudo similar en el extremo opuesto de la cuerda. Al contrario, para declarar la guerra, se valen de un nudo complejo alrededor de una antorcha. El decodificador entiende que su contrincante puede venir a incendiar su pueblo. Por último, un mensaje de paz que invita a los vencidos a volver a su aldea a reconstruirla luego de la guerra, consiste en el diseño de un nudo que sostiene trozos de caña, de arbusto y hojas.

Estas manifestaciones del hombre llevan a reflexionar sobre el lenguaje, y pensar que el nudo es en muchas culturas un elemento de la comunicación y un antecedente a la escritura.

Los investigadores de la historia han hallado testimonios según los cuales los aborígenes de Australia...-sobre todo, los pueblos pescadores- desarrollaron técnicas propias de anudado y tejidos que luego derivaron en el trabajo artesanal de macramé tal como lo conocemos hoy en día. (Marchetti, 2002, p. 4)

De este modo, se puede apreciar la variedad de usos y significados que los nudos presentan en la cultura maorí. Estos alcanzan dimensiones más profundas que la simple utilización de los mismos por los pescadores, o para la realización de tejido.

Antaño, los polinesios recitan poemas que se pasaban tradicionalmente de generación en generación, y para ayudar a la memoria, sostienen en sus manos cuerdas trenzadas y anudadas, donde cada nudo representa un nuevo episodio en la redacción. Estos tejidos de cuerdas son para los maoríes un instrumento de registro y comunicación. Son llamados Origen del verbo, justamente por ser el iniciador de las palabras.

2.3: El trenzado como tejido

Similar al anudamiento, el trenzado es otra técnica previa al tejido con telar, que permite a los pueblos crear vestimenta que protegen las partes más delicadas del cuerpo humano. En este PG, se lo compara con el macramé, ya que es una técnica de tejido manual, sin necesidad del uso de herramientas. En Nueva Zelanda, los aborígenes maoríes se benefician de una fibra de lino (*Phormiumtenax*) que les permite realizar sus vestimentas. El trenzado es para esta cultura, la técnica más utilizada a la hora de fabricar las prendas, debido a que lo dominan desde tiempos remotos por las redes que crean para la pesca, o las velas de hojas trenzadas de las canoas. Con la tejeduría con los dedos, logran prendas como “la paakee” que consiste en una capa para la lluvia, hecha con estas fibras de lino. Las faldas, utilizadas tanto por hombres como mujeres, también son el resultado de un trenzado manual.

En Nueva Guinea, una de las islas más inmensas de la Tierra, el artículo más distintivo, es una especie de bolso trenzado a partir de hierbas y otras fibras. Este bolso sirve para acarrear desde cosechas y leña, hasta bebés. En Hawai, existe la distintiva *tapa* hawaiana, que es la falda distintiva de las mujeres hawaianas, y que presenta una extensa variedad en diseño y texturas. Las mismas son trenzadas y anudadas con nudos de pescador.

Esas piezas se creaban a partir de fibra obtenida de la corteza exterior de troncos de banano o de hojas de *tí* y se trenzaban alrededor de la cintura con tiras largas de fibra colgando hacia abajo. Esas prendas fueron los prototipos de las famosas faldas de hierba hawaianas que hoy conocemos y que utilizan las bailarinas de hula de las islas. (Rieff Anawalt, P. 2008, p. 325)

2.4: Macramé en los pueblos árabes y de la Mesopotamia

Las primeras muestras del macramé como se lo conoce en la actualidad, aparecen en el suroeste asiático de la Antigua Mesopotamia, específicamente pertenecientes al Imperio Asirio, situado a orillas del río Tigris. Este pueblo destacado por su arquitectura y su desarrollo de la escultura desde el siglo 9 a.C., utiliza el macramé con maestría. En la actual Mesopotamia iraquí, arqueólogos han encontrado registros de esta artesanía, en las ruinas de Nínive, la antigua ciudad asiria.

Migramah es la palabra árabe que significa flecos anudados, y se cree que es el antecedente a la palabra francesa macramé. “La cultura árabe, con su predilección por los motivos muy ricos y geométricos, dio un gran impulso a la técnica, extendiéndola luego a los países del mediterráneo.” (Boberg, Svernas, 1976, p. 7) Los turcos, entonces, también utilizan este tipo de tejido, y lo llaman *makrama*, por lo cual no se sabe con exactitud cuál de las dos palabras anteriores, deriva a la del idioma francés. Los árabes desarrollan esta técnica manual tomada de los asirios. Utilizan el macramé para decorar las terminaciones de tapetes, alfombras, y cortinas tejidas, ya que los hilos sobrantes suelen quedar colgando, y el macramé es, en aquel tiempo, una idea ingeniosa para la ornamentación de los objetos textiles creados. Los árabes recopilan los nudos que utilizados por los hombres durante todos los tiempos, para crear tejidos absolutamente manuales, sin el uso de ninguna de herramienta más que las manos. Crean elaborados diseños que mediante en

entrelazamiento de cuerdas, forman figuras geométricas, guardas y redes de exquisita belleza.

Con las invasiones árabes a la península ibérica, el macramé llega a Europa, para formar parte de un pasatiempo de las mujeres en las cortes, que va a durar por siglos.

También se han encontrado muestras del macramé utilizados por los egipcios, en objetos fabricados con tiras de cuero, lino o papiro. Estos elementos encontrados en tumbas arqueológicas, son prueba fiel de que el macramé es parte de muchas de las culturas trascendentales de la historia del hombre, y una forma elemental de crear adornos y complementos mediante el anudado de cuerdas. Se encuentran muestras de los mismos en el Museo Británico y del Louvre. (Marchetti, 2002, p.4).

2.5: Macramé en Europa.

El macramé llega a Europa de la mano de la conquista árabe a la península ibérica. En Génova, se utiliza este arte con maestría, y sufre las modificaciones necesarias hasta derivar en un tejido particular denominado Punto Groppo. Esta técnica artesanal de anudado de hilos, tiene su auge en la Italia del siglo XVI. También consiste en el anudado, la torsión y entrelazado de cuerdas y flecos que van formando un tejido con tan solo el uso de las manos. El resultado final es considerado una forma de encaje, ya que es un tejido abierto. En general se utilizan patrones geométricos, pero también se logran dibujos elaborados que forman, por ejemplo, figuras humanas. Estos tejidos se utilizan mayormente para tapetes, cortinas, almohadones, manteles, o toallas, y estos objetos se vuelven muy populares en aquella época.

En la corte inglesa, la Reina María, ayuda a traspasar la tradición del macramé, y la hace muy popular, como también un elemento elemental de la moda cortesana. La Reina Carlota, esposa de George Tercero, también continuó la tradición, y más adelante, la siguió la Reina Victoria en el siglo XX. Durante su reinado el macramé se convirtió en un pasatiempo para las amas de casa, que creaban hermosos objetos de decoración para sus hogares. En este período se habían creado hasta libros con instrucciones del tejido artesanal.

En Castilla y León, el macramé tuvo gran preponderancia, sobre todo en los siglos XIV, XV, XVI.

2.6: La expansión del macramé

Si bien podría creerse que el macramé es una manualidad reservada para las labores artesanales de las mujeres, la expansión del macramé se debe a los marineros británicos, que llevan la técnica a los puertos a los que arriban luego de largos viajes a vela. (Boberg, Svernas, 1976, p.7). Para pasar el tiempo en el mar, los marineros se convierten en expertos en este arte, y crean diversos objetos tejidos manualmente en su totalidad. Piezas como cinturones, fundas de botellas y hamacas son las más populares en los viajes. Ellos logran combinar los nudos náuticos, con otros que adquiridos de esta tradición, y son responsables del avance de este tipo de tejido formado con nudos. Los artículos que producen son intercambiados como productos exóticos. En los siglos XV y XVI estos artículos de macramé son exportados, y llegan a puertos del Caribe, de Sudamérica, California y Canadá. Cada pueblo adopta su propia manera de tejer y la dotan de su identidad propia. Los objetos más populares son las hamacas, que posteriormente se convierten en piezas destacadas de los pueblos caribeños, sobre todo en Panamá.

2.7: El macramé en el Siglo XX

2.7.1: El macramé introducido por la generación hippie.

Luego de muchos años en los que el macramé permanece en el olvido, este tejido reaparece de la mano de la cultura hippie, en la década de 1960, en Estados Unidos. La comunidad hippie se decide a retomar las tradiciones artesanales y protestan contra el consumo excesivo, el capitalismo, y las formas de producción masiva. Por lo tanto, buscan en las raíces de los pueblos originarios de América del Norte, y otros pueblos para retomar algunas de sus técnicas artesanales. Encontraron en el macramé una forma sencilla de tejer sin demasiadas complicaciones y materiales, y comenzaron a fabricar sus propias piezas, dotadas con un estilo particular y una fuerte identidad. Crearon mayormente chalecos, pantallas de lámparas, pulseras, collares cinturones, tapices, hamacas, tapetes. Lo que no sabían es que estaban volviendo a introducir una tradición que en la década siguiente, se convertiría en una moda, que cruzaría las fronteras y el Océano Atlántico, hasta llegar a Europa.

2.7.2: El macramé en los años 70.

A mediados de los años 70, el macramé deja de pertenecer solo a la comunidad hippie, y llega a las casas de las mujeres más atentas a la moda, cuando la revista Vogue lanza un ejemplar con instrucciones para tejer macramé de forma sencilla. “El interés se extendió rápidamente y se crearon nuevos modelos, basados en los viejos motivos, realizados con los más diversos materiales”. (Boberg, Svennas, 1976, p. 7). De esta manera, las amas de casa y jóvenes se dedican a armar piezas para decorar sus hogares, o complementar su vestimenta con algún accesorio o prenda tejida en macramé. Esta técnica se convierte en un

hobbie y un pasatiempo, y durante este periodo, son pocas las casas encontradas en Estados Unidos y el Reino Unido, que no posean algún elemento tejido en macramé. Pero como toda masiva que tiene su auge, luego presenta un tiempo de declive, y para la década del 80, el macramé desaparece casi por completo, esperando resurgir en otro momento indicado.

2.8: El macramé en la actualidad

Actualmente, el macramé sigue estando vigente en los trabajos manuales de artesanos, mayormente de América Latina. Esta tradición continua en algunas culturas, y aquellos que siguen tomando elementos de la cultura hippie, mantienen la memoria de la técnica latente. Según lo expuesto por Rubin, “en la actualidad esta técnica se ha revalorizado y son muchas las personas que la utilizan para realizar objetos utilitarios de uso cotidiano como así también expresarse y crear obras de arte textil”. (1996, p.10). En ferias artesanales, aun se pueden encontrar artículos realizados en macramé, como pulseras, aritos y collares. Sin embargo la realización de piezas más complejas, como prendas de vestir, es muy reducida, y esto se debe a los tiempos de producción que estas requieren. Ya que el trabajo artesanal requiere más costos de tiempo, en comparación con la producción en serie. De todos modos, muchos diseñadores y marcas de lujo han tomado el macramé para realizar prendas en sus colecciones, haciendo de estas, artículos de diseño con un enorme valor agregado. Marcas como Gucci, Dior, Dian Von Furstenberg y Mara Hoffman han sabido convertir el macramé en un medio para crear extraordinarios diseños, cada uno con su propia identidad.

Capítulo 3. Antecedentes del macramé en el diseño

En este capítulo se analizan las aplicaciones del tejido en macramé en el diseño de indumentaria. Se las divide en tres grupos, por un lado las grandes marcas internacionales de lujo, nuevas marcas y diseñadores, y por último, referentes latinoamericanos. En nuevas marcas y diseñadores, aparecen algunas que ya tienen mucho reconocimiento en el ámbito, y otros que son más independientes y que por lo tanto, tienen menos alcance. Al primer grupo se lo relaciona con la tendencia, porque estas marcas trabajan basándose mucho en estudios de tendencia para sus creaciones del rubro prêt-à-porter, y no es casual que la aparición del macramé en sus colecciones, ocurra en las mismas temporadas. Se analiza cada caso en particular, ya que se considera, que cada uno tiene una intención diferente debido a que la utilización del macramé en cada diseño debe ser coherente con la identidad de marca o diseñador.

3.1: El macramé como una micro-tendencia

Cuando se busca la aparición del macramé en las grandes marcas, coincide con que esta se encuentra mayormente en la misma temporada o en el mismo año. Claramente, esto no es casualidad, sino que tiene que ver con una fuerte supremacía de la tendencia. En los desfiles de la temporada primavera verano 2011, se encuentra la mayor aparición de diseños realizados mediante el uso del macramé. Tampoco el uso de macramé es arbitrario en esta temporada, sino que viene asociado a una tendencia mayor, o una tendencia que abarca más aspectos.

La tendencia predominante de la temporada estival del 2011 es la reminiscencia folk de la década del 70. Durante esta década, el estilo creado por la cultura hippie, es llevado a las marcas y se convierte en moda. El tejido artesanal es revalorizado, y es preponderante la

forma orgánica, bohemia de vestir. Durante esta década el macramé es foco de atención de las marcas, y la revista Vogue lanza un suplemento especial sobre cómo hacer macramé. Ya sea para el hogar, o para hacer prendas estilo hippie, el macramé es furor en este periodo de tiempo. “Esta técnica posibilita la realización de trabajos de grandes dimensiones o de labores con forma pequeña y minuciosa” (Boberg y Svernas, 1976, p. 11). Es por la infinidad de variantes que permite esta técnica, que cuando los diseñadores toman la moda folk de los años 70, no pueden dejar de recurrir al macramé como recurso de diseño.

El macramé se observa en esta temporada analizada en colecciones de lujo como la de Christian Dior, Gucci o Céline, todas firmas pertenecientes a la casa de la Alta Costura. Por lo tanto estas grandes firmas, que son el punto de atención de la industria mundial de la moda, llevan el macramé a un nivel superior de reconocimiento, al incluirlo en sus colecciones. El macramé toma un significado distinto al aparecer en diseños de estas marcas de alta costura. El macramé pasa entonces de ser una técnica artesanal, utilizada por una anti-moda, la moda hippie, a ser un recurso de lujo. Esta característica de la moda democrática, la moda abierta, que consiste en tomar la inspiración de la calle, de las subculturas y transformarla en tendencia global es una característica de este tiempo que se contrapone a los valores dominantes de la modernidad.

Mientras los hippies utilizan el macramé como una forma de valorizar las técnicas artesanales, y protestar contra el consumo masivo, contra la producción en serie que homogeniza a las masas; las marcas de lujo lo toman como la re-interpretación de un recurso. El macramé que se observa en las pasarelas de estas grandes marcas refleja esta capacidad del creador de manera exquisita. El hecho de que el macramé sea una técnica artesanal, cuya práctica se reserva para algunos pocos que en la actualidad que permiten la vigencia de este tejido, hace que las firmas de Alta Costura lo utilicen para crear prendas que

llevan una carga simbólica importante y un valor agregado elevado, debido al tiempo que requiere terminar cada una de estas, más el conocimiento de la técnica, que no es muy común en la industria de la moda. Si tenemos en cuenta las palabras de Latour de Botas, ubicadas en el prólogo del libro de Rubin, el macramé puede ser elevado por la creatividad de un artista para la realización de maravillosas manifestaciones estéticas. (Rubin, 1996, p. 7).

Diane Von Furstenberg, una diseñadora más que consagrada en Nueva York, pero no perteneciente a la Alta Costura, introduce el macramé un año antes, en la temporada primavera verano 2010. Esto significa que antecede a las casas de alta costura, y puede ser ella quien influya en la recuperación del tejido con nudos, generalizada en la temporada de verano siguiente.

Es necesario remarcar que el macramé se introduce como una tendencia con mucha influencia en el verano 2011, por las grandes marcas, elevándolo a un nivel de lujo y opulencia como nunca antes. La aparición del macramé en una colección de Christian Dior, a cargo del diseñador John Galliano, modifica radicalmente la visión de este tejido producido mediante el anudado.

Desde la década del 80, el macramé permanece oculto, desvalorizado, olvidado y esta temporada genera un antes y un después en la difusión de la técnica. Sin embargo, después del paso de la temporada, su uso vuelve a ser escaso, y es muy difícil encontrarlo en las pasarelas internacionales. Solo algunos diseñadores independientes, muy lejos de la prensa de moda internacional continúan experimentando con el tejido de lazos. Entonces el macramé en la moda del siglo 21, solo forma parte de una tendencia efímera. Es menester recuperar su valorización, de manera tal que perdure en el tiempo.

La concepción del macramé conseguida en el siglo XX, es una concepción muy artesanal, algo rústica. El macramé se asocia a los hippies que retoman las manualidades para realizar sus prendas, y otros objetos. Por lo tanto el macramé se asocia al polo opuesto a la alta sociedad. Se asocia a una subcultura que protesta contra las frivolidades, la superficial, el consumo masivo, la producción seriada, el exceso material. En contraposición, la firma Dior simboliza el poder, el lujo, la riqueza, la ostentación.

Sin embargo, en el 2011, las marcas deben adaptarse a las tendencias, y la sociedad de inicios de la segunda década del siglo XXI, es muy distinta a la sociedad de la década del 60 y 70. En la temporada primavera verano 2011, la tendencia general es la mirada nostálgica del folk. La moda del siglo XXI, se caracteriza por la vuelta a las modas del siglo anterior, de todos modos, cada vez que se practica esta contemplación al pasado, se logra un resultado muy distinto al original. Esto se debe a que las tendencias del pasado, se ven atravesadas e intervenidas por cientos de concepciones, valores, ideas, y tendencias nuevas, junto a la creatividad del diseñador. Si bien, hay profundas investigaciones generales que son utilizadas por todas las marcas, cada una las interpreta a su manera, otorgándoles la impronta de su identidad. Con respecto al poder de las tendencias se afirma:

Lo que se llama “tendencia de la moda”, dicho de otra manera, la similitud existente a menudo da a entender, equivocadamente, que la moda se decreta por acuerdo deliberado entre los modistos, no hace más que confirmar la lógica abierta del poder de la Alta Costura. (...) La idea inédita de un modisto, con frecuencia tímida y poco desarrollada al principio, es entonces rápidamente captada, transportada, evolucionada por los otros en las colecciones siguientes. (Lipovetsky, 1990, p.111)

Es por este poder de las tendencias, que el macramé se observa en diferentes colecciones de la misma temporada, y luego desaparece de las pasarelas.

3.2: Las casas de alta costura

Las grandes marcas de lujo pertenecientes a la alta costura, que alguna vez han utilizado la técnica de macramé para sus colecciones, lo hacen de una manera muy diferente a la de los diseñadores y marcas más independientes, y menos consagradas. Por un lado, estas grandes firmas, están muy pendientes de las tendencias temporarias, para diseñar en el rubro de prêt-à-porter, pero por el otro, sus creaciones tienen un alto nivel de diseño que representa la identidad de la marca.

Existen muchos contrastes dentro del diseño de prendas de punto y de su producción y, aunque tanto el diseño como los desarrollos están conectados con los avances tecnológicos, las prendas de moda de lujo siempre se han asociado a la artesanía. Los nuevos diseños innovadores se han fusionado con las técnicas tradicionales. (Sissons, 2011, p. 37).

Es decir, que si bien estas marcas tienen los recursos para utilizar tecnología avanzada para la producción de prendas, estas deciden fusionarla con la artesanía, debido al valor que esta dota al diseño. Son estas grandes marcas las que van a marcar el camino a seguir por los reproductores de tendencias, sin embargo estas parecen tener muchas veces los mismos recursos a considerar a la hora de diseñar.

Cuando John Galliano reinterpreta la tendencia folk en la colección estival del año 2011, no deja de lado la elegancia, la femineidad y la sutileza que caracteriza a Dior. El macramé, es utilizado mediante tiras de gasa de seda anudadas en algunos sectores de vestidos, o en la prenda total, como es el caso de uno de ellos, que forma parte de la campaña fotográfica de la temporada. Si bien esta colección es del rubro prêt à porter, y no de la alta costura, tienen un trabajo manual y artesanal considerable.

John Galliano combina la mirada hacia el folk, con otros estilos y otras fuentes de inspiración. Es una colección que refleja el espíritu libre de manera excepcional e

intencionada. La inspiración tropical, y la cultura del Pacífico Sur, se fusionan con un aire hippie. La fusión de estilos es característica en la moda de la sociedad globalizada, y John Galliano lo logra de forma impecable, creando un estilismo perfecto, que no se aleja de la esencia de Dior, aplicada a este tiempo de cambios continuos. Al final, en el cuerpo B, hay una imagen de referencia de uno de los vestidos de la colección, figura 1.

El macramé es el protagonista de la colección, y aparece en varios de sus conjuntos. El desfile cierra con un vestido de gasa fucsia, cuya falda termina en tiras anudadas que caen hasta el piso, con abundante volatilidad. También se ve el macramé en la totalidad de un vestido formado por tiras de gasa azul estampada que se entrelazan y cubren el cuerpo de forma adherente hasta la cintura, y cuya falda se despliega haciendo referencia al New Look. Se puede ver la técnica del anudado en otros diseños donde el macramé prevalece en ciertos espacios de la prenda, que generan un foco de tensión.

Galliano trabaja esta colección con el uso abundante de colores, algunos vibrantes y saturados y otros desaturados. El macramé también se combina con flores estilo hawaianas, que remiten a las culturas de la Polinesia. La forma de anudar las tiras de gasa en la colección de Christian Dior, es bastante abierta, lo cual genera una trama muy abierta que deja ver la piel. Esto permite un estilo final cargado de sensualidad sutil y delicadeza. El diseñador introduce el macramé a una línea pensada con ocasión de uso de noche, y con un nivel de elegancia muy alto, y cambia la visión y simbolismo de esta técnica artesanal por el simple hecho de tratarse en una de las firmas de moda más emblemática del mundo y de la historia.

Gucci, es otra firma de Alta Costura, con una influencia legendaria en la moda moderna. Esta marca también hace su re-interpretación de la tendencia del macramé, de acuerdo a su

identidad. En el sitio web de Gucci, se puede leer la propia definición que la firma Gucci hace de ella misma:

Alta costura. Estilo italiano. Artesanía tradicional. Conciencia global. Gucci plasma todos estos valores en unas exquisitas creaciones de lujo artesanal que se caracterizan por una acusada sensibilidad moderna. Desde que Guccio Gucci fundó la firma en Florencia en 1921, la marca se ha convertido en una referencia internacional para los hombres y las mujeres más exigentes. Gucci representa lo mejor de la fabricación italiana con su inimitable combinación de opulencia, elaboración exquisita y glamour contemporáneo. (Gucci, 2012).

Es indispensable remarcar que la propia marca se define mediante el término de artesanía tradicional. Es que la artesanía es para Gucci, una de las cualidades que le permiten permanecer en la elite del lujo. La artesanía permite la creación de prendas con un valor agregado de suma importancia. Frida Giannini, a cargo de la firma Gucci, mantiene vigente la esencia original de la marca, que abarca la opulencia y el glamour. Giannini también introduce el macramé en la colección primavera verano 2011 para Gucci. Esto no es casualidad, sino que la diseñadora atiende conscientemente las demandas de las tendencias. El tejido manual como el crochet o el macramé es una constante en las pasarelas de la temporada a la que se refiere. Giannini opta por recurrir a la técnica del anudado para introducir en su colección. Lo utiliza en un minivestido realizado con hilo de algodón color nude, en un top en el mismo tono, anudado con otro punto, y otro en negro.

En esta colección tiene una paleta cromática que comienza con colores saturados como turquesa, magenta y verde esmeralda, naranja y luego continúa con colores tierra y nude, para terminar el acromático negro. Una crónica de Vogue de la colección resume: "Lo que llama la atención es el tratamiento del tejido, trenzado, retorcido, desflecado, que consigue una estética primitiva pero muy, muy sofisticada." (Casero, 2011). De este modo se puede concluir que el uso del macramé por la casa de Alta Costura Gucci, logra elevar la técnica

artesanal del anudado, a una posición de lujo y opulencia. Al final, en el Cuerpo B, figura 2, se observa un vestido de la colección.

Céline es otra firma de la Alta Costura que recurre al macramé para la colección primavera verano 2011, y afirma en este estudio la fuerte influencia de las investigaciones de tendencias. La colección en la cual se incluye al macramé en una de las prendas, es una colección minimalista, simétrica, cuya paleta de color está compuesta por un predominio del blanco que convive con negro, azul y toques naranja y morado. Es muy interesante el ingenio de la diseñadora para introducir el macramé en una colección tan limpia, con total ausencia de la artesanía textil. Lo hace solamente en una prenda de un conjunto, realizada enteramente en hilos de algodón color natural. La prenda es un top anudado de manera tal que deja ver piel. Al utilizar un color claro que genera un conjunto monocromático, la prenda se mantiene dentro de los márgenes que limitan la identidad de la marca. Una periodista de moda de la revista Vogue España reflexiona sobre la colección:

Sencillamente porque se basa en los mismos pilares creativos que la primera: líneas puras y sencillas que, más que abrazar el minimalismo, tratan de devolver a la mujer una elegancia sofisticada y libre de todo artificio. Es decir, en Celine esa ausencia ornamental casi monacal se debe más a una cuestión práctica que estética. Y de ahí su audacia. (Casero, 2011)

3.3: Grandes marcas internacionales

Diane Von Furstenberg es una diseñadora que influye en la moda desde la década del 70, y cuyo reconocimiento es global. Desde Nueva York, la marca anónima es sinónimo de elegancia, practicidad, poder femenino y sensualidad. Von Furstenberg cumple con todas las características de la moda abierta y diseña pensando en la mujer contemporánea. Ella desea resaltar su belleza natural y ofrecerle comodidad.

La diseñadora antecede a la tendencia general del macramé de verano 2011, una temporada anterior. En su colección estival del 2010 se pueden apreciar unos mini-vestidos tejidos en micro-macramé en su totalidad. Micro-macramé es el anudado con hilos muy finos, y con una tensión fuerte, lo cual genera una trama bastante cerrada. Al final, cuerpo B, figura 3, se observa el vestido de micro-macramé.

A diferencia de los diseños de Dior, Céline y Gucci, los diseños de Diane Von Furstenberg, están compuestos por un tejido en macramé que requiere de mucho más trabajo y tiempo. Una reseña sobre esta colección dice que “su alternativa se centra en vaporosos y románticos vestidos de espíritu hippie que emulan los colores del antiguo Egipto, el desierto y las grandes culturas ancestrales.” (Zozaya, 2010). Es sabido que los egipcios manipulan con gran destreza la técnica de anudados, por lo tanto, la aparición del macramé en la colección de Von Furstenberg tiene que ver con la inspiración en esta civilización ancestral.

Jack McCollough y Lazaro Hernandez son los creadores de **¡Error! Marcador no definido.**, una marca de diseño que crece en reconocimiento desde su aparición en el 2002, y es una de las marcas más influyentes del nuevo siglo.

Su aporte en la re-significación del macramé se da en la temporada de otoño invierno 2011. Justo una temporada posterior a la que el macramé es utilizada de forma record en la industria de la moda. El mismo consiste en dos faldas tejidas, cada uno con hilos de colores distintos. Una está confeccionada en negro y turquesa, mientras la otra en negro, gris y amarillo. El tejido se observa hasta la altura de rodillas, y los sobrantes de hilo caen como flecos hasta las pantorrillas. También se aplica el macramé en unas sandalias de la colección, como detalle decorativo.

También se encuentra el caso de Malandrino. Catherine Malandrino es una diseñadora francesa cuyo éxito comienza en Nueva York, cuando lanza su primera colección en el 2001. Es sinónimo de femineidad, sensualidad y sofisticación. Su diseño intenta resaltar la personalidad de las mujeres, con un estilo muy alegre. También acude al tejido manual logrado con nudos, en la temporada de verano 2011. Es claro que esta tendencia es en exceso generalizada en esta temporada, pero también es claro que es muy difícil de reproducirla en serie. En esta colección se pueden apreciar distintas tipologías de prendas, como vestidos, tops, bolsos y sandalias. Cada prenda tejida es monocromática, y Malandrino utiliza diversos nudos y patrones para la realización de las mismas. La colección logra un estilismo bastante bohemio, en el cual, la introducción del macramé colabora con el resultado, pero a la vez lo hace de forma muy femenina y sofisticada.

“Como en todas las técnicas textiles, el uso de distintos materiales y la mayor o menor tensión de los anudamientos, sobre motivos básicos, proporcionan una gran gama de variantes”. (Bobers, Svennas, 1976, p. 11). Es por esto, que si bien, el macramé es una tendencia general en el 2010 y 2011, y es utilizada por una gran número de diseñadores, todos los diseños encontrados, difieren enormemente entre cada uno. La materialidad, la tensión, los patrones y los nudos, son todos elementos que permiten una capacidad de variación inmensa, y les permite a los diseñadores crear libremente piezas muy diferenciadas.

Otro diseñador que responde a la tendencia del tejido anudado es Matthew Williamson. Williamson es un diseñador inglés que crea su marca en 1997 y tiene un gran éxito en la creación de prendas de lujo. Se lo reconoce por su dominio del color, las estampas, el mix de texturas, que generan un estilo jovial y bohemio. El macramé se adapta perfectamente a la identidad del diseñador, y lo utiliza en su colección primavera/verano 2011 de forma

impecable. El diseñador innova al crear vestidos con corte corsé, tejidas en macramé. La capacidad de desprenderse de la pieza tejida holgada, que no se adapta a la morfología del cuerpo, es sorprendente. El tejido cubre el cuerpo, marcando sus curvas, acentuando la feminidad y sensualidad del cuerpo femenino. Sus piezas en macramé son sofisticadas, coloridas y tienen un valor artesanal inmenso.

Todas estas marcas manifiestan y corroboran que el macramé ha sido utilizado como una tendencia en la temporada del 2011. Sin embargo, si bien, esta se observa en las pasarelas internacionales de muchas grandes marcas, no se la puede considerar una tendencia masiva, ya que se re-producción por las grandes cadenas de indumentaria en serie, u otras tiendas de venta de prendas, que reproducen tendencias, se dificulta, debido al trabajo artesanal que requiere el macramé.

3.4: Nuevos diseñadores y marcas

“En la actualidad esta técnica se ha revalorizado y son muchas las personas que la utilizan para realizar objetos utilitarios de uso cotidiano como así también para expresarse y crear obras de arte textil”. (Rubin, 1996, p.10). Esto se ve reflejado en los nuevos diseñadores que crean prendas exclusivas mediante el anudado. Estos son diseñadores independientes, que presentan un alto nivel de diseño, y que utilizan el macramé de forma excepcional, y que no se basan en las tendencias para hacerlo.

Chichi Luo es una diseñadora nacida en China, que realiza sus estudios de diseño en el London College of Fashion. Su colección de graduación le permite ganar el premio de Vogue Reino Unido como la mejor estudiante graduada del 2011. La misma es una colección cuyas prendas están tejidas en macramé en casi su totalidad. La misma tiene la finalidad de

rescatar las tradiciones artesanales de diferentes culturas. Y la inspiración proviene de la cultura tibetana, de tribus africanas y del folklore artesanal europeo. Esta fusión trae un resultado con una fuerte carga cultural. El tejido se realiza en totora, que son tiras de algodón con lycra, y en tiras de gasa. Es una colección muy colorida, y una interpretación diferente del macramé. Al final, cuerpo B, figura 4 hay una imagen de la colección.

Eleanor Amoroso es otra diseñadora gradada en Londres en el 2011. Sus colecciones logran captar rápidamente la atención de la prensa de la moda. Durante sus estudios comienza a investigar diferentes materialidades y técnicas artesanales, y convierte en una especialista del macramé. Tanto es así, que todas sus colecciones están realizadas con este tejido en muchas de sus prendas. Tiene una visión diferente del tejido, y una manera única de desarrollarlo. Sus diseños son estructurales, lo cual es algo difícil de realizar en tejido. Sus prendas son monocromáticas, lo cual genera que el foco de atención se dirija a la textura conformada. Las mismas suelen tejidas en hilos de seda, que se anudan en la parte superior de la prenda, y que luego caen en forma de flecos.

Denisse Vera es una diseñadora australiana independiente que desarrolla el macramé de forma impecable. Sus diseños monocromáticos, presentan una delicadeza en formas y texturas. Al graduarse en 2012, aún tiene un largo camino por recorrer, ya que su alcance es aún muy acotado. Pero su talento a la hora de manipular el tejido es indiscutible. Es por lo mismo, que se la toma como referente en este PG.

Capítulo 4. La re-significación del tejido manual en la actualidad

El siguiente capítulo es una reflexión sobre diferentes visiones del tejido manual artesanal, que adquieren los diseñadores a la hora de crear. Debido a que este PG pretende re-significar una técnica artesanal, que es el macramé, se considera necesario analizar primero cuáles son las significaciones del diseño, y qué importancia tienen. Se hace hincapié en la tendencia general que busca revalorizar las raíces, las técnicas ancestrales, y la artesanía textil. Se considera que hay una re-significación en el tejido manual, debido a que la forma tradicional de utilización del mismo, se ve intervenida por una mirada contemporánea, cargada de valores e ideales nuevos, acompañada de la identidad de un sólido creador. Por lo tanto, se analizan diseñadores que son referentes por su trabajo artesanal y se estudia cuál es su interpretación del mismo. Se busca entender de qué manera se produce esta re-interpretación del tejido manual y artesanal, y se plantea cómo se piensa re-significar el macramé en el diseño de una colección.

4.1: La significación en el diseño

En este PG, se intenta re-significar el macramé a través de una colección de indumentaria. Esta propuesta no es generada por un deseo puramente individual, sino que es producto de una tendencia global creciente que busca recuperar la tradición cultural y la ubica en el presente de manera singular. Se considera imperante definir de qué modo se produce esta nueva significación en el diseño. La importancia del diseño también radica en el mensaje que este proyecta. Deyan Sudjic sostiene que "...el diseño es un lenguaje, solo aquellos que tienen una historia convincente que contar pueden emplearlo con fluidez y efectividad". (2009, p. 34)

El diseño de indumentaria es una forma de expresión que permite transmitir ideas a través de prendas y colecciones. Desde la inspiración del mismo y la identidad del creador, hasta la forma de producción, confección y materialidad, el diseño se conforma con signos, signos que componen mensajes. Sin embargo, los mismos pueden ser desvalorizados, y desentendidos por la producción seriada y los consumidores de moda.

La moda abierta, contemporánea a la sociedad de masas y la producción masiva de imágenes que veneran el consumo como valor primordial, disminuyen el cuidado en la promoción de significados profundos en el diseño. Las tendencias que cambian vertiginosamente en este período de la moda, son mandatos que promueven la homogeneidad y llevan a una carencia de interés en el significado real de las prendas que se consumen. En este momento de la moda, se valora la cantidad, por sobre la calidad, y el tiempo de vida de una prenda es efímero, por los cambios bruscos de la moda.

La moda industrial se caracteriza por el desprendimiento de los rasgos culturales regionales, debido al dominio del diseño eurocéntrico como el que se germina en ciudades como París, y la fomentada necesidad de consumo. “Al perder paulatinamente el vestido su carácter de signo y desestabilizarse el marco cultural que lo rodea y en el cual se inscribía, deja de ser consumido como tal”. (Saulquin, 2010, p.154). Es decir, que durante la moda industrial, la mayoría de las personas consumen vestimentas sin tener en cuenta su significación simbólica verdadera. La identidad cultural también se desintegra, ya que las imágenes de la cultura del consumo atraviesan las fronteras y disuelven las características regionales y autóctonas. El valor en este momento de la moda es definir la categoría social a la que se pertenece.

La socióloga también afirma que “el objeto de consumo es el signo del consumo, o sea esa forma eficaz de relación entre las personas y aquello que se ponen para cubrirse”.

(Saulquin, 2010, p. 155). Esto quiere decir, que no se valora la prenda con todas significaciones que esta abarca, sino solo algunas de ellas. Las prendas que se consumen son un instrumento de comunicación que se interpone entre las personas, emitiendo diversos mensajes que definen algunas de las características de la persona que la posee. El más importante de ellos es el rango social. Porque en este periodo de la moda, las personas necesitan definir su posición en la escala social para generar sus relaciones. Las marcas, los géneros, los cortes de la prenda, y los elementos de la tendencia son indicadores del rango social.

La moda democrática de la última mitad del siglo veinte, de la sociedad de masas y de consumo se caracteriza por una falta de signos decodificados. Hay un exceso de información, pero una carencia de significados reales. La banalidad y la superficialidad representan la moda producida en series masivas. El común de las personas consumen sin tener en cuenta el significado de los productos con los que se visten, pero también lo hacen, porque los mismos no se diseñan considerando lo mismo. Las ropas se llenan de frases escritas que carecen de sentido. El humor se infiltra en las estampas, por la ausencia de mensajes profundos. Lipovetsky afirma que en esta moda “los signos están desconectados de su significación, de su uso, de su función, de su soporte, solo queda un juego paradójico...” (1986, p.154).

La marca como signo, es un elemento de valor que tiene fuerte consideración en la segunda mitad del siglo 20. La marca habla por sí sola y le otorga a las prendas un excesivo valor agregado. Muchas marcas de este período invierten mucho más en publicidad que en la producción de un producto de calidad, o la mano de obra. Esto se debe a que la imagen de marca intenta promover un conjunto de valores reales o ilusorios, y las personas consumen determinadas marcas debido al significado que se genera de estas en la sociedad. Las

publicidades intentan convencer con mucho éxito, que consumir determinada marca otorga cualidades deseadas por el común de la gente, según el target al que estas apuntan. Las imágenes se colman de valores como la juventud y la belleza. El poder de estos mensajes que prometen vender ideales comunes, las marcas es tan grande, que muchas de las publicidades ni siquiera muestran los productos en las campañas.

El valor de la marca se vuelve tan dominante que basta con mostrar el logotipo de la misma, para comunicar un número de ideas. En el mercado se ofrecen centenas de productos fabricados con el mismo corte, la misma moldería, los mismos materiales, que solo se diferencian por el logo que ostentan. Este logo se convierte entonces en el detonante que lleva a un consumidor a elegir cierto producto en vez de tantos otros. En estos casos, el rol del diseñador se ve opacado por la fuerza del mensaje de una marca.

Pero en la sociedad que está emergiendo, esto se desestabiliza, y los significados que se buscan en el diseño son otros. En la sociedad emergente, la nueva significación que toman las prendas de diseño, a partir de la re-valorización de antiguos elementos culturales, en contraposición con la producción seriada, es entendida de esta manera:

Si bien la moda nos había acostumbrado durante la cultura de masas a trabajar con los aspectos estéticos-psicológicos, que eran digitados por una sociedad interesada en el consumo, la tendencia actual va a subrayar cada vez más aquellos aspectos semánticos del diseño que permitan descubrir determinados significados. Significados que, más que hacer referencia al vestido en sí y a su portador en sus aspectos simbólicos tradicionales, permitirán construir todo el nuevo juego de relaciones múltiples y descentradas. (Saulquin, 2010, p. 112).

En este aspecto, la sociedad emergente tiende a interesarse más en el significado de las prendas de diseño que la sociedad de la cultura de masas. La conciencia por el respeto al medioambiente genera una forma de consumo diferente a la obtenida en el siglo anterior, un consumo más desacelerado. Las personas comienzan a investigar sobre las formas de

producción que se encuentra detrás de cada objeto de consumo y comienzan a indagar sobre condiciones de comercio justo y términos de conciencia ecológica. Este conjunto de informaciones recolectadas forman signos que los consumidores entienden como requisitos de una prenda que se consume.

Un cambio ocurre también con la identidad cultural. Luego de un tiempo en que los rasgos culturales regionales se desprenden de las vestimentas y se encuentran desvalorizados, estos reaparecen con el fin de comunicar las diferentes identidades singulares. Los diseñadores vuelven a mirar en el interior de sus raíces para rescatar aquello que es muy valioso, justamente por su valor simbólico. La inspiración se vuelve a la vestimenta autóctona, pero esta se moderniza al incluirse en un contexto globalizado, en el cual muchos rasgos culturales se fusionan. Lo interesante en estos casos, es que al remover del contexto original ciertos elementos propios de grupos humanos, y ubicarlos en otro contexto totalmente diferente y contrapuesto, los mismos adquieren significados ampliamente distintos. Cada grupo humano, y más aún, cada persona individual se apropia de estos elementos y los complementa con su identidad, emitiendo así un nuevo mensaje, muchas veces inconciente.

El simbolismo es de máxima importancia en la sociedad emergente, y el consumo se concibe teniendo en cuenta qué es lo que expresa el producto que se adquiere. Los productos de diseño envuelven un conjunto de informaciones que son consideradas con cada vez más interés por los consumidores de moda. Las formas de producción que se encuentran detrás de una prenda puede dotar a esta de mensajes. La nueva significación que adquieren las técnicas artesanales tradicionales al interpretarse en un diseño contemporáneo puede ser comparada con la siguiente afirmación:

Traer del olvido un evento es llevarlo al terreno del recuerdo, cuya memoria hace ver y vivir lo que ya no está, actualizando el hecho conforme es presentado, para mantenerse vigente en el presente vivido; en este sentido, el mundo es tradicional, mientras recurra a eventos del pasado a través de cualquiera de sus representaciones. (Pérez Taylor, 2006, p. 157)

En este contexto, se puede decir que la recuperación de las técnicas tradicionales para el diseño actual, es una forma de recordar el pasado y mantenerlo vigente inmerso en un presente con condiciones muy diferentes. Se combina el pasado con el futuro, se mezcla occidente con oriente, se fusionan culturas distantes en tiempo y lugar, y se interviene la artesanía con tecnología. Este nuevo paradigma sin reglamentos llevan a inducir que hay una re-significación de elementos que se observa en muchos de los diseñadores actuales, y de algún modo esta es la re-significación que se plantea en el PG, a través de una colección tejida en macramé.

4.2: El tejido manual en el diseño

El diseño a través del tejido manual es muy distinto al diseño en tejido plano, o en tejido de punto industrial. Sus características son muy distintas, y el diseñador atraviesa un proceso diferente en cada caso. Se parte de la base de que cuando se diseña con tejidos industriales, el diseñador ya sabe con anterioridad qué tela va a utilizar para su trabajo, y la selecciona dentro de las posibilidades del mercado. Esta selección está influenciada por los resultados que se esperan de la prenda a crear. En contraposición, el diseño mediante el tejido manual permite al diseñador crear su propia trama, su propio tejido, partiendo de la elección de los hilos o materiales que cumplan la función de esto. Esta elección puede llegar a darle al diseñador una libertad un poco mayor.

La producción en serie desarrollada fuertemente en la modernidad, modifica los procesos de diseño. El creador se ve limitado y fuertemente afectado por los cambios arbitrarios de la moda y la micro-tendencia. Frente al desvanecimiento de la modernidad, y los grandes cuestionamientos que se plantean en la sociedad emergente, surge la necesidad del creador de desprenderse de este sistema de producción acelerada, que deja poco margen a la creación sin límites, ya que se enmarca dentro de los límites de los mandamientos de la moda. En referencia a esto se afirma:

Aunque los desarrollos en la tecnología conducen a nuevas maneras de crear prendas y tejidos de punto, muchos estudiantes y diseñadores buscan técnicas tradicionales para inspirarse y fusionarlas con ideas contemporáneas. Los diseñadores están sacando partido de las cualidades únicas que ofrece el punto y llevan al límite inusuales hilos y las materias además de jugar con la escala. Existe una interacción natural entre artesanía, diseño y nuevas tecnologías. (Sissons, 2011, p. 10).

En este sentido, se puede concluir que los diseñadores acuden a la artesanía ancestral, la fusionan con tecnología, material e idea nuevas, produciendo así, una re-significación de la misma. La homogeneización alcanzada por la producción en serie llega a un punto límite con el fin de la sociedad industrial, y los diseñadores buscan diferenciar sus productos mediante la creación de prendas con fuerte presencia artesanal. El retorno a las viejas técnicas cada vez más presente en el diseño, es la prueba de que la moda abierta, con sus características de producción en serie masiva y consumo excesivo, está desintegrándose, para dar lugar a una moda más conciente.

La moda lenta, este concepto que plantea la permanencia de una prenda de diseño por un tiempo prolongado, debido a su independencia de las micro-tendencias. El rescate de las técnicas ancestrales para el diseño, es una forma de re-valorizar el pasado, y lograr prendas con este concepto de vigencia extendida. El tejido manual se adapta perfectamente a la moda lenta, y es por esto, que cada vez más diseñadores buscan alternativas de diseño

mediante el uso de recursos artesanales que les permita satisfacer las necesidades de los consumidores emergentes.

Es importante destacar que “Las habilidades y motivos del punto artesanal se han sucedido de generación en generación, con el resultado de la comprensión y el reconocimiento del punto como una tradición intelectual y artística.” (Sisson, 2011, p.9). Es por esto, que los diseños que tienen una fuerte impronta artesanal, también llevan una inmensa carga simbólica cultural.

4.3: El tejido artesanal en el diseño internacional

El tejido artesanal nunca logra perder su vigencia y su valor, y por más que los avances tecnológicos creen tejidos en lapsos de tiempo desmesuradamente cortos, este prevalece en las pasarelas internacionales, aunque por supuesto, en contadas veces. Las marcas de lujo eligen introducir alguna que otra pieza tejida, como prenda de estimado valor artesanal. Pero la mayor re-significación del tejido, se encuentra de la mano de aquellos

Diseñadores como Yohji Yamamoto, cambian la idea tradicional del tejido artesanal, y le dan un uso revolucionario. “Con Yamamoto, el punto se convirtió no solo en moda, sino en una expresión artística.” (Gallart, 2012)

Uno de los exponentes más impactantes del tejido a nivel internacional, es una diseñadora sueca graduada apenas en el 2004, Sandra Backlund. Su metodología de diseño, y su forma de interpretar las tipologías de una forma muy particular, la llevan a destacarse extraordinariamente a nivel global. Sus diseños son experimentales, y el volumen es una constante en ellos. Su participación en la firma Louis Vuitton, o en Emilio Pucci, eleva su trabajo a la categoría de lujo y re-significa el tejido artesanal de forma excepcional.

Si bien el diseño considerado como arte, es una afirmación controvertida, es casi innegable que el trabajo de la diseñadora sueca Sandra Backlund, debe ser considerado arte. Buckland cambia radicalmente la concepción del tejido artesanal, y lo eleva a una técnica capaz de crear piezas extraordinarias. La diseñadora manipula el tejido de manera tal que le permite crear prendas estructurales, de tipologías únicas, muy alejadas de aquellas convencionales. Su paleta de color es bastante acromática, con el fin de resaltar el tejido y la estructura de las prendas.

4.4: El tejido artesanal en el diseño nacional

En el diseño local se puede observar desde hace unos años, esta corriente global que busca recuperar la tradición cultural. Muchos diseñadores lo logran al acudir a técnicas ancestrales de artesanía textil. Hay una mirada hacia los pueblos originarios, y las costumbres criollas, que le otorga al diseño una inmensa significación cultural. Sin embargo, esta significación se ve alterada por las ideas contemporáneas, y surge así, una re-significación de lo artesanal. Una reflexión sobre esta tendencia global expresa:

La necesidad de compartir códigos socio-culturales por el desarrollo masivo de las comunicaciones a escala mundial necesitará la incorporación de raíces culturales diversas, que quedará disponible para incentivar una creatividad que también podrá ser compartida. (Saulquin, 2010, p. 138)

La moda se ve afectada profundamente por esta tendencia de rescatar las raíces culturales regionales, y en el diseño argentino esto se manifiesta con cada vez más fuerza. Una prueba de esto, es el concepto de la semana de la moda en Buenos Aires en la edición de febrero del 2014. El concepto del evento más importante de la moda nacional es justamente la

identidad argentina. Para representarla, se produce una campaña titulada "Territorios argentinos", con la participación de diseñadores y artesanos de siete regiones del país.

Paula Ledesma es una diseñadora graduada en la Universidad de Buenos Aires, que crea su marca especializada en knitwear en el año 2008. Sus diseños son expuestos en varias ocasiones en el exterior, representando el diseño argentino. También se asocia al slow fashion, por la creación de prendas sin tiempo determinado. Para sus colecciones, utiliza materiales como algodón 100% mercerizado, algodón con seda, seda, algodones rústicos y algunos hilos con lurex. Sus colecciones están enteramente compuestas por prendas tejidas. Las técnicas de tejido son variadas. Estas pueden ser tejidos en dos agujas, crochet, macramé, y tejidos industriales. Sin embargo, el trabajo artesanal y manual prevalece sobre el industrial, y es lo que le da a la marca su identidad. Su método de diseño difiere mucho del diseño pensado para producción en serie. Ella tiene una forma experimental de diseñar, ya que prueba las combinaciones y las tipologías directamente sobre el maniquí.

Por un lado, su método de diseño, desapegado de las tendencias de temporadas, otorga un valor agregado y una significación valiosa a sus prendas. Por el otro, el minucioso trabajo artesanal, también lo hace. En una entrevista, Ledesma reflexiona sobre la diferenciación de su trabajo:

Quizá, el hecho de que las prendas sean construidas a mano, genera una diferenciación y, de alguna manera, el trabajo sobre esa prenda remite de una manera más clara a su diseñador que, por supuesto, está atravesado por una cuestión cultural propia de cada país. (Nasimbera, 2014)

Las palabras de Ledesma vuelven a confirmar la necesidad de algunos diseñadores de manifestar la identidad individual y cultural a través de las prendas que ellos crean. Para

lograrlo, muchos deben recurrir a las técnicas artesanales que utilizan los distintos pueblos que forman parte de su identidad nacional.

Martín Churba, creador de la marca Tramando, es uno de los exponentes del diseño nacional. Reconocido por su experimentación textil y en tipologías, este diseñador industrial logra llevar sus diseños al foco internacional de la moda. Para Tramando Casa, Churba también diseña productos para el hogar, tejidos con los excedentes que tiran las fábricas textiles. Estos son tiras de tela de aproximadamente dos centímetros, que se cortan de los márgenes para darle un acabado más prolijo. Churba los recoge para crear productos artesanales que a su vez tienen una connotación ecológica. Laclau realiza una entrevista en al diseñador, plasmada en su libro, en la cual explica el significado los productos:

En todos ellos siempre está dando vueltas la idea del tejido, que tiene una carga intensa ligada al cuerpo y a los sentimientos. Es tanto una marca del tiempo y una prueba de amor, como una muestra de aquel cariño incondicional del suéter de las abuelas. (Laclau y Tendrariz, 2010, p. 80)

Las connotaciones que liga Churba a los productos tejidos son muchas, y tienen que ver con sentimientos. De esta manera los productos tejidos dan esta idea de afecto volcado en la realización de un producto. Es que el hecho de que alguien lo teja con sus propias manos, da una sensación de producción muy personalizada que se opone de forma radical a la producción industrial, totalmente despersonalizada. De esta manera, Churba re-significa el tejido dotándolo con su propia identidad.

4.4: La re-significación del macramé

En este PG, se crea una colección teniendo en cuenta lo analizado en el mismo. Antes de la creación de la misma, que no se hace con fines comerciales, si no que se encara con la

intención de revalorizar un patrimonio cultural, que es el macramé, se estudian los nuevos paradigmas de la sociedad emergente. Una sociedad de la información, una sociedad globalizada, cibernética. Una sociedad conciente que entiende que no puede seguir consumiendo irresponsablemente. Una sociedad que busca reconectarse con la naturaleza, con el espíritu, con la sabiduría ancestral.

Se parte de la consideración de varias macro-tendencias, es decir movimientos sociales que provocan transformaciones sociales a gran escala, y cuyo proceso es lento. Estas macro-tendencias ayudan a definir los nuevos roles del diseñadores en la sociedad emergente. Estas son aquellas elaboradas en el capítulo 1, como una sociedad interconectada y globalizada, el retorno a las raíces, el nuevo concepto del lujo, la moda lenta, y el compromiso cultural y social de las empresas.

Todas estas transformaciones son atentamente observadas a la hora de seleccionar el macramé con único recurso para la realización de la colección Entrelazando. Este tejido de nudos se adapta a todas estas macro-tendencias; por ser un recurso transcultural; por adaptarse a la moda lenta, de forma despojada a las tendencias; por generar prendas con un alto valor artesanal, que se relacionan con el nuevo concepto de lujo artesanal, y por el compromiso de mantener vigente un elemento cultural ancestral.

El diseño no puede ser una elaboración banal o superficial, sino que tiene que tener un valor simbólico importante. Debe abarcar una significación cultural, una identidad y además debe responder a los valores, necesidades e ideales de la sociedad, o al menos del grupo al que se dirige. En una sociedad que vuelve a examinar las raíces, los orígenes, la tradición, lo autóctono, la sabiduría ancestral, se encuentra en el macramé una hermosa herramienta que se adapta perfectamente a los nuevos valores.

En un tiempo de comunicación e interacción planetaria constante, la fusión de elementos culturales en el diseño, es un recurso cuya utilización está en aumento. El macramé es un elemento cultural, que le pertenece a algunos pueblos, y a la vez a ninguno, porque el macramé es de toda la humanidad. Debido a que su base son los nudos, y estos son universales, se puede considerar el macramé como una artesanía textil universal también. El hecho de este ha sido transmitido por los navegantes y llevado a diversos puertos, manteniendo su vigencia a lo largo del tiempo, permite pensar el macramé como un recurso globalizado. La globalización, con su intercambio cultural, es utilizada como fuente de inspiración para la creación de una colección de prendas únicas, que transmiten el mensaje de unión, de diversificación, de globalización.

Este PG busca generar una nueva significación del macramé, de diversos modos. Primero, demuestra la posibilidad de su utilización para la creación de piezas completas de indumentaria. Para entender este aspecto, es necesario explicar que a lo largo del tiempo, el macramé ha sido utilizado mayormente para la creación de accesorios, de objetos del hogar, entre otras. Es muy poca la cantidad de ejemplos que pueden encontrarse de prendas enteras tejidas con este recurso manual, aunque si los hay. Esto se debe en parte a los tiempos que se requiere para una producción de este tipo.

La producción en serie no deja lugar a la utilización del macramé, ya que se intenta reducir los tiempos a lo menor posible. Segundo, se utiliza este tejido manual con el fin de revalorizar la artesanía textil, una tendencia social en el diseño cada vez más fuerte, que permite obtener un resultado de exclusividad y autenticidad. Por último, se usa este recurso con la intención de recuperar elementos culturales regionales, y transmitir la esencia de los pueblos autóctonos.

Capítulo 5. Colección Entrelazando

El siguiente capítulo concluye la investigación abordada para este PG, mediante el desarrollo de una colección de indumentaria realizada con el tejido en macramé. Este capítulo es el que mejor representa la categoría perteneciente al PG, que es creación y expresión. El capítulo describe ciertos parámetros simbólicos de la colección, como el partido conceptual y la inspiración. Se expresa en palabras lo que se pretende comunicar mediante el conjunto de prendas diseñadas, así como también una identidad de autor que se intenta plasmar en la culminación de este proyecto. También se explica la técnica utilizada para que el desarrollo de las prendas, la cual abarca a los detalles constructivos, los patrones de tejido, los nudos elaborados, la materialidad y la paleta de color. Para finalizar, se plantea de qué forma la colección aporta a la revalorización del macramé, e intenta elevar la concepción general que se tiene del mismo.

5.1: Partido conceptual

La colección Entrelazando parte de varios paneles conceptuales que inspiran la idea central de la misma. La palabra entrelazando, envuelve un conjunto de significados que son la base del diseño de cada una de las prendas. Por un lado, hace referencia directa al macramé, debido a que este es el resultado de un entrelazamiento de distintos hilos, que se unen para generar un tejido. Por esto, es el título de la colección. Pero, por otro lado, se lo relaciona con este intercambio de culturas distantes, que se entrelazan para transformar sus verdades en nuevas verdades, enriquecidas por la diversidad. En este fenómeno de globalización, propio de la nueva era, se inspira la colección.

La globalización vista desde una perspectiva positiva. La globalización observada, no como la expansión de las culturas dominantes, tales como la europea o la norteamericana, si no

como las voces de los pueblos étnicos que emergen desde el olvido, para mostrar sus visiones, sus ideales, sus músicas y sus colores. La colección representa esta fusión étnica que entrelaza almas colectivas. La inspiración surge de un ideal que representa el deseo de unión de los pueblos, con el fin de crear un mundo igualitario, en donde la igualdad radique justamente en la aceptación de las diferencias. Diferencias culturales e individuales que atesoran la raza humana. La investigación sobre la historia del macramé en el capítulo 2, logra confirmar que los antecedentes de este tejido se encuentran en todos los continentes. No hay pueblo o grupo humano que no haya hecho uso del nudo para sus actividades diarias y de supervivencia, o para cuestiones simbólicas, otorgándoles a estos diversos significados. Desde las historias narradas a través de nudos, como aquellas de la Polinesia, hasta la forma de llevar la contabilidad, como el ejemplo de los quipus en el Imperio Inca, la importancia de los nudos en la historia del hombre es inmensurable.

El primer panel conceptual elaborado como fuente de inspiración para el desarrollo de la colección Entrelazando, muestra los distintos continentes unidos a través de nudos de macramé. Estos nudos representan el elemento cultural propio de todos los pueblos, al cual cada uno le otorga su propio significado. El panel simboliza el ideal de unión, y la verdadera interconexión de los pueblos. Se intenta reflejar la globalización producida por el avance de los medios de comunicación, el transporte y la tecnología. Esta globalización produce un intercambio cultural de gran riqueza, cuando se le da lugar a las voces de los pueblos que han sido callados por la dominación europea y norteamericana, en la era moderna. Sin embargo, este intercambio cultural no es propio de los últimos tiempos, debido a que previamente a la colonización, ya existían pueblos que mediante la exploración de la tierra y el mar, las conquistas, y el comercio, adquirían riquísimos bienes culturales.

El mar también tiene un papel importante en la inspiración, debido a que desde los tiempos más remotos, ha sido la ruta de los viajeros que se trasladan en busca de tierras lejanas, llevando sus costumbres, sus tradiciones, su arte y su folklore, al descubrimiento de otros pueblos que le ofrecen sus propios tesoros autóctonos. También el mar es un elemento constante en la inspiración de la autora, y forma parte de su identidad por haber nacido en una ciudad costera. A su vez, es a los viajes marítimos, a los que se les atribuye la expansión del macramé, desarrollada principalmente por los marineros que pasaban las horas en alta mar desarrollando nuevos nudos y creando objetos con ellos, más allá de aquellos nudos necesarios para las actividades náuticas. Y en la sociedad cibernética y globalizada, se navega en un mar de información y comunicaciones, un mar tan complejo y profundo que deja lugar a las más variadas manifestaciones e intercambios de conocimientos.

El segundo panel consiste en una frase del antropólogo Thor Heyerdahl sobre una imagen del mar. Este investigador, creador y protagonista de la expedición Kon-Tiki, logró demostrar que es posible navegar desde Sudamérica hasta la Polinesia, intentando demostrar su hipótesis sobre los primeros descubridores de este grupo de islas del Pacífico. La hipótesis planteada es que una civilización sudamericana pre-incaica es la primera en arribar a la Polinesia, en vez de asiáticos, como lo creído al momento de la expedición. Por lo mismo, su frase se adecúa perfectamente al concepto de la colección, ya que intenta demostrar que previamente a la colonización europea, ya existían civilizaciones muy avanzadas que exploraban los mares y los usaban como rutas y que intercambiaban los bienes culturales. De hecho, similares muestras de los denominados quipus incas, han sido encontrados en las islas polinesias.

Si bien la colección Entrelazando no está dirigida a un target específico, debido a que no se planea comercializarla, sí está inspirada y pensada para un tipo de mujer ideal. Esta mujer no tiene una edad definida, pero sí tiene un espíritu joven, que mantiene su inocencia y pureza. Es una mujer muy sensible, a la cuál le conmueven los acontecimientos sociales, culturales y artísticos de su entorno. Es una mujer positiva y alegre, que gusta mucho de los colores. Esto no significa que no se vea afligida por las injusticias humanas, el abuso del poder, las diferencias sociales, o la destrucción del ambiente de la mano del hombre; sino que es conciente del esto, pero intenta mirar la vida con esperanza y convicción, con sueños e ideales. Disfruta mucho de la naturaleza, de los viajes y del arte. Es una mujer muy desestructurada, desapegada del consumo de masas y de los estereotipos, es una mujer auténtica y natural. Su forma de consumo es más conciente que la promedio, y cuando lo hace, no lo hace de forma impulsiva. No es una mujer que consuma en grandes centros comerciales, porque le gusta consumir objetos menos masivos, con el fin de sentir que compra algo único cuya belleza es atemporal. Por eso no está apegada a las tendencias. Su estilo es un poco bohemio y etéreo. Elige las siluetas orgánicas y lánguidas. Aprecia el trabajo artesanal, y los objetos que caracterizan a distintas etnias.

5.2: Identidad de autor

La colección también intenta plasmar una identidad de autor, que envuelve tanto criterios estéticos como simbólicos. Esta colección no se desarrolla teniendo en cuenta la tendencia de temporada, porque se pretende desapegarse de la misma, para crear algo que surja del interior, y que no se vea modificado por la influencia de otros diseñadores. Claro está, que esta influencia permanece inconsciente, y puede reflejarse en el diseño, pero no es la intención del PG.

Una característica de la identidad que se intenta plasmar en la colección, es el valor de lo artesanal como protagonista. La artesanía textil entendida como uno de los principales recursos de diseño del que se vale el creador. La artesanía textil, que se opone a la producción industrial, y que genera piezas únicas con una fuerte carga simbólica. Mediante prendas que son tejidas en su totalidad en macramé, de forma manual, se demuestra que el recurso artesanal es el eje del diseño de una colección.

Cada prenda tejida, se realiza de forma absolutamente manual, sin el uso de herramientas, de telares, ni siquiera de agujas de tejer. El único elemento de las prendas es el hilo seleccionado, en este caso tiras de lycra. No se apela a ningún tipo de costuras a máquina. De esta forma también se demuestra una característica de la identidad de la autora, que se relaciona uno de los movimientos sociales en incremento, analizado en el capítulo 1. Este es el denominado retorno a las raíces. Una forma de hacerlo, es apelando a las formas ancestrales de producción, como la tejeduría artesanal. La misma es fruto de un sentimiento de nostalgia colectivo, que se genera al estar inmerso en una sociedad avasallada de objetos, de industrias que contaminan, de exceso de producción y de exceso de consumo. La nostalgia se genera en una sociedad puramente individualista, de necesidades, deseos, y relaciones efímeros.

En una sociedad en la que no se encuentra el sentido de los actos, de las cosas, del vivir, de los grandes sistemas, se produce una enorme necesidad de volver a las formas simples de vida. La necesidad de imitar el estilo de vida despojado de las sociedades anteriores. Esto se refleja en muchos aspectos de la vida cotidiana, y del consumo, como también en la forma de diseñar y producir. Por lo tanto, el despojo de máquinas y formas de producción seriada, se relaciona con este retorno a las raíces, que es un movimiento en auge, y que se adapta a la identidad de la autora del PG.

Otra característica de la identidad que se refleja en la colección, es el uso intensivo del color. El color como comunicador. El color simboliza la luz, el color se encuentra en la naturaleza, y en los trajes de los diversos pueblos étnicos. El color se contrapone al negro, ya que este no es un color, sino que es la ausencia de luz. Mientras el negro es el dominante de la sociedad moderna, impulsado por la sobria burguesía, el color resurge en la nueva era, debido a la mirada a las etnias y al reencuentro con la naturaleza. En este caso y aspecto de la identidad, también se observa el retorno a las raíces. Debido a la búsqueda en los pueblos originarios, y las distintas etnias, como los pueblos andinos, se crea el contacto con el color, perdido en la sociedad moderna, en la cual predomina el negro.

La fusión, y la inspiración étnica es otra característica de la identidad. Los cinco continentes se reflejan en esta colección, por lo cual, se fusionan sus elementos culturales, creando una imagen muy recargada. Esta característica es una constante el método de diseño de la autora, y se refleja en cada pieza de la colección.

Los nuevos roles del diseñador pos-moderno, se ven reflejados en esta colección. Claro está que cada diseñador tiene sus propias motivaciones para diseñar, con significados muy subjetivos. La sociedad que está emergiendo da lugar a muchos movimientos, y cada creador adopta el cual se concierne con sus deseos más personales y su identidad. Este PG intenta aclarar cuál es el rol que la autora cree que debe tener como diseñadora. El compromiso social y cultural, que es elaborado en el capítulo 1, es uno de los roles que se intentan reflejar en la propuesta de colección elaborada en el PG.

El compromiso se denomina cultural, en este caso, porque trata de mantener vigente un elemento cultural ancestral, como lo es el tejido de nudos. Se apela a la inspiración en pueblos originarios, como los pueblos andinos, creadores de los quipus. De este modo se revalorizan las raíces culturales de la población latinoamericana. La sociedad moderna

destruyó el legado cultural de los pueblos originarios, y repleta las mentes de ideales provenientes de las culturas dominantes europeas y norteamericana.

Las sociedades de los países en desarrollo toman como referencia elementos culturales que eliminan todo rasgo diferenciador de su propia identidad. Por lo tanto, se produce una homogeneización y una pérdida de características y rasgos originales y ancestrales, de absoluto valor. Afortunadamente, la sociedad emergente comienza a mirar hacia sus raíces, y a valorar las raíces de otros pueblos, encontrando en ellos una enorme riqueza cultural. En la colección Entrelazando se toma la técnica del macramé, perteneciente a la identidad cultural de muchos pueblos, con el fin de que este recurso sea valorado fuertemente y que no se pierda su vigencia, desde un sentimiento y necesidad de compromiso.

Otra característica de la identidad plasmada en la colección, es el desapego a las micro-tendencias de temporada. Con esto, también se define otro rol del diseñador actual. Se relaciona con el punto elaborado en el capítulo 1 sobre la moda lenta. Esto es así debido a que para la realización de la colección Entrelazando, no se analizan las tendencias de temporadas, porque tampoco está pensada para una temporada. Las micro-tendencias, son parte esencial del sistema de la moda moderno, que dictamina el tiempo de vigencia de una vestimenta de acuerdo a ciertos parámetros consensuados mediante largos estudios.

Las micro-tendencias sufren pequeños cambios cada temporada, de manera tal que provoquen, en el consumidor, la necesidad ficticia de cambiar de vestimenta cada 6 meses. Esto también es el resultado de un sistema capitalista industrializado, que se alimenta de un consumo incitado y forzado. Desafortunadamente, lo que logra este sistema es el consumo por el consumo, y la ausencia de parámetros para la preferencia de una prenda, ya que esta viene inducida por la publicidad, y los cambios bruscos de tendencias, que se impregnan en los gustos de los consumidores. Esto deja pensar, que muchas veces las personas

consumen cierto producto porque es moda, porque se relaciona con las tendencias, y no porque verdaderamente le guste, o le atribuya significados que promuevan el acto de la compra y uso.

La autora de este PG, totalmente en desacuerdo con este sistema arbitrario de micro-tendencias, decide obviar la búsqueda de tendencias, para aportar a la colección su propia identidad como diseñadora, despojada de influencias ajenas. Por supuesto que estas se reflejan indirectamente, porque cuando se vive en una sociedad repleta de imágenes, estas penetran indirectamente, modificando perspectivas y gustos. Si bien, la diseñadora es consciente de este hecho, el proceso de diseño no se basa en la búsqueda de tendencias, para el posterior diseño. Por lo tanto, el método de diseño se asimila al nuevo movimiento de la moda denominado moda lenta. Este movimiento logra que las prendas no sean asociadas a un periodo de tiempo específico, si no a un estilo, a una identidad. También la moda lenta se relaciona en este caso con el hecho de que la colección no es realizada con fines comerciales, si no para revalorizar un recurso ancestral que recluye otros diversos significados culturales, ideales y visiones. Por lo tanto, el ideal de Entrelazando es que sea una colección valorizada por su resultado estético final, su valor semántico y su trabajo artesanal, de manera tal que el paso del tiempo, y el cambio de las tendencias no modifiquen la capacidad de admirar los resultados que se logran con el macramé.

Se intenta en este PG, que la colección sea lo más personal posible, es decir, que se apliquen motivaciones e inspiraciones internas, desde el alma. Que se comuniquen mensajes desde la profundidad del ser, porque se quiere demostrar que el diseño no es superficial, no es puramente estético ni tampoco el deseo único de una apariencia externa bella. El diseño puede reflejar muchos significados y mensajes, en cada una de las prendas de la colección. Esto no quita que se busque en algunos la belleza. Pero la belleza es

sumamente subjetiva, y no puede ser definida como tal de manera consensuada por muchas personas, ya que cada una tiene su propio ideal estético.

Por lo tanto, lo que se intenta reflejar en el diseño de la colección Entrelazando, más que un ideal de belleza, es un conjunto de mensajes asociados a la identidad de la autora, que pretende comunicar varios aspectos a través de las prendas. Aspectos que van desde la toma de partido, es decir la inspiración de la colección, hasta la forma de producción de la misma, y la intención de revalorizar el macramé, como elemento transcultural. Se intenta plasmar en esta colección la idea de unicidad, es decir que cada ser es único, pero a la vez forma parte de un todo indivisible. Así como cada nudo es único, pero forma parte de una red. Con este concepto se diseña cada prenda de la colección, ya que al ser artesanal, no habrá una exactamente igual, y es justamente este hecho el que le otorga tanto valor.

5.3: Sistema de colección

Debido a que la realización de la colección Entrelazando, no se realiza con fines comerciales, es difícil enmarcarla dentro de un rubro determinado. Los rubros propios del sistema de la moda, pueden dividirse en tres grandes grupos generales, y en otros más específicos. Esta colección no puede estar dentro de la Alta Costura, porque no cumple con los parámetros y estrictas reglas que esta demanda, para ser considerada como tal. Tampoco se puede enmarcar a la colección dentro del rubro prêt-à-porter, porque esta requiere de prendas confeccionadas como moldería de sastrería. El único rubro que no presenta reglas formales y que podría coincidir con las características de la colección, es el casual-wear. Y, dentro de este rubro, se puede hacer otra distinción más, que es el knitwear. Este rubro se define por el uso del tejido de punto, ya sea industrial o manual, por lo tanto, la colección tejida en macramé, se encuentra dentro del rubro knitwear.

El macramé se puede realizar con cualquier hilo o cuerda que se pueda tejer. Con el fin de utilizar una fibra distinta a las utilizadas por otros diseñadores que han tejido en macramé en alguna pieza de sus colecciones, se eligió utilizar distintas cintas de distintos componentes. El grosor de las mismas las convierte en un material óptimo para el tejido en macramé. A la vez, su grosor permite un tejido simple, que se adecua fácilmente a los requerimientos del tejido de prendas de indumentaria. Utilizar un hilo mucho más fino, significaría un tiempo mucho más extenso, y como se crean piezas grandes, la posibilidad de que estos se enreden es muy factible. Además estas cintas son seleccionadas por apariencia estética, su brillo, y su textura. También se las elige porque están compuestas por fibras relativamente nuevas, por lo cual, los resultados obtenidos se diferencian del macramé utilizado antaño. Por lo tanto, esto ayuda al objetivo de este PG que consiste en re-significar este tejido manual.

La paleta de color es muy amplia, porque de esta manera se muestra la identidad de la autora, que asume el uso del color como una de sus características. Además el macramé permite el uso de distintos hilos, y los colores juegan un papel principal en la creación de patrones y dibujos en el tejido, que no se formarían con un solo color. Se utilizan muchos colores también haciendo referencia a las vestimentas y elementos decorativos de distintas etnias. Se utilizan colores del arco iris, el amarillo, el verde, el turquesa, el fucsia (en reemplazo del rojo tradicional), el violeta y el naranja, pero en tonalidades pasteles, para hacer referencia al mar. Estos colores juntos en la luz, forman el blanco, que simboliza la paz. En la colección, los hilos de colores se unen formando un tejido, así como los colores se unen formando la luz blanca, así como los pueblos se unen formando un nuevo amanecer.

La colección está compuesta por cinco conjuntos tejidos en macramé en su totalidad. Los mismos son el resultado del trabajo sobre el maniquí, y de la unión de distintos patrones de

tejido que envuelven el cuerpo y crean formas únicas. Los diseños tienen la función de mostrar un diseño auténtico e innovador, con un alto valor artesanal. Cada conjunto intenta mostrar de la forma más óptima, la infinidad de posibilidades que brinda el tejido en macramé, como fuente de inspiración, y creador de piezas únicas.

Los conjuntos ayudan a cumplir con uno de los objetivos de este trabajo, que consiste en promover el macramé como recurso de diseño. Por lo tanto, se presentan en el cuerpo C, las fichas técnicas y los geometrales de cada uno de ellos. En el cuerpo C se presentan también, los cinco figurines que ilustran de forma estilizada los conjuntos de la colección Entrelazando. Los mismos están realizados de manera tal que expresa la identidad de la autora.

Las siluetas son muy orgánicas, algunas de ellas son adherentes, mientras que otras son más holgadas. Se busca lograr un equilibrio armonioso, donde las prendas resalten el feminismo de quien las porte. En muchos de ellas, el tejido se realiza de forma tal, que permite transparencias, ya que se dejan partes sin anudar estrechamente.

Para los conjuntos, se utilizan las tipologías tradicionales de vestidos, que son 4 en su totalidad, y las tipologías de top y falda, en un único conjunto. Los diseños son de segunda piel. Las formas varían entre recta, anatómica y trapecio. Las líneas son suaves y curvas. Se encuentran líneas S, en aquellos conjuntos más adherentes, pero también se encuentran líneas A, y H, en aquellos conjuntos más holgados.

Una línea que se eliminó es la forma de triángulo invertido, y las formas geométricas para la silueta. Con esto, se logran siluetas femeninas, orgánicas, que muestran el espíritu del diseño.

Los cerramientos de las prendas son los que presentan mayores inconveniencias al momento de trabajar en tejidos de punto que no ceden. Es necesario recalcar que si bien, el macramé es un tejido de punto, los nudos fijan la tensión del tejido y limitan su estiramiento. Es posible elegir elastano como hilo para realizar las prendas, y colocar tiras del material sin anudar, en puntos estratégicos de la prenda, de modo tal que permita la expansión de la misma, para su posibilidad de uso. Sin embargo, este no es el caso de la colección. Se descarta en la colección la utilización de avíos como cierres y botones industriales, y se plantean métodos distintos de acceso a la prenda. Esto también se debe a que el deseo de la autora es demostrar la posibilidad de creación de prendas totalmente despojadas de materiales industriales, para lograr que el macramé sea el único elemento de la colección. Otros diseños tienen el acceso por un escote que lo permite, y una moldería que aplica una medida de busto mayor que la real, y una eliminación de la cintura, es decir, una prenda holgada, que deja posibilidad de acceso sin necesidad de avíos como cierres o botones. La forma de cerramiento se realiza mediante la misma cinta del tejido que entrecruza en el tejido, y se anuda a la medida deseada. Sin embargo, también se utilizan caracoles que hacen referencia a la inspiración, y pueden actuar como botones.

5.4: Proceso y recursos de diseño

Se puede decir que la forma de diseñar esta colección, se aproxima a un proceso bastante experimental. Esto se debe a que antes de bocetar los diseños, se trabaja el tejido, probando combinaciones y patrones, y luego se intenta darle forma en el maniquí. Esto va generando ideas, que permiten pensar el diseño total de la prenda, y recién en este paso, se boceta el figurín, y se plantea la forma de confeccionarlo. Al investigar la técnica, y aprender sus alternativas de implementación, se abre un abanico de infinitas posibilidades, que permiten

diseñar con una gran libertad. Sin embargo, este es un proceso lento, ya que consta de un largo periodo de prueba y error, hasta llegar al resultado deseado. De todos modos, una vez atravesado este proceso, el diseño es más ameno y surge naturalmente, ya que ya se saben las posibilidades que brinda la técnica, y la manera de darle al tejido, forma de prenda.

El macramé permite la realización de formas diversas, como círculos, triángulos, rectángulos y cuadrados. También permiten el aumento de la medida del tejido mientras este se anuda. Esto se logra al agregar hilos en la medida deseada. Por lo tanto, el trabajo en maniquí facilita la realización de la prenda, ya que permite saber cuándo agregar más material, a medida que el cuerpo lo requiera.

Si bien se sabe que se puede realizar macramé con moldería, en este caso se decidió no hacerlo, para darle a cada prenda la característica de ser única. La moldería se podría colocar como referente, debajo de un tejido a realizar. Esto permite tejer las medidas deseadas, sin equivocación. Pero la cantidad de nudos a realizar para generar el tejido deseado, no se puede predefinir, ya que depende del grosor del hilo y de la tensión de los nudos. Esto significa que muy difícil predefinir un patrón de tejido en macramé.

Para la colección se utilizan distintos nudos, y aplicaciones. Cada uno de ellos logra un dibujo y una textura diferente. Uno de los nudos que se utiliza mayormente, es el nudo chato. El mismo se realiza con cuatro hilos distintos, y la combinación de los mismos logra un tejido bastante abierto.

El nudo doble festón es otro nudo que se utiliza en gran cantidad debido a la inmensa variación de tejidos que este puede lograr, según su forma de aplicarlo. Este nudo es muy común en el macramé, y se lo puede observar en distintos trabajos. El mismo requiere de un nudo guía, sobre el cual se realizan dos vueltas de otro hilo sobre sí mismo, envolviéndolo. El hilo que es utilizado como guía es el que cumple la función de marcar el dibujo del tejido.

Según la dirección que se le dé a este, es la forma que dibuja el anudado. Por ejemplo, se lo puede colocar horizontalmente, en diagonal, o de forma curva, y los otros hilos se anudan alrededor del mismo, respetando la forma dada y generando un tejido.

Según la disposición de los hilos, el tejido puede ser más cerrado o abierto. En la colección se observan ejemplos de estas variantes. Una aplicación que se observa mucho en esta colección es aquella que da forma de flecha y de rombo. Los colores de los hilos son elegidos con ingenio, de manera tal que estos formen dibujos deseados. Hay formas de rombos, diagonales, triángulos y flechas, formadas con la correcta disposición de colores, y la aplicación de nudos doble festón.

Otra variación elegida para los tejidos de la colección, es el anudado disperso, es decir, el anudado en ciertas partes concretas de los hilos. El resultado de esto, es que parte del tejido no es anudado, y deja a la vista los hilos que muestran una trama muy abierta, y que permiten ver la piel. El resultado estético es una transparencia muy interesante, que se observa en varios diseños de la colección.

El nudo josefina es un nudo decorativo, muy utilizado en diversas culturas. Se lo puede observar mucho en el macramé chino. La característica de este nudo, es que no permite la capacidad de realizar un tejido continuo, por lo cual, se lo utiliza de forma decorativa en partes estratégicas de la prenda, o con los hilos que quedan dentro de la figura de un rombo. Este caso es muy común en el tejido en macramé, y se puede observar en la colección.

Las terminaciones de los diseños suelen ser en flecos, debido a que son los sobrantes del tejido. Estos flecos le dan a los diseños un aspecto muy étnico, bohemio, y desestructurado, adaptándose a la identidad de la autora.

5.5: Prototipo y producción fotográfica

Para la culminación de este PG, se decidió materializar un diseño de la colección que reúne todos los parámetros analizados en este capítulo, como la identidad del autor, la inspiración de la colección, y la revalorización del macramé en una pieza única. El mismo consiste en un vestido tejido hasta las caderas con nudos. Fue realizado enteramente sobre un maniquí, en el cual se montaron todas las cintas que lo componen. Tiene dos tipos de cintas, una que está teñida en varios colores gradualmente, y otras cintas del mismo color en toda su longitud. Se combinaron cintas verdes, rosa, magenta, turquesa, amarillo y salmón. La mayor parte de la prenda está tejida con nudo chato, mientras que en el busto y en el cuello, se puede observar el nudo doble festón. El tejido finaliza con las cintas como flecos que caen hasta los pies. Es un vestido adherente que forma una silueta orgánica y anatómica.

También se presenta en el cuerpo C, una producción fotográfica del vestido que busca ilustrar la temática de la colección, es decir su partido conceptual. A su vez, la modelo, el estilismo, y la composición fotográfica colaboran en la construcción de una imagen que revele la identidad de la autora y plasme el resultado final de este PG.

La producción fotográfica se realiza en una playa de mar abierto, es decir en un contexto que se adecúa a la inspiración de la colección, que tiene que ver con el océano. La modelo se compara con una sirena que representa la divinidad, la espiritualidad y la unicidad entre el ambiente externo e interno. Ella es la protagonista de la producción, pero se intenta que se fusione con el entorno de forma armónica. En muchas de las fotos hay un predominio del azul, por la aparición del mar y del cielo. El vestido desarrollado en macramé se mezcla con el entorno por la gama de colores. Se realizó un maquillaje muy colorido, que resalta la mirada de la modelo mediante el uso de sombras y pigmentos en las tonalidades del vestido, en rosa y púrpura. Se buscó un maquillaje que logre impactar y que se sea original.

5.5: El macramé revalorizado y re-significado

Para finalizar, se considera que el objetivo principal de este PG se cumple satisfactoriamente al conseguir re-significar el macramé en una colección de indumentaria. La colección Entrelazando demuestra que el macramé es un recurso que puede servirle a los diseñadores para generar prendas únicas, con un alto nivel de producción artesanal. Cada prenda de la colección demuestra que las posibilidades que ofrece la técnica del macramé son infinitas, y que cada diseñador lo puede utilizar de forma única y adaptarlo a su identidad de autor.

La colección también demuestra que el macramé puede ser atemporal, y no necesariamente un recurso que se valora únicamente cuando la tendencia de temporada lo permite. También se demuestra que el macramé no es solo un recurso artesanal utilizado para piezas de dimensiones pequeñas, como las pulseras o aros colgantes que venden los artesanos alrededor del mundo. Sino, que el macramé puede crear prendas con un alto nivel de diseño, y un extraordinario valor simbólico. La colección también logra desprender la idea general que se tiene del macramé, aquella idea relacionada con el folk de los años 70, y con la cultura hippie, por más que el estilismo sea bastante bohemio. También se desprende de la idea del macramé como recurso que permite crear productos de decoración de interiores, típica de la moda de los años 70. Las cintas utilizadas difieren mucho estéticamente de los materiales utilizados por los antecedentes encontrados en el diseño que son mayormente monocromáticos. La amplia gama de colores, y el brillo de las cintas que se logran colores semejantes a un metalizado, también separa a este diseño de un concepto rústico.

Los conjuntos diseñados son el resultado del deseo de revalorizar el macramé en la actualidad, y se considera que el producto final, se diferencia mucho de todos los productos

encontrados en otros diseñadores. Esto permite pensar, que el macramé es un recurso tan rico que permite una inmensa variedad de diseños, adaptables a la identidad de cada diseñador.

Si bien el objetivo del desarrollo de esta colección, no consiste en su comercialización, la realización de este PG, y específicamente de la colección Entrelazando, demuestra que el recurso del macramé puede ser utilizado por los diseñadores con fines comerciales. La inmensa adaptabilidad del tejido a las formas, a los materiales y a las tipologías, deja entrever numerosas maneras de aplicarlo. No solo puede aplicarse el macramé en la totalidad de las prendas, sino que también puede servir para generar detalles decorativos en las prendas, agregándole valor a las mismas. Tal vez pueda utilizarse en el escote de un top o un vestido. Puede utilizarse para generar un tejido en la espalda de una prenda, o en la terminación de una falda.

Las posibilidades de tejido en macramé son infinitas, y están al alcance de cada diseñador, que desee utilizar un recurso artesanal para valorizar sus prendas. Puede servir para cualquier tipo de prendas, para cualquier estación del año, dependiendo el hilo utilizado. Otra variable posible es la producción de trajes de baño en macramé. Estos tendrían un gran trabajo artesanal y una gran diferenciación que les aportaría mucho valor agregado, a la hora de su comercialización. Además, son piezas pequeñas, que requieren de un tiempo de tejido estimativamente corto, y que le ofrece a los trajes una gran posibilidad de comercialización rentable.

Conclusiones

La investigación abordada en este PG sobre un recurso artesanal como el tejido en macramé, permite concluir diversos aspectos. Por empezar, se puede observar durante todo el trabajo que se considera como eje principal la problemática encontrada en la actualidad, desde los tiempos industriales. La misma consiste en la pérdida de valor y la falta de conocimiento y difusión del macramé.

El capítulo 1 refleja algunos parámetros del sistema de la moda de la modernidad, que llevan a una desvalorización de las técnicas artesanales, como por ejemplo el macramé. A su vez demuestra la estrecha relación que existe entre lo social y la moda, ya que esta última se ve inevitablemente condicionada por los cambios sociales. La producción industrial cambia radicalmente la manera de producir indumentaria, como también la forma de consumirla. El desarrollo de la industria, combinado con el pensamiento capitalista característico de la modernidad, y la globalización, conducen a la moda a un sistema de tendencias efímeras, de desvalorización de los significados reales y de pérdida de identidad en la indumentaria.

La producción en serie, especializada en la masificación, deja de lado todo recurso artesanal, con la finalidad de crear prendas en tiempos excesivamente cortos. Por lo mismo, hay una inmensa oferta constante que debe ser equilibrada con la demanda, y esta debe ser estimulada y utilizando cualquier recurso. Por lo tanto la publicidad de moda crea un bombardeo de imágenes que obliga a la sociedad a sentir la necesidad de consumir. La indumentaria pierde su valor verdadero, ya que a esta se le asocian otros significados, como la marca, la cual se le atribuye valor en demasía, en la moda democrática.

La moda democrática, con su sistema de colecciones de temporada, que cambian sus parámetros logra que las prendas dejen de estar a la moda en un corto periodo de tiempo, genera la necesidad de consumo en exceso. La globalización lleva a una masificación en lo

códigos de vestimenta, que viajan desde las capitales de la moda, de forma dictaminadora. Lo que logra este fenómeno es la eliminación de los trajes regionales, y la homogeneización de las vestimentas. Los elementos culturales se disuelven y son desvalorizados. Por lo tanto, también lo son los recursos artesanales de cada etnia, tales como el tejido, el bordado, el macramé, entre otros.

Afortunadamente, lentamente estos parámetros de la moda están modificándose, y desarticulándose. Las formas de consumo van cambiando hacia un consumo más conciente. Por un lado se busca la armonía con el medioambiente, y se busca consumir en lapsos menos cortos. Es por esto, que está surgiendo la moda lenta, que consiste en productos atemporales, que no se ven influidos por las tendencias efímeras. Esta moda también hace foco en la calidad de los productos, de modo tal, que su duración sea más prolongada. También hay una modificación en la idea del lujo. La marca sigue teniendo vigencia y peso, pero debe respaldarse con un diseño de calidad y alto valor agregado.

Una sociedad emergente que se ve agotada de los valores modernos, debido a la comprobación de la ineficiencia de los mismos. Las personas comienzan a refugiarse en sus raíces. Vuelven a explorar el pasado con nostalgia, y encuentran en los pueblos ancestrales una forma de vivir y de ver el mundo que se opone a la sociedad moderna, y propone otra alternativa de pensar. Por lo mismo, se rescatan elementos culturales ancestrales, y en el diseño, esto se refleja en la revalorización de lo artesanal, como también en el predominio de elementos étnicos. Otro hecho importante de la nueva era, y de la globalización en la fase más reciente, es la permanencia de las voces minorías y de pueblos, en contraposición a la cultura dominante europea y norteamericana.

De este modo, los diseñadores vuelven a mirar la artesanía textil con profunda admiración, y creen en la necesidad de reincorporarla a la vestimenta actual. Para lo mismo, muchos

aplican técnicas artesanales, muchas veces combinadas con la producción industrial, pero desde un modo distinto. La producción en serie va perdiendo su valor, debido a que las personas buscan diferenciarse cada vez más, y sentirse únicas. Por un lado, los productos masificados no responden a las necesidades sociales actuales que están emergiendo. Por el otro lado, reaparece lo artesanal como recurso de diseño, de un modo revalorizado, adaptándose a los requerimientos de la sociedad emergente, y ofreciendo un alto valor agregado a la vestimenta.

El PG refleja el rol que cree la autora que debe tener un diseñador en la actualidad. Debido a que el diseñador es un comunicador, y que el diseño sirve para expresar numerosas ideas y mensajes, el diseñador puede asumir una gran responsabilidad a la hora de crear sus colecciones. Es importante destacar en este caso la necesidad de formar una identidad fuerte, que se consolide con coherencia. Si bien los diseñadores pueden inspirarse en las tendencias a la hora de diseñar, es importante que busque también codificar un mensaje distinto al resto, adaptándose a los nuevos valores humanos del grupo al que intenta dirigirse. El diseñador puede valerse de su capacidad de expresión, para hacerlo de forma responsable y comprometida. Debe separarse el diseño de la moda, ya que esta puede resultar muchas veces frívola y superficial, mientras que el diseño puede transmitir mensajes profundos, productos de una búsqueda interior, frente a los dilemas de la sociedad.

El tema de este PG es revalorizar el trabajo manual y recuperar una técnica milenaria. Esto se logra a través del diseño de una colección, en la cual se asume el compromiso de mantener en vigencia el macramé. Se buscó crear prendas que no se adapten a una tendencia, y así responder a la tendencia de la moda lenta. Esto ocurre porque una prenda realizada manualmente envuelve diversos significados que le otorgan un gran valor, y que pueden ser apreciados con el paso del tiempo. Cada nudo realizado en el tejido está hecho

con las manos. Este trabajo manual le otorga al diseño una idea de extensa dedicación y cariño en el producto a realizar, mientras que a las personas que adquieren estos productos artesanales pueden sentirse únicas, auténticas y pueden resaltar su esencia, su ser. Esto se contraponen totalmente a una prenda seriada, en la cual no hay una persona detrás de la prenda que la pueda sentir propia, es decir que sienta que la haya fabricado ella misma. Eso se debe a que la división de tareas en las fábricas logra que las personas que trabajan ellas no sientan que el fruto de su trabajo les pertenezca como tal. A su vez, el enorme número de prendas iguales en el mercado, hacen que las personas que las consuman, no experimenten un sentimiento de pertenencia o de autenticidad, sino más bien una idea de homogeneidad con sus pares.

Según la investigación realizada en este PG, específicamente en el capítulo 2, se conoce que el macramé es una técnica que pertenece a muchos pueblos y culturas. Por lo tanto, al revalorizarlo, se está revalorizando también los elementos culturales ancestrales de la humanidad. El nudo, que es el principal recurso del tejido en macramé, es también un elemento cultural perteneciente a todos los pueblos, tanto como el lenguaje. El nudo adquiere significados dimensionales en el transcurso de la historia del hombre. El nudo ha servido como forma de lenguaje, como símbolo portador de diversos mensajes, como herramienta para actividades de supervivencia, como antecedente al tejido. El macramé es el resultado de la unión de nudos que han sido transmitidos de generación de generación, de puerto a puerto, de pueblo a pueblo. Su importancia es inmensurable, y en este PG, se asocia al macramé con esta significación cultural inmensa, que incluye a todos los continentes.

El capítulo 3, que consiste en la investigación de los antecedentes del macramé en el mundo del diseño, permite consumir varios aspectos. Por un lado, al observar la aplicación del

tejido por marcas tan diferentes, se puede concluir que el macramé es tan diverso, que puede adaptarse a la identidad de casi todo diseñador y marca, que desee utilizar técnicas artesanales. Por otro lado, se demuestra que la aparición del macramé se observa en la misma temporada en gran cantidad. Esto deja pensar que el macramé se utiliza por los diseñadores solo de forma temporal, como una tendencia, desafortunadamente. Por lo tanto, si bien el macramé ha aparecido y ha sido explotado de maneras extraordinarias, únicas y originales, este vuelve a perder valor, en las temporadas siguientes. De todos modos, existen diseñadores más independientes que lo utilizan constantemente, creando diseños exclusivos que muestran el gran valor del tejido anudado. En este PG, se intenta demostrar mediante una mini-colección, que el macramé debe ser valorado como aquel conocimiento ancestral que representa, y que no debería ser utilizado como una mera tendencia de temporada, porque de esta forma, se devalúa.

En el capítulo 4 se analiza la aplicación de una macro-tendencia que consiste en la revalorización del tejido artesanal. Se observa que muchos diseñadores, a nivel internacional y nacional, apelan al tejido para desarrollar sus procesos creativos y crear colecciones con un alto nivel artesanal. También se observa una re-significación de estas técnicas textiles ancestrales, ya que al incluirlas en un contexto social distinto, pos-moderno y globalizado, estas toman otros significados y comunican otros valores. También son utilizadas al responder a la tendencia que torna su mirada a los pueblos étnicos, ya que se utilizan sus métodos de tejeduría haciendo referencia a sus elementos culturales. Se observa como cada diseñador utiliza el tejido de forma diferente, y lo adapta de acuerdo a su forma de diseñar, a su forma de ver la morfología y las tipologías, y a su propia identidad.

Por último, se considera que la colección Entrelazando, creada en el PG, logra alcanzar el objetivo general de este trabajo, que consiste en re-significar el tejido manual en macramé.

Esto se supone debido a que el macramé es sacado de su contexto habitual de los últimos años. La concepción actual que se tiene del tejido anudado, es aquel que se encuentra en las pulseras, aros y otros accesorios que venden los artesanos. Es difícil encontrar en el mercado prendas de vestimenta tejidas en macramé, y este PG demuestra que esta posibilidad es muy viable. Otra idea que quedó muy marcada del macramé, es la difundida en la década del 70, que fue primeramente utilizada por la cultura hippie, y que luego fue una tendencia general. En este periodo se observa el macramé, en chalecos y carteras, de estilo bohemio y folk, como también en objetos de decoración para el hogar. La colección de macramé realizada en el PG, intenta desapegarse de esta idea de la década del 70, y de este modo re-significar su concepción general.

También se intenta revalorizar el macramé al demostrar sus variantes y formas de tejido del mismo. Se considera que el macramé es un recurso que ofrece inmensas posibilidades, y que sirve para la creación de prendas únicas, muy diferentes entre sí, y con un alto grado de valor artesanal. Además, se lo puede vincular con distintos pueblos, por lo cual, su utilización se adapta a la macro-tendencia que consiste en la búsqueda de recursos en las raíces culturales. Por este motivo, se lo considera un recurso que tiene una enorme carga simbólica, y se espera que siempre permanezca vigente, y en la posición que se merece.

Se espera que este trabajo haya cumplido con los objetivos propuestos. También se espera que sirva para abrir un camino a aquellos diseñadores que sigan con la misma corriente de pensamiento sobre los cambios en la moda, y sobre la función del diseño. Mientras sigan existiendo personas que cuiden la vigencia de este tejido, y se propongan difundirlo y compartir su valor, seguirá existiendo también el maravilloso legado cultural de los pueblos ancestrales.

1. Vestido Christian Dior



Vestido de Christian Dior, de la temporada prêt-a-porter, primavera- verano 2011. Fuente: Vogue, (2011), disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-paris-christian-dior/5588/galeria/10820/image/383784>

2. Vestido Gucci



Vestido de Gucci, primavera-verano 2011, pret-a-porter. Fuente: Vogue (2011), disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-milan-gucci-1/5522/galeria/10700/image/380524>

3. Vestido Diane Von Furstenberg



Vestido de Diane Von Furstenber, primavera-verano 2010. Fuente: Vogue (2010), disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2010-nueva-york-diane-von-furstenberg/4013/galeria/8395/image/232586>

4. Macramé por Chichi Luo



Chichi Luo Graduate Collection 2011
Photographers: Susan Mitchell www.susanmitchell.co.uk
Models: Anna Mishchenko @ Select Model Management London
www.selectmodel.com
Designer: Chichi Luo www.chichiluo.com

Colección de Graduación de Chichi Luo. Fuente: Chichi Luo (2011), disponible en: <http://chichiluo.com/graduate-collection-2011-chichi-luo/>

5. Macramé por Eleanor Amoroso



Vestido de la colección primavera verano 2012, de Eleanor Amoroso. Fuente: Eleanor Amoroso (2012), disponible en: <http://eleanoramoroso.com/eleanor-amoroso-s-s-1-2/>

Lista de Referencias Bibliográficas

- Boberg, A.M. y Svernas E. (1976). *Macramé*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Calvino, I. (2003). *Colección de arena*. Madrid: Siruela.
- Casero, C. (2011). *Céline. Primavera Verano 2011*. París. Recuperado el 10 de marzo de 2014 de <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-paris-celine/5607>
- Casero, C. (2011). *Gucci. Primavera Verano 2011. Milán*. Recuperado el 10 de marzo de 2014 de <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-milan-gucci-1/5522>
- Gallart, V. (2012). *El punto al poder*. [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 de <http://smoda.elpais.com/articulos/el-punto-al-poder/1259>
- García Muñoz, I. (2014). *Meche Correa: Deseo que mi moda se identifique con Perú*. [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 de <http://carasdelainformación.com/2014/01/29/meche-correa-deseo-que-mi-moda-se-identifique-con-peru/>
- Gucci. (2012). *Acerca de Gucci*. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en <http://www.gucci.com/es/about/show>
- Hu J.C. (1994). *El macramé chino*. Taipei, Taiwán: Chung Yi Color Printing
- Ianni O. (1998). *La sociedad global*. Madrid: Siglo veintiuno editores
- Laclau J. y Tendrarlz Y. (2010) *Diseño sustentable argentino*. Buenos Aires: 25 Latidos
- Leonardi, R. (2012) *Indumentaria y cultura: Buenos Aires siglo 20*. Buenos Aires: Nobuko
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama
- Marchetti, S. (1997). *Aprenda a hacer macramé*. Buenos Aires: Imaginador.
- Nasimbera, C. (2014). *La calidez del oficio: Paula Ledesma y Nev Tejidos en LFW*. [Revista en línea]. Recuperado el 15 de abril de 2014 de: http://90mas10.com/moda/moda/la-calidez-del-oficio-paula-ledesma-y-nev-tejidos-en-lfw_3750.html
- Nasimbera, C. (2013). *Paula Ledesma: La calidez del oficio*. [Revista en línea]. Recuperado el 15 de abril de 2014 de http://90mas10.com/revista/43/paula-ledesma-la-calidez-del-oficio-_2614.html
- Pérez Taylor R. (2006). *Anthropologías: avances en la complejidad humana*. Buenos Aires: SB
- Rieff Anawalt, P. (2008). *Historia del vestido*. Londres: Blume.
- Rubin S. (1996). *Macramé*. Buenos Aires: Albatros

- Saulquin, S. (1999). *La moda, después*. Buenos Aires: ISM
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Sérant P. (1967, abril). ¿Por qué hay artesanos? *Planeta*, 14, 79-89. Buenos Aires: Editorial Sudamericana
- Sissons, J. (2011) *Prendas de punto*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Sudjic, Deyan. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Noema
- Vattimo, G. (1990). *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos
- Zozaya, P. (2010). *Diane Von Furstenberg. Primavera Verano 2011*. Recuperado el 15 de abril de 2014 de <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2010-nueva-york-diane-von-furstenberg/4013>

Bibliografía

- Ávila J. P. (2011) *Macramé*. Recuperado el 26 de octubre de 2013 de <http://www.euskonews.com/artisautza/0567zbk/arti56701es.html>
- Boberg, A.M. y Svennas E. (1976). *Macramé*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Boucher, F. (2009). *Historia del traje*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Budworth, G. (1997). *El libro de los nudos*. Barcelona: Oriro.
- Calvino, I. (2003). *Colección de arena*. Madrid: Siruela.
- Campos N. (2008). *Macramé. (posteo en blog)*. Recuperado el 20/10/13 en http://makramy.blogspot.com.ar/2008/02/macram-para-todos_11.html
- Casero, C. (2011). *Céline. Primavera Verano 2011. París*. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-paris-celine/5607>
- Casero, C. (2011). *Gucci. Primavera Verano 2011. Milán*. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en [HYPERLINK "http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-milan-gucci-1/5522"](http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-milan-gucci-1/5522) <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2011-milan-gucci-1/5522>
- Deslandres, Y. (1998). *El traje, imagen del hombre*. Barcelona: Editorial Tusquets.
- Erwin, C. (1964). *American crafts and folk arts*. Washington: Robert B. Luce Inc. .
- Gallart, V. (2012). *El punto al poder*. [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en <http://smoda.elpais.com/articulos/el-punto-al-poder/1259>
- García Muñoz, I. (2014). *Carolina K: "Necesitaba moldear mi trabajo y colaborar con una causa social."* [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en <http://carasdelainformacion.com/2014/03/06/carolina-k-necesitaba-moldear-mi-trabajo-y-colaborar-con-una-causa-social/>
- García Muñoz, I. (2013). *Masdedos Bazar reúne a los diseñadores textiles chiapanecas*. [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2010 en <http://carasdelainformacion.com/2013/09/27/masdedos-bazar-reune-a-los-disenadores-textiles-chiapanecas/>
- García Muñoz, I. (2014). *Meche Correa: Deseo que mi moda se identifique con Perú*. [Revista en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en <http://carasdelainformacion.com/2014/01/29/meche-correa-deseo-que-mi-moda-se-identifique-con-peru/>
- Hu J.C. (1994). *El macramé chino*. Taipei, Taiwán: Chung Yi Color Printing
- Ianni O. (1998). *La sociedad global*. Madrid: Siglo veintiuno editores

- Laclau J. y Tendrarlz Y. (2010) *Diseño sustentable argentino*. Buenos Aires: 25 Latidos
- Lanus, C. (2014). *Marcelo Senra: "Hoy, el lujo es tiempo libre"*. [Diario en línea]. Recuperado el 10 de marzo de 2014 en HYPERLINK "<http://www.lanacion.com.ar/1659561-marcelo-senra-hoy-el-lujo-es-el-tiempo-libre>" <http://www.lanacion.com.ar/1659561-marcelo-senra-hoy-el-lujo-es-el-tiempo-libre>
- Laver, J. (1995). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra
- Leonardi, R. (2012) *Indumentaria y cultura: Buenos Aires siglo 20*. Buenos Aires: Nobuko
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama
- Marchetti, S. (1997). *Aprenda a hacer macramé*. Buenos Aires: Imaginador.
- Nasimbera, C. (2014). *La calidez del oficio: Paula Ledesma y Nev Tejidos en LFW*. [Revista en línea]. Recuperado el 15 de abril de 2014 en http://90mas10.com/moda/moda/calidez-del-oficio-paula-ledesma-y-nev-tejidos-en-lfw_3750.html
- Nasimbera, C. (2013). *Paula Ledesma: La calidez del oficio*. [Revista en línea]. Recuperado el 15 de abril de 2014 en HYPERLINK "http://90mas10.com/revista/43/paula-ledesma-la-calidez-del-oficio-_2614.html" http://90mas10.com/revista/43/paula-ledesma-la-calidez-del-oficio-_2614.html
- Pérez Taylor R. (2006). *Anthropologías: avances en la complejidad humana*. Buenos Aires: SB
- Pistone, C. J. (1930). *Las artesanías y los artesanos de Hispanoamerica* .
- Ramirez D. (2012). *Artesanía. posteo en blog* . Recuperado el 16 de agosto de 2014 en http://artesianiacolombiana12.blogspot.com.ar/2012_11_01_archive.html
- Rieff Anawalt, P. (2008). *Historia del vestido*. Londres: Blume.
- Rubin S. (1996). *Macramé*. Buenos Aires: Albatros
- Saulquin, S. (1999). *La moda, después*. Buenos Aires: ISM
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Schvartzman, D. (2012). *Jaque mate al lujo*. [Posteo en blog] Recuperado el 16 de abril de 2014 en HYPERLINK "<http://www.viptoday.es/jaque-mate-al-lujo/>" <http://www.viptoday.es/jaque-mate-al-lujo/>
- Sérant P. (1967, abril). ¿Por qué hay artesanos? *Planeta*, 14, 79-89. Buenos Aires: Editorial Sudamericana

Sissons, J. (2011) *Prendas de punto*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Sudjic, Deyan. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Noema

Svenaas, B. A. (1976). *Macramé*. Buenos Aires: Kapelusz.

Temprano, A. (2008). *Ponchos, ruanas y rebozos*. Buenos Aires: Imaginador.

Vattimo, G. (1990). *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos