











UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE DISEÑO  
CARRERA DISEÑO

Memoria para optar al título de Diseñadora Gráfica

SANGRE VINTA

“Gráfica inspirada en la obra de teatro SIN SANGRE, aplicada en vestuario estilo vintage”

Autora:  
ANALÍ MUÑOZ DAHM  
Profesor Guía:  
MAURICIO VICO SANCHEZ

Santiago de Chile, Marzo/ Noviembre 2007



## Agradecimientos a:

Mi Bloque: Chicho, Marta, Colomba y Tamara, por el carácter concedido.

Mi familia Muñoz-Dahm, con todos sus integrantes y acoplados.

Hermes por su amor, contención y apoyo incondicional.

Juan Carlos Zagal y Laura Pizarro, por la oportunidad de conocer su mundo.

Cristian Mayorga, Cristian Reyes, Christian Saavedra, Loreto Monsalve, Juana Cid, Rodrigo Bazaes, Jose Luis Fuentes, Luis Alcaide, Mirko Petrovich, Dauno Tótoro, Marcelo Vega, Ettiene Bobenrieth, Diego Fontecilla, Ernesto Anacona, Marco Díaz, Rodrigo Gomez-Rovira, Andrés Bortnik, Roberto Iturrieta y Pablo Coatts, por el aprendizaje, las risas, la disposición y el cariño.

Rodrigo Riveros, por despertar mi eterna incomprensión del ser humano, su comportamiento y comunicación.

Felipe Muñoz por enseñar con el ejemplo, el Arte del Diseño.

Todos quienes forman parte de este proyecto, por el material, las entrevistas, los contactos, la bibliografía, los aportes y comentarios.

Asuntos Gráficos por la asesoría.

El mate por mantenerme siempre despierta y enérgica.

Sol Díaz, Paulina Fuenzalida, Manuel Pino, Stephanie Schneider, Macarena Marín, Andrea Blanche, Alejandra Pantoja, Gabriela Ortega, Francisco David, Germán Gana, Juanita Sanchez, Claudia Muñoz, Daniela Mundaca, Cecilia Mujica, Sebastian Pulgar, Jordan Maikel, Elisa Rojas, Marco Valdes, Claudio Pereira, Edith Espinoza, Cesar Riquelme, Ricardo Metayer, Paulina Fuentes, Pablo Diaz, Raul Molina, Tamara Elgueta, Camilo Anabalón, Manuel Pinto, Astrid Osorio, Mauricio Labarca.

Por el aguante, las pircas, los momentos, las risas, el apoyo y el cariño.  
Y por mostrarme las múltiples facetas que tiene el Diseño.

Y a Mauricio Vico por Guiarme con tranquilidad.

# Índice

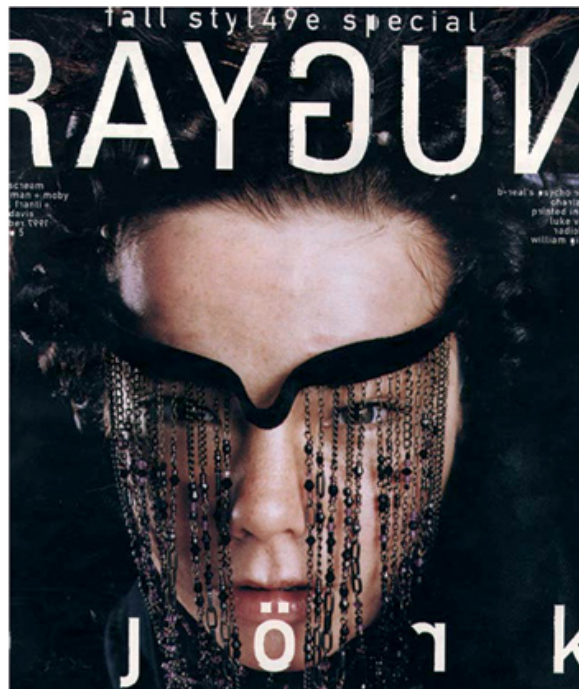
11	Introducción	45	<b>Capítulo VII: Lo Teatral</b>
14	De la Necesidad de diseño	45	Evolución del teatro en Chile
15	Objetivos	45	El Vestuario en el Teatro
16	Marco teórico	48	<b>Capítulo VIII: La Inspiración.</b>
17	<b>Capítulo I: Diseñar Hoy</b>		SIN SANGRE
21	<b>Capítulo II: Textil “soporte de diseño”</b>	48	La Historia
21	Reseña de lo Textil	48	La estructura
21	Textil y Diseño	48	Los personajes
22	Una Imagen para el Textil	49	La innovación
23	El color en la imagen	49	El suceso SIN SANGRE en la escena nacional
23	Aplicación de Imagen en el Textil.	49	TEATRO CINEMA, La nueva compañía
24	La imagen Aplicada	50	LA TROPPIA
26	<b>Capítulo III: Vestuario</b>	53	<b>Capítulo IX: Referentes para el Proyecto</b>
26	Origen	53	SIN SANGRE de Teatro Cinema
26	Psicología y sociedad	54	Marco Correa
27	Imagen personal	56	Andy Warhol
28	Relación vestuario/cuerpo	57	<b>Capítulo X: Auto Encargo “Diseñador con Nombre y Apellido</b>
28	Recursos constructivos en base al cuerpo	58	Manifiesto
30	<b>Capítulo IV: Moda</b>	59	Trabajos 2007
30	La moda en sociedad	61	<b>Capítulo XI: El Proyecto de Diseño</b>
30	La moda en vestuario	62	Proceso de diseño
31	Moda y estilo	62	Conceptos centrales
33	<b>Capítulo V: Moda entre 1940 y 1970</b>	62	Idea Prima
33	1940	64	Criterios de Selección
33	1950	65	Las Prendas Seleccionadas
34	1960	66	Zona a estampar en cada prenda seleccionada.
34	1970	66	Decisiones Gráficas
37	<b>Capítulo VI: Estilo Vintage</b>	66	La fotografía como punto de partida
37	Definición del estilo	66	El alto contraste
37	Ropa Vintage	67	Los colores de las telas
37	Perfil de los Usuarios	67	Los colores en los estampados
38	Fundamentos de elección	67	Técnica Gráfica
38	Mercado vintage en Chile	68	<b>Capítulo XII: Producción del Proyecto</b>
39	Tipología Existente	68	Telas CASA OLIVARI
39	Orange blue	69	Confeción JUANA CID
39	Nostalgic	69	Estampados GANGAS Y MELLA
40	Sub Astra	70	Tienda de vestuario Exclusivo; BABALÚ, HECHA EN CHILE.



71	<b>Capítulo XIII: SANGRE VINTA</b> “Gráfica inspirada en la obra de teatro SIN SANGRE, aplicada en vestuario estilo vintage”	103	Conclusiones
72	Los Primeros Bocetos	104	<b>Anexos</b>
73	Certificación de Práctica e Inscripción intelectual		Entrevistas
74	<b>El Proyecto</b>	104	Juan Carlos Zagal
		106	Rodrigo Bazaes
		109	Loreto Monsalve
		111	Maria de los Angeles Torrontegui
74	Pareja Número 1: Conjunto militar masculino Vestido acampanado largo femenino.	114	Créditos
75	Pareja Número 2: Conjunto Vaquero masculino Vestido Recto Corto femenino	112	Bibliografía
76	Pantalón militar		
77	Camisa Militar		
78	Vestido Acampanado Largo Espalda		
79	Vestido Acampanado Largo Frente		
80	Camisa Vaquera Frente y Espalda		
81	Estampado Vaquero		
82	Pantalón Mezclilla		
83	Estampado Armas		
84	Vestido Recto Corto		
85	Estampado Vestido Recto Corto		
86	Estampado Vestido Acampanado Largo		
87	Vestido Acampanado Largo		
88	<b>Capítulo XIV: Costos del Proyecto</b>		
89	Cotizaciones por 1, 10 y 100 Ejemplares		
90	<b>Capítulo XV: Realización del Proyecto.</b>		
90	Los Estampados		
97	Fotos Promocionales		



## Introducción



Portada revista RAY GUN, 1997.

Uno de los cambios más significativos del diseño gráfico en las décadas recientes ha sido el desafío abierto a las convenciones o normas consideradas parte esencial de la “buena práctica”.

Así es el caso de David Carson, reconocido por su trabajo en la revista Ray Gun, quien *“Inspiró a los jóvenes diseñadores al tiempo que indignaba a algunos profesionales de la comunicación que consideraban, había cruzado la línea del orden y el caos”*<sup>1</sup>. Cruzó la línea con tramas desligadas, espacios nebulosos y textos ilegibles, por armar figuras retóricas, enérgicas y a veces, extremas, lo que se hizo característico del diseño gráfico *posmodernista*<sup>2</sup> en la década de los 90 del siglo recién pasado.

Sumadas a las tendencias rupturistas de forma, puede hablarse de tendencias rupturistas de fondo, que pueden sintetizarse en el manifiesto “First Things First 2000”, publicado por la revista Adbusters en 1999, como una actualización a la versión original del “First Things First” publicado en 1964 por Ken Garland, diseñador británico:

*“Nosotros, los abajo firmantes, somos diseñadores gráficos, directores de arte y comunicadores visuales que hemos sido educados en un mundo en el que se nos ha hecho creer que la publicidad y sus técnicas representan la más lucrativa, efectiva y más deseable manera de usar nuestro talento (...) Muchos de nosotros nos sentimos incómodos con esta visión del diseño (...) Esta crisis medioambiental, social y cultural sin precedentes merece nuestra atención. Muchas intervenciones culturales, campañas de marketing social, libros, revistas, exposiciones, herramientas educativas, programas de Televisión, películas, causas solidarias y otros proyectos de información visual requieren urgentemente nuestra experiencia y nuestra ayuda (...) Proponemos un giro de prioridades en favor de una forma de comunicar más útil, duradera y democrática - una mentalidad más alejada del marketing y hacia la búsqueda y producción de un nuevo tipo de significado. El margen de debate se está reduciendo; debe crecer. Nadie responde al consumismo; éste debe ser desafiado por otras perspectivas expresadas, en parte, a través del lenguaje visual y de los recursos del diseño (...) En 1964, 22 profesionales de la comunicación visual firmaron el manifiesto original para dar un uso más responsable a nuestro talento. Con la explosión de la cultura global de la comunicación, su mensaje es hoy más urgente. Hoy, renovamos su manifiesto con la esperanza*

*de que no pasen muchas décadas antes de que se haga realidad...”*<sup>3</sup>

La guía a este proyecto es el diseño gráfico de las últimas décadas, que plantea al diseñador como creador independiente.

Todo ser social tiene necesidades y el diseñador, como tal, también las tiene. Como dijo Andrea Saltzman *“Los diseñadores también somos consumidores. Tenemos necesidades que satisfacer y podemos crear objetos que satisfagan nuestras necesidades y representar a un grupo de personas”*<sup>4</sup> así, de las necesidades personales, las motivaciones, el bagaje visual y cultural, las preferencias, las vivencias, los gustos, y los ámbitos humanos sociales en general, surge el AUTOENCARGO.

La Dirección de Prensa Universidad Andrés Bello publicó un artículo donde dice que, *“Se está gestando entre los diseñadores jóvenes un modo que poco a poco le está devolviendo la magia a lo que hacen. Un modo que deja de lado las tendencias, para marcar tendencia. Un modo que glorifica el autoencargo, el discurso propio y las inquietudes socio-políticas de una generación aburrida de no ser representada por lo que hace.”*<sup>5</sup>

El autoencargo es apoyado por un grupo de diseñadores entre ellos Gabriel Martínez Meave de México, quien junto a Andreu Balius de España y Alejandro Paul de Argentina, en el marco del encuentro iberoamericano de Diseño Gráfico y Tipografía “Tres Typos Exponen”, hicieron un llamado a los jóvenes a desarrollar proyectos de Autoencargo, es decir proyectos que no estén diseñados para un cliente sino que para ellos mismos: *“Un diseñador debe ser capaz de darse respuestas y hacer lo que siente necesidad de hacer. El autoencargo permite un aprendizaje más profundo y lúdico del diseño”*,<sup>6</sup> señaló Meave, quien valora este método de creación por su profunda capacidad expresiva y de innovación.

El diseño en su sentido más amplio se preocupa de la forma de las cosas y las maneras de dar forma tienen que ver con múltiples aspectos, como dice Juan Guillermo Tejeda *“La forma no se resuelve en un laboratorio especializado, sino que es el resultado de múltiples fuerzas y factores entre las que pueden señalarse entre muchas otras la casualidad, la invención, la costumbre, el espacio disponible, los estilos, la censura, la tecnología, el gusto, la función, el dinero, la creación artística, la publicidad, las tendencias políticas, las convicciones religiosas, la*

1.- MEGGS, Philip. “Historia del Diseño Gráfico”. p. 463.

2.- El término post modernidad designa generalmente un amplio número de movimientos artísticos, culturales, literarios y filosóficos del siglo XX, definidos en diverso grado y manera por su oposición o superación del modernismo.

El modernismo es un concepto filosófico y sociológico, que puede definirse como el proyecto de imponer la razón como norma trascendental a la sociedad.

3.- <http://espanol.geocities.com/hernandoangel/2004/05/manifiesto-de-dise.htm>

4.- JENKS, Charles. “El lenguaje de la arquitectura posmoderna”.

5.- SALTZMAN, ANDREA, Conferencia “El diseño en Ibero América-Argentina”. Auditorium Universidad Diego Portales, Octubre, 2007.

6.- MARTINEZ, Gabriel. [http://www.diariomayor.cl/001home\\_626.htm](http://www.diariomayor.cl/001home_626.htm)

*clase social o las pulsiones íntimas de las personas. Se diseña de muchas maneras, pues, y desde diversas culturas, lenguajes o áreas disciplinarias. Pero siempre diseñamos para las personas*”<sup>7</sup>

Así, podemos diseñar en base a lo vivido y aprovechar motivaciones y posibilidades para dar vida a nuevos objetos de uso y *deleite*<sup>8</sup>.

En este proyecto, una pieza clave, fue la posibilidad de hacer la práctica profesional junto a TEATRO CINEMA, en el montaje teatral SIN SANGRE.

Este ha revolucionado la escena nacional ya que plantea un nuevo lenguaje que mezcla el cine con el teatro, presenta una cruda historia de guerra civil, venganza y resiliencia que habla de nuestra historia local de manera global. Es un trabajo de excelencia en toda la expresión de la palabra con un manejo tecnológico de alta calidad. *“A poco más de dos meses de su estreno en Santiago, la obra “Sin sangre”, de la compañía Teatro Cinema liderada por los ex integrantes de La Troppa Juan Carlos Zagal y Laura Pizarro, se ha convertido en uno de los sucesos artísticos del año, con 15 mil espectadores hasta la fecha y el apoyo unánime de la crítica.”*<sup>9</sup>

Ese es el comentario generalizado de la prensa frente a este fenómeno SIN SANGRE.

Gracias a esta experiencia, surge el autoencargo de tomar la visualidad del montaje, para plasmarla en piezas de uso cotidiano, donde se pueda llevar la imagen diseñada en un evento, una clase, una cena, el cumpleaños, o cualquier momento de la vida.

El soporte elegido es el textil, que cortado y armado se denomina *vestuario*<sup>10</sup> y al ser usado por una persona, le entrega a esta, características especiales, definiendo su interior.

Squicciarino señala que el gusto por arreglarse precede al de vestirse y que este último sólo es una de las tantas modalidades que tiene el hombre para representar su interior. Es una de las muchas maneras para determinar quiénes somos, cómo somos, qué queremos y qué creemos, frente a nosotros mismos y frente a quienes nos rodean.

El hombre, se re significa, se proyecta e identifica, a través del vestuario, siendo éste, un suceso social de crucial trascendencia en la vida humana.

En la actualidad, actos cotidianos nos dan cuenta de la

importancia social que tiene. *“Quien haya metido mano a los problemas actuales de la semiología, ya no puede hacerse el nudo de la corbata por la mañana delante de un espejo sin tener la sensación de realizar una auténtica elección ideológica, o al menos de ofrecer un mensaje, una carta abierta a los transeúntes y a todos aquellos con los que se encontrará durante la jornada”*<sup>11</sup> dice Umberto Eco, quien profesa que el vestuario es un sostenedor comunicacional y que los unos nos determinamos a los otros y a nosotros mismos, en función, entre otras cosas, del vestuario.

Debido a la carga comunicacional que tiene el vestuario en la vida de cada uno, es que este proyecto toma ese soporte para crear un objeto de diseño. Porque incluso aquellos que no valoran ese trozo de tela que se ponen diariamente, no podrán negar la importancia social que posee.

Y es que la sociedad se segrega dependiendo de los gustos, de los *estilos*<sup>12</sup> y las *tendencias*<sup>13</sup> de identificación, se obtiene un *estatus*<sup>14</sup> por estar dentro o fuera de un grupo humano.

Una de las tendencias que ha tomado fuerza en el último tiempo es el “Estilo Vintage”; que retoma objetos de épocas anteriores (de los años 40’ al 70’), para usarlo en la actualidad.

Frente a este nuevo escenario del Diseño, donde se trabaja con la Auto Gestión, es interesante el desarrollo de un proyecto visual de dimensión gráfica.

El proceso total, es el intercambio de mundos; el inspirarse en una obra de teatro, para generar una propuesta en imágenes y luego estas imágenes, traspasarlas a un soporte gráfico, generando un nuevo objeto de diseño.

La metodología utilizada para la investigación es de tipo exploratoria, ya que no existe una tipología consistente, sólo sustentos teóricos de fondo que podrían ser utilizados para respaldar este y otros proyectos de diseño, pero no como ejemplo real del objeto propuesto, sino como guía de acción.

Las motivaciones son bastantes, pero las centrales pasan por ser culturalmente activa, ver, conocer, experimentar, ahondar en distintas manifestaciones artísticas y proyectuales en general, estar atenta a lo que el mundo genera y necesita.



Revista Wiken, El Mercurio, Septiembre 2007

7.- TEJEDA, Juan Guillermo, “Diccionario Crítico del Diseño”, pág 14

8.- Placer del ánimo. Ánimo: Alma o espíritu en cuanto es principio de la actividad humana.

9.- MACELLARI, Marcelo. El Mercurio de Valparaíso, 16 de Nov, 2007

10.- vestido: prenda o conjunto de prendas con que se cubre el cuerpo. Ropa: Prenda de vestir. Indumentaria: Perteneciente o relativo al vestido.

11.- ECO, Umberto, “L’abito parla il monaco”, Pág. 7. Citado en SQUICCIARINO, Niccola. “El vestido habla” Pág. 23

12.- Estilo: Modo, manera, forma de comportamiento.

13.- Tendencia: Propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines.

14.- Estado o posición de algo dentro de un marco de referencia dado

Éste proyecto es el auto encargo de diseño de un objeto de uso cotidiano, inspirado en la obra de teatro Sin Sangre: una adaptación libre de la novela del mismo nombre, del italiano Alessandro Baricco.

"The Andrews Sister" 1940



## De la Necesidad de Diseño

La época que se vive actualmente, está marcada por la relatividad e inexistencia de una verdad absoluta, dando paso al espacio que permite el traspaso de un mundo en el otro, para que cada disciplina aporte su conocimiento a otra diferente.

Surge la posibilidad de viajar desde una rama del diseño a otra, aportando con las herramientas que se poseen, a la creación de nuevos objetos de diseño. Logrando así, ser profesionales íntegros capaces de realizar trabajos transversales.

Por esto, nace **la necesidad de expandir las áreas de acción en las que se desenvuelven los diseñadores gráficos. Acentuar la experimentación en distintos soportes y con diferentes objetivos.**

Uno de los tantos soportes existentes, es el textil, que al darle forma y ser armado, se le denomina vestuario. *“Es súper evidente que el diseño textil es bidimensional y el diseño gráfico tiene mucho que decir al respecto, a la hora de poner eso como parte de la vida”* <sup>15</sup> Dice Rodrigo Bazaes, director de Arte en SIN SANGRE y connotado Diseñador Teatral.

Con la formación entregada en la Universidad de Chile, los diseñadores gráficos tenemos las herramientas para entrar a este mundo, tal vez no creando nuevas confecciones, sino interviniéndolas con lo visual.

El vestuario es algo que acompaña toda la vida. Este suceso social, proyecta las características de los individuos, mostrando directamente los comportamientos, estados de ánimo, creencias y todo tipo de tendencias. Así el vestuario define y el diseñador puede aportar a los usuarios generando más y mejores gráficas.

Experimentar en el vestuario, es importante tanto para el diseñador; a quien se le presenta una potencial fuente laboral, como para cierto usuario; que tiene necesidades específicas y no se ve satisfecho con los productos que entrega el mercado de masas, prefiriendo tener prendas originales, cómodas, de telas nobles y con cortes clásicos.

Los diseñadores interesados en el textil, están cada día más consientes de este mercado esperando por ser satisfecho, la proliferación de aplicaciones gráficas al vestuario, es altísima. *“Hay mas oferta y mas entretenida. Hay más competencia y más consumo.”* <sup>16</sup> Dice Babalú, quien es pionera en la creación de vestuario estampado.

Ella ha visto evolucionar positivamente esta tendencia junto con la oferta de ropa exclusiva.

Tal como ella, muchos otros también han decidido trabajar de manera independiente que se contrapone a la posibilidad de trabajar con el encargo de un cliente.

Para aportar a la tendencia de la independencia, **hay una necesidad de validar el auto encargo, como proceso de producción de piezas de uso cotidiano.**



Reino Unido, 1951.

15.- BAZAES, Rodrigo. Entrevista. Junio, 2007.

16.- HERMOSILLA, Claudia. Entrevista. Noviembre, 2007.

## Definición de los Objetivos

### Objetivo General

Contribuir a la validación del auto-encargo en Diseño Gráfico, como proceso para la producción de piezas de uso cotidiano.

### Objetivos Específicos

- 1.- Implementar como método de diseño: la re-construcción de lo existente, a través de la interpretación e intervención personal.
- 2.- Reconocer la obra SIN SANGRE como hito en la escena cultural nacional y utilizarla de inspiración para el proyecto.
- 3.- Aportar una experiencia de aplicación de diseño gráfico en soporte textil.



Revolta estudiantil 1969





## Capítulo I: Diseñar Hoy

El mundo actual es vertiginoso, marcado por la inexistencia de verdades absolutas. *“Con la llegada del neocapitalismo, la estructura social ha perdido gradualmente la rigidez que la había caracterizado durante muchos siglos. La moderna sociedad de masas y del consumismo resulta esencialmente móvil, dinámica, fluctuante e igualitaria”*<sup>17</sup> En cada doctrina, creencia, disciplina, oficio, profesión, o modalidad cualquiera, de cualquier índole, en cualquier parte, existen distintas tendencias, creencias y actitudes que diferencian a los individuos y los sub-dividen en categorías, siendo estas capaces de abrigar a distintas personas.

El mundo es más bien lo incierto, lo mutable, se vive en una época de experimentación, donde sólo se puede contar con verdades provisionales. Lo que hoy es tendencia total, mañana puede ser obsoleto total, para pasado mañana transformarse en la vuelta de la tendencia total. Tal como nos muestra el “Estilo Vintage”, que retoma lo antiguo, de época.

Y si todo es tan incierto y mutable, los diseñadores y los trabajadores en general, deben ser capaces de formar parte de variados proyectos, generando cada vez más posibilidades laborales, experimentales y expresivas que le vayan dando cierto sentido a la vida.

Es que en la actualidad no se puede ser muy estricto, ya que los pensamientos y puntos de vista son múltiples.

Raquel Pelta, escribió en el 2003, un libro llamado “Diseñar Hoy”, en él, se habla, entre otras cosas, de la diferencia entre el diseño moderno, que ya pasó y el post moderno, vigente actualmente.

El diseño post moderno, es un estilo abierto a las nuevas tendencias donde se reconoce y valora la situación de que los públicos objetivos están cada vez más segmentados, siendo esta, una característica positiva para el diseño en términos laborales y productivos.

Junto con la especialización de los productos, surge la multiplicación de ellos, siendo inevitable la competencia y la igualdad entre los mismos. Alta cantidad de maquinaria, llama a la igualdad de productos.

Con la tecnología que se maneja actualmente, es fácil la confección de cualquier cosa. Y como es tan fácil adquirir una maquinaria y un operador, que cree productos, estos últimos son cada vez más parecidos en términos funcionales, estructurales y materiales.

La mejor manera de vender algo que también ofrece la competencia, es dándole un **Valor Agregado**. Los objetos de consumo, en este caso, objetos de diseño, se están caracterizando por tener características extrafuncionales, que posicionan de mejor manera la creación, por elementos que no están en la función primaria que cumple, sino en otras cosas que lo hacen ser preferido frente a su competencia. *“Los bienes de consumo son adquiridos no por su valor técnico, práctico o funcional, sino por su valor extrafuncional, sus particulares valores simbólicos, convirtiéndose en distribuidores de gratificación y asumiendo un carácter mágico”*<sup>18</sup> Un producto se posiciona como líder, por que entrega satisfacción interna, nacida en la mente humana.

Todo producto, junto a su competencia, satisface la misma necesidad y generalmente tiene las mismas características, pero **es el valor agregado, lo que determina la elección final para la compra.**

Así se convierte en prioridad para quienes producen objetos de diseño, diferenciar su producto del de la competencia, poseer algo que no tiene el otro, crear una característica identificadora.

Una de ellas es **no producir en serie**. Crear objetos exclusivos. Menor cantidad a mayor precio con materiales seleccionados particularmente.

Otra manera de diferenciar el producto, es **dándole un carácter de autor**.

Un diseño con Nombre y Apellido, que surge de la creación expresiva de una persona, un producto desde el diseñador, para el público. Un auto encargo, que algunos no validan por creer que sólo se puede diseñar desde el otro. *“El hecho de que los diseñadores casi siempre diseñen para otro, implica que casi todo lo enunciado en sus producciones pertenezca a la esfera de otro(...)* El discurso, a pesar de la intervención del diseñador, por más profunda que esta sea, no deja de pertenecer al verdadero emisor. Y el diseñador, a pesar de ser quien construye el discurso, no llega a convertirse en emisor y enuncia por cuenta y orden de éste.”<sup>19</sup> esta postura habla de la imposibilidad que tiene el diseñador para entregar sus mensajes, poner una parte de su interior en lo que proyecta, concibiendo el diseño sólo como una respuesta a la necesidad de los otros, sea este el usuario o el ofer-

17.- SQUICCIARINO, Niccola. “El vestido habla”, Pág. 164

18.- Ibid., Pág. 178

19.- CASSISI, L. “El diseño y los géneros discursivos”, [en línea] TPG, N°66. Julio 2005.

tante del producto.

Pero en enfrentamiento, se encuentra otra postura, que habla de la imposibilidad de separar a el creador de su creación, entregando siempre, cierto margen de subjetividad. *“Negar la importancia de este margen de decisión personal es negar el sello que cada diseñador le pone a lo que hace, a pesar de que muchos renieguen de ello. Por más que se intente mediante los empujones de la racionalidad, comprimir y minimizar ese margen de subjetividad, este existirá siempre. Tal ambición de objetividad es por tanto inconsistente.”*<sup>20</sup> y es que tal subjetividad, como dice Andrés Muglia, es lo que define a cada diseñador como ente personal, siendo esta, la característica distintiva que comanda muchas veces la decisión de trabajar con una u otra persona. Es verdad que el diseño puede ser para otro, respetando las necesidades de este, pero es verdad también que los humanos nunca logran separarse completamente de sí mismos, entregando siempre, cierto halo personal en cada creación. Así, se le puede dar un valor agregado al diseño, expresando la interioridad del creador, dando a conocer su identidad y manera de concebir cada creación.

Esta es una manera de vivir el diseño y es que no todos piensan que se puede crear desde lo personal.

Otro tema que surge en el Diseñar hoy, en directa relación a los encargos de un tercero, tiene que ver con la manera de hacer real un proyecto, sea este beneficioso o perjudicial para el usuario. *“A mi entender el diseño está asociado a la ética. Plantea mejorar lo que ya existe, y exige soñar, imaginar e intervenir, con un aporte personal, en una situación dada. Requiere que el diseñador entregue sin reservas, todos sus saberes, preferencias y experiencias. Cuando esto sucede, ese espacio de creación se vuelve sagrado.”*<sup>21</sup> el diseñador tiene en sus manos el poder de mejorar lo existente, y con su mente creativa, dar a luz nuevos objetos que maravillen y emocionen, dejando en ellos todo el conocimiento adquirido, su creatividad y sensibilidad, inquietudes y ansias. Aunque algunos no piensan lo mismo y defienden el vender lo que sea, no tomándole el peso real que tiene el diseñador en la sociedad *“Existen en la cultura del diseño mitos muy arraigados que abonan la confusión, al conferirle a la actividad una serie de funciones que no le son propias: el mejoramiento de la calidad de vida, la evolución cultural, la búsqueda de una sociedad más justa, la conservación del medio ambiente, la defensa de causas nobles, etc. En el mundo real del diseño estas temáticas conviven en total armonía con sus opuestos: el lucro económico, la compra por impulso, el racismo, la xenofobia, etc.; y*

*otras más alejadas de los extremos como la educación, la comunicación social, la política, la salud, el deporte, la administración, etc.”*<sup>22</sup> Esta manera de ver el diseño, habla de la declaración de valores que tiene tal diseñador, ya que algunos pueden sentirse tranquilos creando una campaña Xenofóbica, o haciendo el envase de un dulce para niños que destruye su intestino, con el chivo expiatorio de llevar un plato de comida a casa, pero otros, mas soñadores y activistas, se interesan por entregar un objeto que aporte de una manera u otra a el usuario y respete su entorno, tanto social como ambiental.

El diseñador como ser humano tiene mucho que entregar, ya que en carne propia a vivido el mal diseño, la poca experticia técnica y la falta de prolijidad, pudiendo ser este el punto de partida para la innovación, mejorando lo existente y creando nuevas maravillas.

Miles son las maneras de aportar a este mundo y entregando una proyección del ser, es una de ellas.

Pensando en la fuerza e influencia que puede lograr un buen diseño gráfico, ¿no sería positivo para la sociedad, plantear la disciplina como un pequeño aporte al cambio progresivo de las grandes falencias humanas? Cada quien tiene una herramienta y si aporta con la única que maneja, nunca va a ser resta, sino suma.

Muchos podrán decir que lo que se plantea en estas líneas es algo irreal, y es que **hay innumerables modos de concebir el diseño y de estrategias para plantearlo.**

Tantas maneras hay de diseño, como diseñadores en el mundo. Cada quien postula su creencia, declara su metodología y profesa sus intenciones en la vida. Nadie tiene la verdad, sólo se tiene un punto de vista. *“...De este modo, la tarea del diseñador es profundizar en esa zona conviven, se recrean, se transforman. Ése es el desafío: comprender, construir y aportar a la vida”*<sup>23</sup> Aportar desde el punto de vista personal, desde las creencias y vivencias. Tomar lo que necesita el hombre y crear algo transformador, en la medida que se pueda. Tal vez no es posible cambiar el mundo, pero si aportar desde el punto de vista de lo funcional y bello.

Estos conceptos pueden verse como opuestos o disonantes, pero esta manera de ver el diseño forma parte de una tendencia que acerca el objeto de diseño, a la pieza de arte.

Así, comienza una discusión que se vive actualmente: **¿Puede el objeto de diseño acercarse a la pieza de arte?**

Muchos ya han puesto el tema sobre el tapete y es que



Settings de SIN SANGRE.

20.-MUGLIA, Andrés. “Las artes plásticas y el diseño” [en línea] www.FOROALFA.com, marzo 2006.

21.-SALTZMAN, Andrea. “el cuerpo diseñado”, Pág. 12

22.- CASSISI, L. “El diseño y los géneros discursivos”, [en línea] TPG, N°66. Julio 2005.

23.-ibidem.



Settings de SIN SANGRE.

24.-LORITE, Juan Miguel. "La obra de arte como objeto diseñado", [en línea] www.FOROALFA.com, mayo 2006.

25.- GHINAGLIA, Daniel. "Parecido no es igual", [en línea] www.FOROALFA.com, febrero 2007

26.- PELTA, Raquel. "diseñar hoy", Pág. 56

27.- Ibid., Pág. 191

tal como se habla anteriormente, esta época se trata de lo incierto, lo mutable.

Las disciplinas se entremezclan diariamente, naciendo así una motivación por tomar las directrices de un área e intervenirla con otras declaraciones de valores o tendencias, logrando así, crear nuevas formas de expresión, como lo es, el objeto de diseño como pieza de arte.

Una definición de cada término (arte y diseño), puede ser la que recoge *Juan Miguel Lorite Fonta*<sup>24</sup>:

*Arte: "El arte es una actividad humana consciente capaz de reproducir cosas, construir formas o expresar una experiencia, si el producto de esta reproducción, construcción, o expresión puede deleitar, emocionar o producir un choque", escribe de manera limpia y perfecta el esteta Tatarkiewicz.*

*Diseño: Aquel proceso de creación, desarrollo y producción de un objeto que intenta dar respuesta a una necesidad y que lo hace en el contexto de una compleja amalgama de condicionamientos técnicos, sociales y políticos; de características históricas y psicológicas.*

La central diferencia, surge de que el arte quiere emocionar, deleitar o producir un choque y el diseño intenta dar respuesta a una necesidad, tiene características funcionales y técnicas que no pueden ser olvidadas para la producción.

La gran pregunta que surge entonces es: ¿ que pasa si un objeto de diseño satisface una necesidad y es concebido con todas sus implicancias (¿que?, ¿como?, ¿para quien?, ¿donde y cuando?, ¿por que?), pero conjuntamente logra deleitar a su usuario y los que lo rodean?, siendo así tan importante la parte funcional como la estética en general, la gráfica en particular y el trasfondo que posee la misma.

Lo que se plantea frente a este cuestionamiento, es que finalmente el diseño y el arte están ligados y que pueden vivir conjuntamente, con mutuo beneficio. *"Después de diez años tratando de enseñar a mis alumnos el diseño como profesión, me inclino a pensar que el arte y el diseño son como madre e hijo, unidos por sus aires de familia y separados por sus diferencias, pero con entidad propia"*<sup>25</sup> Así, el diseño es hijo del arte, con sus características de sociedad moderna a cuestas, tiene objetivos diferentes y sobre todo técnicas productivas muy determinadas.

Un ejemplo de mutuo beneficio entre arte y diseño, es el diseño teatral, donde existe toda una concepción artística para la creación y una concepción técnica para la pro-

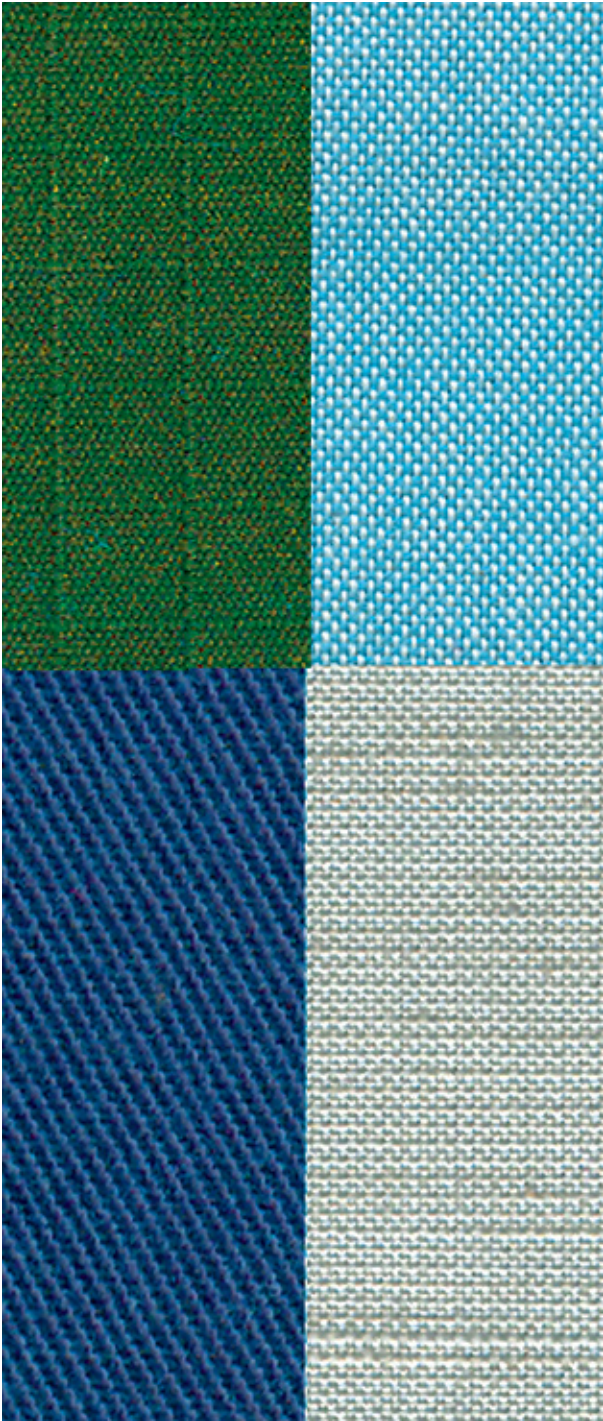
ducción del vestuario y la escenografía, con todo lo que aquello implica.

El diseñador tiene mucho que aportar en las distintas disciplinas artísticas y como persona individual, hay miles de acciones que puede realizar para lograr objetivos sociales como un evento, un montaje, una imagen o producto. *"El diseñador, además de cumplir el habitual papel de mediador silencioso, puede y debe actuar como crítico, fabricante, emprendedor, profesor, editor y activista.(...)Debe adoptar papeles que antes habían sido asociados con el arte y la literatura."*<sup>26</sup> Este es el momento, en el cual se debe sacar a relucir las capacidades creativas más profundas, para dar paso al lado artístico, que reclama un abandono de los productos sin alma, para crear productos de diseño personal, desde lo más profundo de los corazones. Creados por los diseñadores, para la gente, con una entrega real de su parte. Y es que con la entrega personal, surgen los estilos más diversos, las tendencias más hermosas y los productos de mejor calidad.

Está claro que este discurso, puede diferir del discurso de muchos, pero tal como lo señala Raquel Pelta: *"En estos momentos el diseño gráfico se encuentra en una etapa de pluralidad ideológica y estilística"*<sup>27</sup> Aportando este proyecto a una visión determinada. Bienvenidas sean a la disciplina del diseño las declaraciones de cada tendencia, valores y estilos. Se espera podamos ser capaces de convivir los unos con los otros, en este mundo tan pequeño, en el que todos somos tan distintos pero a la vez tan parecidos en necesidades, influencias y conductas.

Y así como existen múltiples formas de concebir el diseño, existen múltiples maneras de trabajar en diseño. Una posibilidad es formar parte de una oficina que tiene encargos de algún fabricante, quien a toda costa necesita vender su producto, sea este bueno o malo, positivo o aniquilador de la vida. La otra es formar parte de una oficina que determina sus principios y sobre estos acepta o rechaza encargos y la tercera opción, la más recurrida en las nuevas generaciones, es ser un diseñador gestor y productor, que realiza trabajos de manera independiente.

Este proyecto se enmarca en la tercera opción, donde el Diseñador actúa también como gestor.



Telas Masculinas.

## Capítulo II: Textil “soporte de diseño”

### Reseña de lo Textil

El textil es una de las primeras manifestaciones culturales y artísticas de la vida humana. Los primeros textiles fueron vegetales, creando una sociedad entre el ser humano y el ecosistema que lo rodeaba.

Antes de alcanzar la destreza requerida en el arte textil, la humanidad se distinguió por su habilidad en la cestería, confeccionando esteras, recipientes, redes de pesca y sogas que combinaban las cualidades de las fibras en hilados y torsiones de gran flexibilidad y resistencia. Así, podemos decir que primero aprendimos a tejer algunas fibras de manera manual, para luego de muchas décadas, llegar a la industria, donde se “tejen las fibras”, mecánicamente.

El quehacer textil tiene una historia tan larga como la del ser humano sobre la tierra, ha sido incorporado en todas las culturas, Junto a una infinidad de materiales y, actualmente, la tecnología ha hecho replantearse conceptos y definiciones acerca de lo textil, generando múltiples productos que incorporan tela.

Sin temor a exagerar, podemos decir que a lo largo de la vida habitamos un mundo textil. Vivimos entre tejidos, de los que se componen nuestras vestimentas y ámbitos más próximos. Las diversas clases de textil que utilizamos marcan las etapas de la vida y nos acompañan en los rituales de sociabilidad, como el nacimiento, el bautismo, las nupcias y el lecho de muerte. Solo podemos decir que nacemos desnudos, pero desde el primer momento, un textil nos envuelve para protegernos del mundo externo. Cumple múltiples funciones: cubre el cuerpo vistiéndonos, protege del medio ambiente, cobija en el descanso y es el fiel reflejo de cada cultura en cada tiempo, mediante los patrones estéticos que surgen de las mismas.

Si hablamos de textiles, podemos desarrollar una investigación completa ya que existen infinidad de tipos y estructuras: desde redes abiertas hasta mallas compuestas por millones de hilos ultra delgados, desde la solidez de una sarga hasta la liviandad de una gasa. Tejidos concéntricos hechos a aguja, tejidos de trama perpendicular o de fibras apelmazadas, hilados metálicos, redes de hilos de seda o marañas.

Según las fibras y la técnica utilizada en el tramado, el tejido puede ser abierto o cerrado, liviano o pesado, rígido o blando, resistente o endeble. De trama legible o imperceptible, uniforme o con rupturas, acentos, anomalías

(nudos, trenzas, canelones) y cuanta característica puede otorgarle el creador a las telas.

El textil por sí solo, es un objeto de estudio.

Es por esto, que para efectos del proyecto, se habla de la tela como soporte del diseño.

### Textil y Diseño

Andrea Saltzman, en su libro “El cuerpo Diseñado”, nos habla de cómo la superficie textil es un poderoso territorio de expresión, que califica y da identidad al diseño. Afirma que el textil materializa el diseño de vestuario, es la materia que cubre y/o descubre al cuerpo, participando de su morfología y generando una nueva relación con el entorno. Lo rodea, contiene, sigue y traza, al mismo tiempo que lo califica superficialmente, provocando sensaciones hacia el interior de la piel y hacia el exterior. Como textura sensible y relacionada con el medio ambiente, el cuerpo, al tomar contacto con el textil, experimenta un cúmulo de sensaciones, modificando su fisonomía, además de la manera de actuar, verse y estar.

La tela, es uno de los soportes para desarrollar un diseño, tal como el papel o el soporte digital. Es una materia más, pero es una de las más importantes en términos comunicacionales. *“En función del ámbito en que se inserta, la superficie textil diseñada, es la faz más notablemente expresiva, ya que es donde tiene lugar la comunicación del individuo en términos de apariencia, simulación, fusión o desapercibimiento.”*<sup>28</sup> Forma parte del cotidiano humano, es el “envase” que cubre el cuerpo y a través de este se identifica a cada quien con su estilo, preferencia, pensamiento o forma de ver la vida.

28.- SALTZMAN, Andrea. “el cuerpo diseñado”, Pág. 65

## Una Imagen para el Textil

Margarita Alvarado, licenciada en Estética, define la imagen como: “una representación sobre un soporte fijo o móvil, donde, por medio de signos icónicos reconocibles por el receptor, se pueden reproducir elementos reales que comunican un mensaje, más o menos subjetivo de interpretar, según sea el grado de dificultad para leerla y darle un significado”<sup>29</sup> Así, la imagen es una proyección de algo sobre un soporte y ese algo puede ser leído como un mensaje.

Tal como existe la imagen personal, que entrega el mensaje interior del ser humano, también existe la imagen gráfica, contenedora de múltiples mensajes, que en este caso, mediante tecnología se incorpora a un soporte.

Poner una imagen en un soporte, puede tener múltiples motivaciones: Económicas, Demostrativas, Indentificatorias, Abstractas, Revolucionarias, etc.

En este proyecto, se trabaja con **la imagen expresiva, que se basa en algo pre-existente, pero viene del ámbito personal del creador y que subsiste por sí misma, sin el apoyo previo, contemporáneo o posterior de un texto o una explicación.**

**Cuando hablamos de la proyección de una imagen de manera personal, hablamos de una imagen “Expresiva”,** Jacques Amount en su libro “La imagen”, habla de una obra EXPRESIVA cuando **provoca un cierto estado emocional en el destinatario y al mismo tiempo expresa a un sujeto creador.** De alguna manera toda obra es expresiva, sin embargo, va a aumentar esta característica en la medida que se estimule al receptor a través de sensaciones emotivas, dándole mayor importancia a la imagen como transporte de conceptos, sensaciones y percepciones, todas características subjetivas, que no necesariamente deben aunar criterios o transmitir ideas claras, sino ser medio para la expresión de un mensaje, el cual debe ser decodificado por cada uno, en tono personal.

De esta manera, se puede presentar una imagen gráfica sobre la cual todos en nivel sintáctico dicen lo mismo, pero al ser pasada por una segunda lectura, las significaciones se vuelven personales. “Leer bien una imagen significa reconocer e identificar los elementos que la componen (...), la percepción se logra cuando el espectador puede darle significado a los estímulos que recibe a través de los órganos de los sentidos y esto depende de

*su experiencia receptiva.*”<sup>30</sup> Así queda claro que todo es subjetivo, y pasa por el tamiz de la experiencia receptiva de cada individuo, siendo este el que le entrega la significación final a cualquier imagen o elemento perceptivo. Hay elementos objetivos a los cuales todos responden de la misma manera, en torno a la clasificación, pero en términos de interpretación, para cada quien hay una manera de ver las cosas.

Un elemento muy influyente en la manera de interpretar la imagen, es el contexto, que siempre configura las creaciones, siendo imposible desprenderse. “Una imagen diseñada nunca está aislada, sino inmersa en un contexto, enlazada con otros códigos y otras imágenes que permiten el reconocimiento de pertenencia o identidad con aspectos discursivos.”<sup>31</sup> Así, la imagen que se crea, pasa a formar parte de un todo. El soporte que tiene, la técnica utilizada, la prenda confeccionada, la persona que la usa, donde la usa. Llevando consigo un mensaje, una manera de expresarse.

Un ejemplo de imagen con aspecto discursivo y expresivo, inmersa en el contexto social, es la gráfica utilizada por los “Metaleros”<sup>32</sup> quienes llevan la prenda: Polera de algodón Negra, que al ser intervenida con gráfica relacionada a los conceptos que profesan (Vida y Muerte, dios y el diablo, etc.) pasa a ser un mensaje expresivo de su manera de pensar y en relación al contexto, se va configurando como “parte de”, si es en un concierto del estilo, “Fuera de”, si va a una iglesia, etc. Y tal como los “Metaleros”, existen miles de tribus urbanas que se expresan a través de la imagen, mostrando un tipo de gráfica u otra, siendo esta una manera de expresión personal. Existiendo así tantas personas como gráficas posibles de trabajar. Múltiples son las maneras de tratar la imagen y de enfocarla para que signifique una u otra cosa.

En este proyecto se va a trabajar con imagen realista. Fotografías procesadas, que muestran objetos o situaciones claras. Que tienen detrás de ellas, una historia, un momento.

Es una selección de imágenes que tienen un trasfondo muy fuerte y queda en manos del receptor, el decodificarlas de una u otra manera.

Hablan de historias, motivaciones, emociones, sentimientos, objetos, situaciones, todos conceptos que viven dentro de una obra teatral.



Telas Femeninas

29.- ALVARADO, Margarita. Entrevista. Citado por SALAZAR, Tania. “La expresión Textil”, Pág. 8

30.- FRUTIGER, A., “Signos, Símbolos, Marcas y Señales”, Citado por SALAZAR, Tania; Op.Cit, Pág. 9

31.- VILCHIS, Luz del Carmen. “El diseño gráfico como discurso” [en línea] www.FOROALFA.com, Septiembre 2007.

32.- Tribu Urbana que gusta de la música pesada. Siempre usa pantalón negro ajustado y polera negra con estampado de grupo musical.

## El color en la imagen

El color es la sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.

Esta sensación, se ha relacionado a través de la vida humana, con conceptos e ideas, incorporadas en la psiquis, por la sociedad.

En cada cultura se le da un valor a los colores, que define los conceptos e ideas que hay detrás de cada uno.

En cada cultura se le da una característica propia.

Así, se piensa que el amor es rojo, lo malo es negro y lo bueno es blanco, todo impuesto por los productores de verdades que generalmente se denominan medios de comunicación.

Sobre el tema de la influencia de los medios de comunicación en la opinión y los gustos de las personas, no se va a ahondar debido a la extensión que podría causar en este proyecto, sin aportar mayormente a su realización.

Estos colores, a los que se le otorga significado, tienen influencia directa sobre la sociedad, de una manera u otra.

Es distinto ir vestido de negro, que de blanco o rojo.

Cada color muestra el estado de ánimo, el estilo, la manera de vivir y de ver la vida.

Wassili Kandinsky, en su teoría sobre la “resonancia interior” del color, habla de la acción física que éste ejerce y señala que *“El color tiene en sí mismo una fuerza poco estudiada, pero enorme, e influye directamente en el estado de ánimo y en todo el cuerpo humano, así, como en la vida de los animales e incluso en la de las plantas.”*<sup>33</sup>

Los distintos colores evocan sensaciones y estados. Hablan del periodo que vive cada persona, su personalidad.

Un ejemplo claro es cuando una persona se siente triste, apagada y se viste de negro en reflejo de su estado, o alguien que esta alegre y creativo, que viste vivos colores.

Así, queda claro que la elección del color es fundamental para el diseño, ya que con este, se le da una característica u otra. Se le cubre con un tamiz u otro, se le otorga el carisma necesario para que refleje los conceptos elegidos.

## Aplicación<sup>34</sup> de Imagen en el Textil.

Existen 2 formas de llevar una imagen a la tela:

1.- Imagen Integrada: Generación de la imagen y la expresión a través de la materia textil, es la intervención en el orden de los hilos, en la materia prima de la tela.

2.- Imagen sobrepuesta: Expresión textil generada por imágenes incorporadas al sustrato luego de su estructuración mediante distintos mecanismos técnicos. La imagen se agrega al textil una vez finalizada su producción.

En este proyecto, solo se trabaja con la incorporación de imágenes en el sustrato, luego de su concepción, por su carácter fiel de traspaso. Las imágenes quedan claras y definidas, a diferencia de la opción de integración, que se limita al tipo de tejido. No es fiel reproductora de gráfica.

Cuando hablamos de **La imagen sobrepuesta**, nos encontramos con distintas opciones, las más utilizadas son:

- **Pintura en tela:** se agrega color al soporte textil mediante acciones relacionadas con el dibujo y la pintura. Esta técnica permite libertad, improvisación y expresividad, es imprecisa, está directamente relacionada con la habilidad del ejecutor y no permite producciones seriadas por su carácter artesanal.

Esta técnica no cumple con los requisitos del proyecto, por su carácter artesanal, la imposibilidad de lograr 2 veces el mismo resultado, el costo elevado que tiene y el lento proceso de producción que conlleva.

- **Estampado:** se agrega color al soporte textil mediante impresión, cuya distribución y forma se planifica previamente.

Los métodos de impresión que corresponden a éstas técnicas, entre otros, son los timbres, planchas grabadas, bastidores, rodillos e impresoras, los que permiten lograr una mayor o menor definición de la imagen según las cualidades preceptuales que se desee obtener.

En el caso del estampado en textil, principalmente se usa la serigrafía.

33.- KANDINSKY, W. “Lo spirituale nell’arte” Pág. 83  
Citado por SQUICCIARINO, Niccola. “El vestido habla”, Pág. 96

34.- Aplicar: Poner algo sobre otra cosa o en contacto de otra cosa.



Estampado con remolinos estilo Art Decó, 1971.

• **Serigrafía:** Sistema que permite altos niveles de calidad de imagen, definición y detalle. Puede trabajarse de manera artesanal, semi-mecánica o completamente mecánica.

Funciona en base a bastidores que sirven de matriz para la reproducción seriada de una imagen.

Para cada color e imagen se hace un bastidor independiente, es decir, se realiza una separación de colores y se pueden usar cuantos uno desee, procurando no sobre exigir la tela.

La serigrafía industrial permite incluso la composición de imágenes con degradados y calidad cercana a la fotografía, mediante tramas de puntos.

El tipo de pigmentos o tintas y la tela utilizada, van a influir, tanto en factores de calidad y duración de la imagen sobre el soporte, como en su discriminación táctil o visual, según se usen tintas metalizadas, fosforescentes, reflectantes, satinadas, opacas o de volumen (puff). Esta diversidad de tintas influye también en la legibilidad y visibilidad del estampado.

Este sistema cumple con todos los requisitos necesarios para este proyecto, por su fiel reproducción de imágenes, la opción de usar varios colores, la posibilidad de hacer tanto pequeñas como medianas y grandes producciones de estampados y la gran oferta que posee Santiago de Chile en cuanto a empresas que realicen este tipo de trabajos. Existiendo así, diversos precios y calidades.

• **Transferencia:** se agrega color al soporte textil mediante el traspaso de imágenes impresas sobre un papel especial, al mismo.

Este papel especial, tiene 2 maneras de captar la imagen, para luego ser traspasada.

A) La primera es la aplicación de diluyentes químicos y presión, la impresión en el papel es mediante tóner (impresión en seco), es decir, fotocopia o impresión láser. La fijación de la imagen se logra con diluyente y presión manual, logrando una impresión cercana a la del grabado. Este método permite la reproducción seriada pero la calidad de impresión es baja y poco resistente a los lavados. Esta técnica no puede ser usada por su característica artesanal, su baja posibilidad de detalles en la imagen y su dificultad de realizar productos en serie.

B) La segunda es **mediante calor y presión**. Requiere un papel especial y permite imágenes de alta resolución y variedad de colores. Con ésta técnica se puede traspasar cualquier imagen, desde una línea simple hasta una fotografía a color. Las ventajas de éste método son su calidad de impresión en las fotografías y la rapidez de plasmar todos los colores en un solo traspaso. Las desventajas se encuentran en su calidad, pues no es tan durable como los métodos anteriores. Las propiedades del soporte, principalmente de densidad, textura y brillo, serán muy importantes para la definición de la imagen. No puede ser utilizada como método de traspaso gráfico, por su baja duración en la tela.

• **Plotter de corte:**

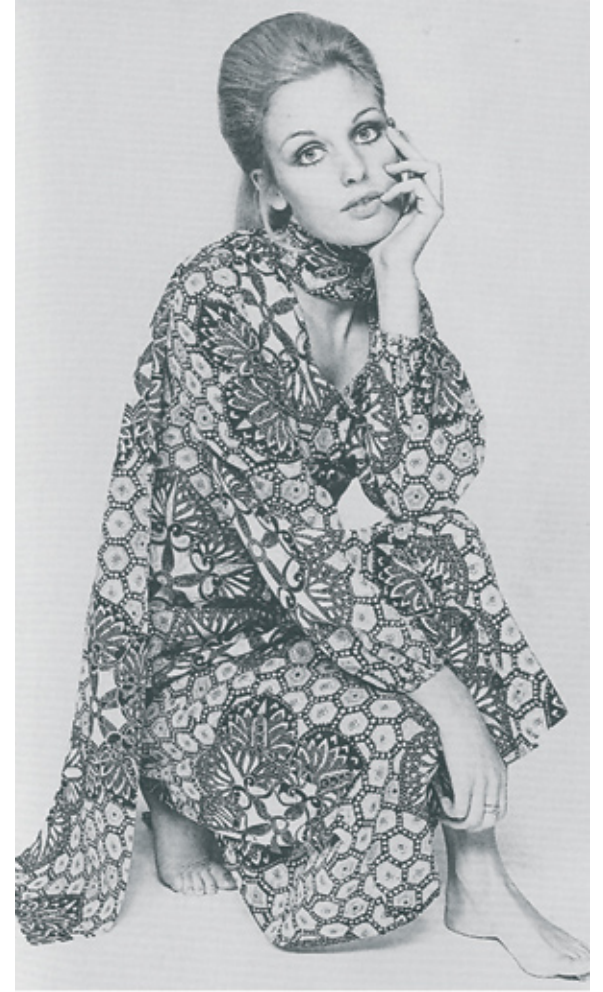
Funciona mediante la utilización de un papel que es traspasado con calor y presión. Este papel, es trabajado por un plotter de corte, máquina que, como su nombre lo indica, hace cortes precisos en el sustrato, generando imágenes con altos detalles. Este sustrato recortado, es aplicado a la tela, logrando trazos finos, de mínimo 3 milímetros de grosor. La ventaja es el bajo precio y la posibilidad de hacer grandes cantidades y formas. La desventaja es que sólo permite colores planos, no hay posibilidad de degradé o mezcla de colores y formas, solo la superposición entre una capa y otra, que no es transparente.

Esta técnica no puede ser utilizada por su baja posibilidad de trabajar múltiples detalles circulares.

• **Bordado:** se agrega color al soporte textil mediante la incorporación de hilos a través de puntadas de aguja. Esta técnica tiene variadas expresiones dependiendo de las características texturales y de densidad del soporte, color y grosor de los hilados del bordado y tipo de puntadas. Hace posible la representación de cualquier imagen que esté formada por puntos, líneas o áreas de color, siendo limitada por el grosor del hilo, y el tipo de puntada, no pudiendo llegar a una calidad fotográfica. Produce también una importante textura que influye en la percepción de la imagen.

Las calidades del bordado varían según se hagan de forma artesanal, mediante una aguja de mano o máquina, o industrial con máquinas especializadas y computarizadas. La realización de imágenes para su industrialización debe ser en base a zonas de colores planos. Este es un sistema que tiene excelente durabilidad, por esto se utiliza comúnmente para la aplicación de marcas e insignias en todo tipo de prendas.





Rediseño de Twiggy, 1969.

## Capítulo III: Vestuario

### Origen

Desde el comienzo de la vida humana, nos hemos caracterizado por tener una necesidad ornamental muy importante. *“Los vestidos surgieron primeramente con un fin ornamental y no para producir una sensación de calor”*<sup>35</sup>, declara Charles Darwin. Mediante esta afirmación, se puede decir que si se utiliza vestuario, no es, primeramente, por una necesidad de abrigo, sino por una necesidad de ornamentación siendo esta la madre del mercado de la ropa. Cada prenda podría ser exactamente igual a la otra, pero las variedades son múltiples y en aumento ya que se debe satisfacer esta necesidad de ornamentación tan característica en los seres humanos. Y es que *“el placer por arreglarse habría precedido, por tanto, al de vestirse, que originariamente no sería nada más que una modalidad particular de esa tendencia de ornamentación.”*<sup>36</sup>. Esto demuestra que la necesidad es de acicalarse y no de protegerse, que el vestuario nace desde lo más profundo de la esencia, y que es una de las características más importantes de la naturaleza humana (único ser viviente en la tierra que se viste diariamente).

Así, queda claro que el vestuario es una manera de engalanarse, diferenciarse y sentirse bellos. Más que una necesidad de calor, es una necesidad de atavío.

Si se revisan las maneras de vivir en las primeras sociedades, se puede ver que desde tiempos remotos, hay preocupación por la diferenciación y ornamentación, no existe sobre la tierra quien omita este fenómeno *“No se puede hacer mención de ningún gran territorio, desde las regiones polares en el norte hasta Nueva Zelanda en el sur, en el que los indígenas no acostumbren a colorearse la piel con el llamado tatuaje.”*<sup>37</sup>. Y es que primero fue el tatuaje, con pigmentos de la tierra, luego fue el hilado, con fibras naturales teñidas y así se ha evolucionado hasta hoy, con un sinnúmero de materias primas para el adorne de los cuerpos.

En el transcurso de la vida humana, cada época, se ha ido caracterizando por contar con ciertos vestuarios. Este ha cambiado tangencialmente a través del tiempo, siendo fiel reflejo de cada periodo histórico. *“El vestuario, indumentaria y atuendos textiles constituyen una preciosa fuente reveladora del entorno cultural social que envuelve a cada momento, en tanto actúan como reflejo de los procesos y auto percepciones en las distintas épocas*

*históricas.”*<sup>38</sup> La ropa refleja la sociedad siendo un ente característico de cánones, valores, mitos y criterios. La historia del hombre ha quedado reflejada en su indumentaria, y seguirá siendo de esta manera, por eso hay que tomar partido en esta importante disciplina proyectual de diseño, que determina las características de los individuos y los define como personas, sus preferencias y actitudes frente al mundo.

### Psicología y sociedad

*“El vestido es la mayor modificación experimentada por el hombre social, pesa sobre toda su existencia”*<sup>39</sup> Para hablar del vestuario como fenómeno psico-social, partimos de la premisa que el ser humano ES un ser social. *“El ser humano es constitutivamente social. No existe lo humano fuera de lo social. Lo genético no determina lo humano, sólo funda lo humanizable. Para ser humano hay que crecer humano entre humanos”*<sup>40</sup> Todos los comportamientos sociales que tiene el hombre, son aprendidos de su entorno y nadie que forme parte puede renegar de estos comportamientos.

Y es que todos nacen en sociedad y se definen, junto, frente y en relación a los otros. *“No existe nadie como conciencia de sí mismo si no es en relación con una colectividad y a través de ella. El hombre tiene una naturaleza prominentemente social: su comportamiento, su personalidad, su manera de pensar y de sentir, sus necesidades (incluida también la de ataviarse), se explican en parte como una influencia de la existencia real e imaginaria de los otros individuos. Para el hombre, los demás sujetos son estímulos y ocasiones de respuesta, las cuales determinan en gran medida sus acciones y sus sentimientos.”*<sup>41</sup> Es por ello que es tan importante para el ser humano, el fenómeno del vestuario, por que gracias a él, hay parecido con los otros y diferencia frente a ellos. Esta la eterna disputa, de ser lo mismo, pero no igual.

Los seres de esta sociedad, tienen ciertas características, forman parte de ciertos grupos, con ciertas convicciones. *“El vestido siempre significa algo, transmite importantes informaciones en relación con la edad, con el sexo, con el grupo étnico al que el individuo pertenece, con su grado de religiosidad, de independencia y con su originalidad o excentricidad, así como con su concepción de la sexua-*



Yves Saint Laurent junto a dos modelos en 1969. Vistiendo estilo Safari

35.- DARWIN, Charles. “L’Origine dell’uomo”, Pág. 441. Citado en SQUICCIARINO, N. “El vestido habla”, Pág. 47

36.- SQUICCIARINO, Nicola. “El vestido habla”, Pág. 47

37.- DARWIN, Charles; op.cit, Pág.441. Citado en SQUICCIARINO, N; Op.Cit. Pág.56

38.- Corporación Cultural de las Condes, “Historias de Genero”, Pág.65

39.- DE BALZAC, Honore, “Trallato Della vita elegante” Pág. 72. Citado en SQUICCIARINO, N.; Op.Cit. Pág.41

40.- MATURANA, Humberto. “Biología del fenómeno social” [en línea] www.Ecvisiones.cl, Entrevista. Ecvisiones N°6.

41.- SQUICCIARINO, N; Op.cit.Pág.17

lidad y del cuerpo”<sup>42</sup>Cada persona, pertenece a algún grupo, sea de carácter disciplinario, religioso, musical, o cualquier índole. Todos son parte de alguna clasificación y esta tiene una determinada forma de vestir, pensar y actuar.

Cada tribu urbana, cada carrera, cada escuela, tiene su manera de ser. Estas maneras pueden ser más amplias o más estructuradas, pero partiendo de cualquier grupo social, se puede hacer un análisis desde el punto de vista del vestuario. *“En su calidad de objeto social, el vestido se convierte entonces en signo de los atributos del sujeto. De este modo, la indumentaria se suma a la unidad que establecen todos los aspectos expresivos de la imagen, revelando datos clave acerca de la identidad, los gustos, los valores, el rol en la sociedad, los grupos de pertenencia, el grado de aceptación o rechazo de lo establecido, la sensibilidad y la personalidad de un individuo.”*<sup>43</sup>En base a una actitud de vestuario, se puede hacer un gran análisis tanto personal como grupal. Por ejemplo: una persona que se viste igual todos los días, o no soporta usar la misma prenda dos veces, o se compra la misma camisa durante 20 años o viste de colores diferentes dependiendo su estado de ánimo. Todas esas conductas nos hablan de la manera de cada uno.

Como se ha dicho, el ser humano es un ser social que se determina a través de los otros, y no hay nada que comunique más hacia los otros, que lo que se piensa sobre sí mismo. *“Sobre todo en nuestra sociedad individualista y narcisista, el atractivo del propio aspecto físico que se obtiene a través del vestido, más que estar dirigido a la comunicación con el otro sexo, o a suscitar la rival admiración a los ojos del propio, puede estar solamente en función de uno mismo, del placer de sentirse el centro de la atención.”*<sup>44</sup>Cada vez que alguien usa su prenda preferida, que adquiere ese elemento que tanto ansiaba y que siente que lo que lleva puesto es único e inigualable, sin duda esta comunicando una sensación de bienestar y de entereza, que atrae a cualquiera.

En la sociedad que se vive actualmente, la imagen es una de las cosas más importantes que se tiene. Todos se preocupan de la apariencia, y cuidan ser, lo que quieren demostrar que son. *“El hombre, nuevo Narciso de la sociedad moderna, dedica mucho más tiempo que antes al cuidado de sí mismo e intenta gustarse: se preocupa de su dieta, de sus cosméticos, de su forma física y cuida de que sus vestidos sean impecables, consciente de que su éxito en la sociedad depende en gran medida de la imagen que*

*los demás tengan de él”*<sup>45</sup>Es por eso que el mercado de la imagen, con todos los ámbitos que abarca (cosmética, vestuario, peluquería, etc.) se amplía diariamente, encontrando más y más clientes que buscan mejorar su apariencia.

Y es que gracias a la imagen, se es lo que se quiere ser, cada día el ser humano se cubre con las características personales. *“Quien pierda su vestido, pierde su rostro, su dignidad, se pierde a sí mismo”*<sup>46</sup> La vestimenta caracteriza y enmarca, define lo que se es y cómo cada uno se presenta frente al mundo. Cada persona representa un papel y a través de este se conocen los unos a los otros y por lo que conocen los otros a los unos, estos se conocen a sí mismos. *“Me gusta mirar a la gente, es como la cáscara exterior de las personas (...) El vestuario te habla de todo. Cuanto invierte en tiempo y plata.”*<sup>47</sup> Así se pueden esclarecer ciertas conductas personales mediante el análisis de la presentación personal.

La vestimenta es un sistema de signos que cuenta el interior del humano. Umberto Eco, tiene una frase muy clara en la que lo resume. En Psicología del vestir dice: *“El vestido es expresivo. Es expresivo el hecho de que yo me presente por la mañana en la oficina con una corbata ordinaria a rayas; es expresivo el hecho de que de repente la sustituya por una corbata psicodélica; es expresivo el hecho de que vaya a la reunión de consejo de administración sin corbata”*.<sup>48</sup>Nadie podría negar esta afirmación, ya que aunque se quiera escapar de las garras del vestuario, TODOS son víctimas de él, diariamente.

### Imagen personal

Como se a dicho, el ser humano es un ser social que se define a través de los otros y más específicamente, con la imagen que reciben los otros, imagen que cada uno proyecta. Esta imagen proyectada es una prolongación de lo que se siente y se expresa, a través del vestuario. *“Lo que se proyecta en la ropa afecta directamente la calidad y el modo de vida del usuario: sus percepciones, sus sensaciones, la noción de su cuerpo, su sexualidad, su vitalidad.”*<sup>49</sup> Y es que la gente se viste como es y es como se viste, se representa el estado en que se encuentra cada uno. La vestimenta tiene el poder de la caracterización, pero el contexto en el que se enmarca, tiene el poder de la definición. Umberto Eco resumió esta situación de manera magistral, casi como una fórmula: *“Lleva una minifalda en Catania: es una muchacha ligera. Lleva la minifalda en Milán: es una muchacha moderna. Lleva la minifalda en*



Máquina para coser de Juana Cid.

42.- SQUICCIARINO, Nicola. “El vestido habla” Pág.39

43.- Ibid. Pág. 48

44.- Ibid. Pág.122

45.- Ibid. Pág.145

46.- PLESSNER, H. “Zur Anthropologie des Schauspielers”, Pág. 413. Citado en SQUICCIARINO, N; Op.Cit. Pág.186

47.- MONSALVE, Loreto. Entrevista. Julio 2007

48.- ECO, Umberto, “L’abito parla il monaco”, Pág. 7. Citado en SQUICCIARINO, Nicola. “El vestido habla” pág 118.

49.- SALTZMAN, A. “el cuerpo diseñado”, Pág. 10

*París: es una muchacha. En Hamburgo, en el Eras: puede que sea un muchacho*<sup>50</sup> Así queda claro que el vestuario define a la persona y que el contexto define al vestuario. Tan importante es la prenda en sí misma, como el contexto en el que se utiliza.

Un grupo de personas puede llevar el mismo vestuario, pero inmersos en distintos contextos, este toma una u otra significación.

### Relación Vestuario/cuerpo

El cuerpo, es el soporte del vestuario, lo que contiene, define y estructura la vestimenta. *“La vestimenta toma forma a partir del cuerpo. El cuerpo es su contenido y le sirve de sustento estructural, mientras que el vestido lo contiene, condiciona y delimita. Al pasar del plano a la tridimensión, el vestido crea un espacio contenedor del cuerpo a partir del cual se establece una relación nueva con el mundo circundante: cuerpo y vestido se combinan y resignifican a través del vínculo que establecen entre sí y con el medio.”*<sup>51</sup> Así se puede ver que el vestido, al cubrir el cuerpo, desarrolla su característica distintiva en el mismo. A través del cuerpo, se crean relaciones con los otros.

El cuerpo es la única pertenencia humana que perdura durante toda la vida, es la herramienta de trabajo, el medio de vida

*“Lo cierto es que el diseño empieza y, termina en el cuerpo. El cuerpo es su punto de partida (o geografía previa) y es su punto culminante, ya que es precisamente en el cuerpo del usuario donde el diseño existe como tal y cobra vida.”*<sup>52</sup> El vestuario contiene al cuerpo, siendo este el móvil de cualquier creación y como tal, es motivo de diseño la manera de darle significado, envolverlo mediante creaciones externas al mismo.

### Recursos constructivos en base al cuerpo

El vestuario tiene como punto de partida, el cuerpo, se hace en base a él. Toda prenda quiere ocultar o realzar, acomodar o comprometer cierta parte de la estructura humana. *“Todas las líneas constructivas que se toman en cuenta para configurar la silueta, tales como fuelles, frunces, articulación de planos, pliegues, plisados, etcétera, son además, elementos de intervención y calificación de la superficie.”*<sup>53</sup> El cuerpo es el principio del diseño, la base, el molde y en base a él, se debe trabajar para crear un objeto de diseño, que se adapte, que trabaje con él, lo realce, lo acomode y lo acaricie.

El diseño de indumentaria es esencialmente un rediseño del cuerpo, es una nueva piel, y en base a esta, hay que realzar, esconder, mostrar o tapar lo que se desee.

Para poder crear la nueva piel del cuerpo, existe **una división en 4 zonas:**

1. Cabeza-tronco-extremidades
2. Frente-espalda
3. Inferior-superior
4. Izquierda-derecha

A continuación se describen las principales sub-divisiones del cuerpo, basándose en la concepción de Andrea Saltzman en “el cuerpo diseñado”

#### a. Relación cabeza-tronco extremidades

La cabeza es el centro del pensamiento y la sede de los sentidos del gusto, el oído, la vista y el olfato. De cara al mundo, el rostro es nuestro aspecto social y, a diferencia del resto del cuerpo, es la parte de nuestra fisonomía que rara vez está cubierta. Con las expresiones faciales y la palabra articulada, conforma una de las áreas más importantes en la comunicación y el contacto con los otros. El tronco es la región del cuerpo en que se centra el “ser”. Allí se alojan la emoción y los órganos vitales, que laten al mismo pulso.

Las extremidades surgen del tronco y se proyectan hacia el espacio, y están vinculadas con el “hacer”

#### b. Relación Frente-espalda

El frente es nuestro punto de vista, la zona que afronta el espacio circundante y la conexión con los otros, y es por lo tanto la que delimita lo que queda bajo un mayor control de los sentidos. Refleja el yo social y consciente, y la expresión de los sentimientos.

La espalda, por el contrario, es la región que enfrenta lo que escapa a nuestro control. Es la parte de nuestro cuerpo que percibimos pero no podemos ver por entero, y está asociada al inconsciente. En este sentido, refleja los aspectos más privados de la persona.

50.- SALTZMAN, Andrea. “el cuerpo diseñado”Pág. 124

51.- Ibid. Pág. 13

52.- Ibidem

53.- Ibid, Pág. 59

### c. Relación inferior-superior

Trazando una línea imaginaria por debajo del ombligo (el centro de gravedad), se determina la división entre la zona inferior y superior del cuerpo.

La mitad inferior es la que está en contacto directo con la tierra y se relaciona con el equilibrio y la traslación. Funciona como sostén y establece el grado de comodidad o incomodidad en la postura general.

La mitad superior, por su parte, dispone de una mayor libertad aérea y se relaciona con el mundo externo y todo lo que hace al intercambio social, especialmente la comunicación y la expresión.

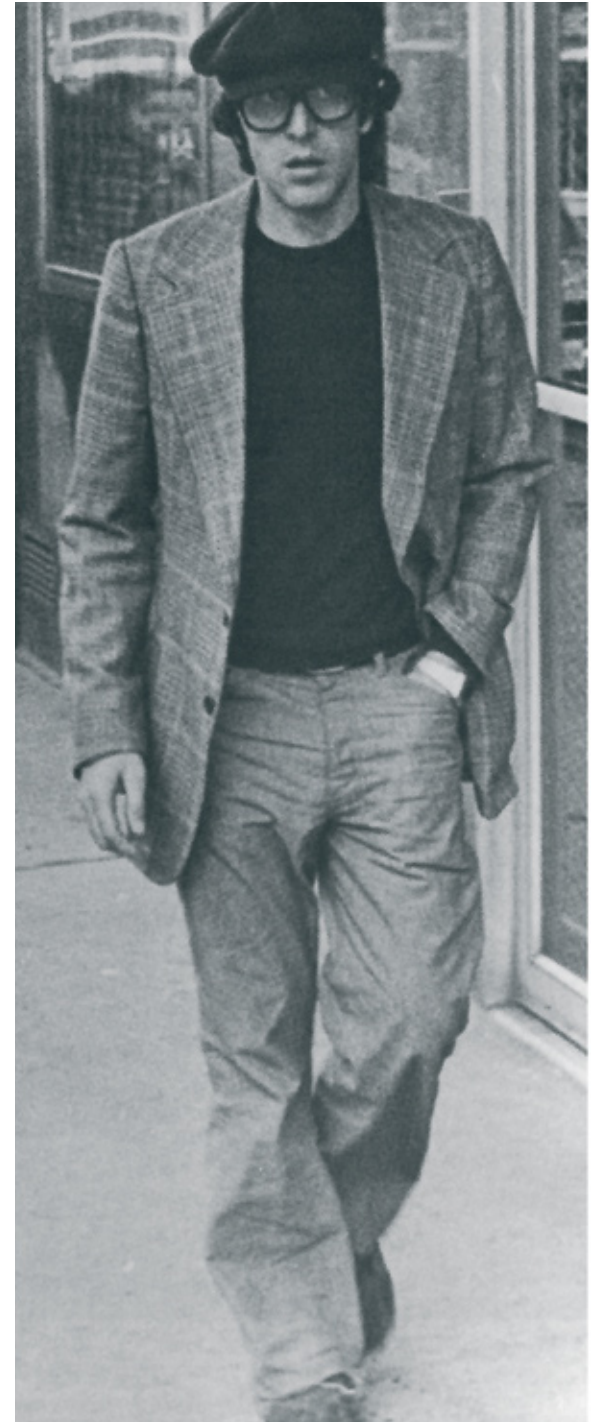
### d. Relación izquierda-derecha

Esta división simétrica se establece a partir de un eje que pasa por el centro de los ojos y el centro del ombligo en la parte frontal, y por el recorrido de la columna vertebral en la espalda.

El hemisferio cerebral izquierdo gobierna casi totalmente el funcionamiento motor y neuromuscular del lado derecho, mientras que el hemisferio cerebral derecho comanda la parte izquierda del cuerpo.

El hemisferio izquierdo está dedicado predominantemente al pensamiento lógico y analítico, y en especial a las funciones abstractas (verbales y matemáticas). El hemisferio derecho se ocupa de la orientación en el espacio, las capacidades artísticas e imaginativas, el reconocimiento de rostros y la imagen corporal.

De acuerdo a este análisis corporal desde la segmentación de las partes, se puede crear un objeto de diseño que se conciba, entre otros factores, en relación a cada zona corpórea, hablando de su función a nivel total.



Modelo para Pantalón, Al Pacino 1976.

## Capítulo IV: Moda

El término moda, que proviene del latín *modus*, indica en su significado más amplio, *“Un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto o de determinados caprichos. Las modas tienen la característica de aparecer con un carácter transitorio y abarcan un vasto campo, desde el artístico y el literario hasta el de las costumbres, así como el del juego o el del vestido”*<sup>54</sup>, más específicamente, en una segunda definición, se exponen las características centrales que tiene. *“La moda es un fenómeno complejo que refleja a una sociedad en un determinado periodo de su historia, cuya característica principal es el arte del cambio y su función es la de insertar en las posturas institucionales de un grupo o más en particular en sus creencias, por medio de una rápida comunicación, posturas y creencias nuevas.”*<sup>55</sup> La moda, es un fenómeno a través del cual un grupo selecto de personas, toma decisiones para muchos. Es el proceso a través del cual, una creación, persona, objeto, actitud, etc., se convierte en algo común o tiene una tendencia popular. Cuando algo se convierte en influencia social por uno u otro motivo, eso está de moda. Tiene un carácter cíclico y transitorio que levanta, mantiene, destruye y vuelve a tomar, cualquier fenómeno social.

### La Moda en sociedad

Esta presente en todas las áreas y es que cualquier cosa puede estar “de moda”. Es un fenómeno que tiene amplia influencia en las decisiones de los individuos, ya sea haciéndolos elegir un producto o rechazarlo profundamente. *“En un artículo publicado en 1895 en el que hace referencia a las afirmaciones de H. Spencer, Georg Simmel sitúa las raíces del fenómeno de la moda en dos tendencias fundamentales presentes en el hombre y que actúan unitaria mente: La tendencia a la imitación o a la igualdad social y la tendencia a la diferenciación individual o al cambio.”*<sup>56</sup> Así queda de manifiesto que, cuando algo está “de moda”, significa que un grupo de personas lo adquiere sin pensarlo y otro grupo, lo rechaza de manera inmediata, dependiendo si quiere ser parte o estar fuera de lo impuesto. Así como hay quienes están obsesionados con formar parte de la masa, hay quienes están obsesionados con ser diferentes a ella. Se crean Modas y Anti-Modas, ambas, con el fin de diferenciarse, para los consumidores, y vender, para los productores.

El fenómeno de la moda, tiene que ver con la apariencia, la imagen que proyecta cada ser humano, las ganas de ser

posicionado en la sociedad por un acontecimiento u otro. Umberto Eco, en 1976, escribió lo siguiente: *“El vestido y la apariencia descansan sobre códigos y convenciones, muchos de los cuales son sólidos e intocables, defendidos por sistemas de sanciones e incentivos capaces de inducir a los usuarios a hablar de forma gramaticalmente correcta el lenguaje del vestido bajo pena de verse condenados por la comunidad”*<sup>57</sup> Y es que así funciona este sistema, donde algunos forman parte y otros están fuera. Las personas, se adecuan al medio para poder formar parte, para no sentirse excluidos, hacen lo imposible por parecerse a los otros y opuestamente, existen los que se esfuerzan por ser diametralmente distintos a todos. Desde que el mundo es mundo, existen personas que van contra la corriente, marcan tendencias y captan todas las adversidades existentes frente a un cambio. Es un ejemplo cuando la mujer comienza a usar pantalones o el hombre a dejarse el pelo largo. Frente a este y todo tipo de cambios hay quienes critican y quienes apoyan la moción y finalmente quienes la siguen o la rechazan.

### La Moda en Vestuario

Charlotte Seeling, cuenta en “Moda : el siglo de los diseñadores 1900-1999”, que todo nace cuando, Charles Frederick Worth, se cansó de trabajar exclusivamente para *Eugenia de Montijo*<sup>58</sup> y comenzó a firmar sus creaciones, a partir de ese momento, el proveedor pasó a ser modisto y sus obras, Moda. El objetivo era captar el interés y el mercado de las clases poderosas, profesando la exclusividad.

Luego llegó el pret-a-porter, mercado que reproduce modelos de alta costura, pero con telas diferentes y de calidad inferior, que no están confeccionados a medida y generalmente no se limitan a una sola talla, con esto, la moda indumentaria se industrializó. Se amplió el espectro de consumo a los sectores medios y con la masificación hubo una democratización en el sistema. Gracias a esto, cualquier grupo social, pudo acceder al modelo en vigencia y las distintas tribus urbanas se posicionaron como líderes de tendencias.

El fenómeno de la moda, subsiste gracias a su dinámica de la transformación, la incorporación constante de la novedad. Esta, obliga a quienes quieren “formar parte”, adquirir el objeto de moda, así, se genera un mecanis-



Modelo Camisa Militar, 1940-1970.

54.- Enciclopedia europea, VII, pág. 670.

55.- “Moda”, Enciclopedia Salvat Monitor, tomo 11.

56.- SIMMEL George. “La moda”, Pág. 13. Citado en SQUICCIARINO, Nicola. “El vestido habla”, Pág.154

57.- ECO, Umberto, “L’abito parla il monaco”, Pág. 7. Citado en Ibid pág 122

58.- Última emperatriz de Francia.

mo de ciclos: primero surgen los líderes, creadores de tendencias (pueden estar en distintos planos sociales: ser deportistas, artistas, políticos, o cualquier cosa), en el mundo del marketing son denominados “spin doctors” o creadores de moda. Ellos generan nuevas tendencias y si estas son aceptadas y los productos vendidos, luego de difundir, se pasa a saturar, que deviene con la caída de este ciclo y el comienzo de uno nuevo.

Aunque en la actualidad, la moda se rige por este ciclo, el sistema ya no funciona como hace diez años. Antes las tendencias eran escasas, muy definidas y acotadas. En cambio en estos tiempos, las tendencias son miles y tienen parámetros muy libres, que si bien aceptan algunas líneas rectoras, admiten la convivencia de estilos diferenciados.

Actualmente, la moda es muy diversa y cambia vertiginosamente con el pasar del tiempo, miles son las tendencias existentes, las maneras de confeccionar prendas, las conductas que tienen los usuarios y las preferencias de los mismos. *“La moda es artesanía e industria, excéntrica y corriente, variable y cíclica, que actúa como un conductor iluminador de la tendencia del momento. No hay nada que dure menos o que se repita mas; y esto es justo por lo que se diseña.”*<sup>59</sup> Diseñar la moda, es una fuente de trabajo inagotable, ya que siempre hay que estar innovando, retomando, transformando o creando, es tan cíclica, que no alcanzamos a darnos cuenta cuando algo vino, estuvo en la cima, cayó, murió y resucitó.

Terrence Conan afirma que, para la mayoría de la gente, el atractivo de la moda está en *“el tirón irresistible de lo novedoso, de este ciclo interminable, el cual nunca deja de cambiar, de evolucionar, volver y retomar”*<sup>60</sup> Gracias a esta dinámica del ciclo, surge por ejemplo, el “Vintage”, estilo que retoma las creaciones desde 1940 a 1970.

59.- CONAN, Terence. “Diseño” Pág. 89

60.- Ibid, Pág 95

61.- Reportaje, “las chilenas y la moda” Pág. 9. Citado en LABRA Maria, “Diseño de soportes de exhibición de prendas de vestir”, Pág. 10

62.- Ibidem

63.- TORRONTEGUI, Maria de los Angeles. Entrevista. Junio, 2007.

64.- ZAGAL, Juan Carlos. Entrevista. Junio, 2007.

## Moda y Estilo

Entre moda y estilo, se puede reconocer una marcada diferencia: la moda, es lo impuesto, lo que se vende, lo que existe en el mercado; en cambio el estilo, es la manera de enfrentar este fenómeno, mezclando unas prendas con otras. *“La Moda es pasajera y no te conduce a nada. Lo Importante es el estilo, pues es lo que comunica, se proyecta en el tiempo. Lo desechable no es elegante ni comunica”*<sup>61</sup>

Estas son palabras de Rubén Campos, destacado diseñador chileno, quien agrega a lo citado, que el estilo y la elegancia es una forma de ser, es aquella persona que no es esclava de la moda, sino que busca lo que quiere reflejar o irradiar y que es consecuente con su forma de ser, de sentir, de vivir y eso se refleja en un hombre o una mujer a través de cómo se viste. La gracia que tiene el estilo, es que no se esclaviza con la impuesto, sino que juega con lo disponible para armar algo nuevo. *“Lo más importante en este momento es la mezcla de estilos, la libertad de poder combinar.”*<sup>62</sup>

Las tendencias actualmente, son diversas, y quien tiene estilo, es capaz de mezclar de manera equilibrada una prenda con otra, formando así su propia moda, liberándose de las estructuras para dar paso a una manera propia de enfrentar el mundo del vestuario. *“El vestuario es una actitud de vida, uno es como se viste”*<sup>63</sup> y así mismo, si se quiere ser único, hay que saber elegir las prendas que hacen de cada uno un ser especial.

Aunque no todos se comportan de la misma manera frente al fenómeno de la moda. A grandes rasgos, existen 4 maneras de enfrentarla:

- 1.- Los que la siguen, al pie de la letra, adquiriendo cuanto producto está en el mercado, para formar parte de la masa.
- 2.- Los que la rechazan, utilizando prendas opuestas a lo impuesto.
- 3.- Los que la marcan, trayendo consigo una avalancha de seres que quieren ser como ellos.
- 4.- Los que no se interesan por ella y creen que pueden vivir al margen. Como por ejemplo Juan Carlos Zagal, quien declara *“Para mi el vestuario no es tan importante. Solo es para tapar las bolas y abrigarme. Es funcional.”*<sup>64</sup>

De todas maneras, los que rechazan la moda, muchas veces están dentro de la moda del rechazo y a veces sus vestimentas se ponen de moda, dejando de ser distintos al resto.



Modelo de Vestido largo, 1954



## Capítulo V: La Moda entre 1940 y 1970

El tiempo y la Historia siguen un proceso a través de los cambios y con él, lo hace la moda como testigo.

La directriz de esta referencia, se presenta en el libro “Historias de Género” de Pía Montalvo, diseñadora UC. Donde se expone una fiel línea de tiempo sucedida en Chile. Junto con “Moda” la colección del instituto de indumentaria de Kyoto, que expone la evolución en Europa y Estados Unidos.

Evolución del vestuario en las décadas que contiene el estilo Vintage.

### 1940.

En la primera mitad de la década, con la llegada de la Segunda Guerra Mundial, la industria de la moda se vio muy afectada. En París, principal expositor de la misma, los salones de alta costura se vieron forzados a cerrar por la falta de material y la escasez de clientes. Los alemanes querían llevar toda la industria a su país. Se racionalizaron las telas, surgiendo la orden de “limitación de suministros”, esta regulaba la cantidad de textil a utilizar en cada prenda, por ejemplo, no se podían usar más de 4 metros en un abrigo.

En Estados Unidos, también surgieron regulaciones con respecto al vestuario, haciendo hincapié en la conservación de material. Se prohibieron las faldas acampanadas y tableadas, fomentando la de corte recto y liso, que utilizara la menor cantidad de material posible.

Chile, se ve afectado directamente por esta situación, pudiendo acceder a las mismas prendas producidas por los tres países anteriores, pero con menor oferta en telas.

En la tendencia mundial, surge la **militarización de las formas**.

**Los trajes eran tipo uniforme, con hombros rectos, una cintura pronunciada con el uso de cinturones y grandes bolsillos**, tanto para hombres como para mujeres.

La moda se veía madura, no había diferenciación entre niños, jóvenes y adultos.

En la elección de los colores, se valoran los tonos neutros e **irrumpe el rojo, siendo la novedad en términos de estilo**.

En la segunda mitad, al verse terminada la guerra, París toma la retaguardia en el ámbito del vestuario, Dior lanza su primera colección “*The New Look*”<sup>65</sup>, con la que influencia al mundo de la moda y a sus usuarios, convirtiéndose en vanguardia los vestidos ceñidos en la cintura, de faldas largas y acampanadas.

Estados Unidos, toma ventaja en la producción de prendas informales, deportivas, prácticas e innovadoras, de construcción simple, en lana o algodón. El estilo americano, que tenía como objetivo la belleza funcional, queda implantado.

### 1950.

En Francia, Christian Dior con su primera colección “The New Look”, definido como sobrio, sutil, equilibrado y elegante, deja de manifiesto que la guerra a terminado ya que sólo podía confeccionarse con alta cantidad de tela, diferenciándose de la década anterior. París vuelve a ser la capital de la moda.

El atractivo físico y el cuidado del propio aspecto se convirtieron en un atributo de cada mujer y ya no constituyeron algo moralmente equívoco que se atribuía a las prostitutas, o un fenómeno exclusivo de pocas excepciones como las señoras de la alta sociedad, las modelos o divas del cine.

El cuerpo curvilíneo, surgió como intento de restauración patriarcal contra la emancipación femenina y como producto de la negociación sexual, para que las mujeres, adoptando esa figura, se sintieran a la vez divas y amas de casa.

Coco Chanel, quien deja de crear en la segunda guerra, vuelve en gloria y majestad, presentando la versión mejorada del “Traje Chanel” que diera a conocer en los años 20. Tras la moda nostálgica, se vuelve a buscar la comodidad en el vestir.

En Chile, se sigue fielmente la moda parisina, siendo los modelos de Dior, los más cotizados.



Molde para vestido largo.  
Marlene Dietrich entreteniendo a los soldados de Estados Unidos.

65.- Estilo de elegancia clásica, dando valor a la imagen femenina.



Moelo para vestido acampanado, Chipre, 1958.

1960.

Con las innovaciones tecnológicas, “la llegada del hombre a la luna”, y la proliferación de maquinaria industrial, **la dinámica de la producción en masa comienza a instaurarse fuertemente tanto en la moda, como en el diseño en general.**

**La sociedad entra en la era del consumo, y comienza el vertiginoso camino de la modernidad.**

Se desarrollan las fibras artificiales, surge el Prêt-à-porter<sup>66</sup>. Aparece la indumentaria de buena calidad, a precios más bajos, gracias a la masificación de la misma. La alta costura ya no forma parte de la vida cotidiana de muchos, ya que la sociedad de post guerra, necesita funcionalidad y comodidad.

Los diseñadores llegan a la conclusión de que, en plena época de las reproducciones, **la prenda de vestir ya no tenía porqué ser única para ser considerada original.**

Se afianzan las distinciones de edades, reconociendo a un grupo de “Baby Boomers”, niños de hasta 10 años, aparte de los adolescente, jóvenes y adultos.

La moda se propone expresar nuevas y atrevidas emociones. Los jóvenes se quieren diferenciar de las generaciones anteriores mostrando su físico. El canon de belleza es la delgadez.

Se afianzan las “Boutiques”, dentro del “pret a porter”, entregando prendas seriadas pero con pocos ejemplares por modelo.

Surge la vuelta de la minifalda, causando revuelo en los más conservadores, más que nada por que esta vez, venía con una carga conceptual muy fuerte. Se insertan los pantalones femeninos. Se afianza el uso de telas sintéticas estampadas y lisas.

Los trajes de Chanel, tienen una aceptación mundial, y se afianzan como el estilo moderno del siglo XX.

Surge la revuelta estudiantil en París, siendo este, un suceso de importancia para el desarrollo de este mercado emergente, que necesita distinción y expresión. Pierre Cardin irrumpe en la moda masculina, que sólo había sido manejada por los sastres. Esta no cambiaba desde la revolución francesa. El mismo, anticipó la tendencia unisex. Esta se desencadenó gracias al movimiento Hippie e hizo que los hombres llevaran el pelo largo y vistieran vivos colores.

Yves Saint Laurent, se independiza de Dior, crea pantalones sastre para mujeres y hace una fusión entre la moda y el arte con sus modelos “Mondrian Look”<sup>67</sup> y “Pop Art Look”<sup>68</sup>.

En Estados Unidos, se afianza la nueva cultura americana, afectando a todo el mundo. “The Beatles” se transforma en icono, desencadenando una revolución y destape juvenil.

Los pantalones vaqueros (Jeans), creados originalmente como prenda de trabajo, se masifican. Esta moda se impone como moderna y seriada.

En Chile, entre 1963 y 1967, hay una serie de gestos modernizadores por parte del estado.

A través de los centros de madres, se imparten cursos para producir prendas de ropa.

Por otra parte, en las escuelas técnicas dependientes del ministerio de educación, capacitan a mujeres para ser jefas de taller, modelistas o cortadoras, siendo de gran importancia para el surgimiento de las Boutiques, las cuales requerían esta especialización de la mano de obra.

A fines de 1966 se habla de la minifalda, para luego ser instaurada en 1968, junto a la instalación de un nuevo sujeto social: los Lolos.

Los vestidos se mostraban muy cortos, los patrones gráficos causan furor, tanto en estampados de grandes dimensiones como en los florales de colores intensos. La vestimenta en general se caracteriza por ser juvenil, anticonvencional, ingeniosa e irreverente, sin importar la edad.

**En 1970**

Los Diseñadores del Pret-a-Porter, comienzan a realizar desfiles, como antes solo hacían los de la alta costura. Francia parte con esta iniciativa y luego se suma estados unidos, Inglaterra y las principales ciudades del mundo.

En contraposición a la moda futurista de los 60’s, las tendencias vuelven a un modo natural.

Prospera la moda Hippie y Folk. Los Hippies no aceptan la sociedad y la moral tradicional y dirigen sus miradas a culturas y religiones orientales para encontrar inspiración e iluminación.

**Los vaqueros (Jeans) se consagran como una prenda capaz de atravesar generaciones, naciones, géneros y clases sociales, se popularizan mundialmente.**

66.- Textualmente “Listo para llevar”. Se refiere a la producción en serie de prendas de moda con patrones que se repiten en función de la demanda.

67.- Vestidos inspirados en las pinturas del vanguardista holandés Piet Mondrian.

68.- Vestidos inspirados en el movimiento artístico surgido en 1950, Pop Art.



Modelo para vestido corto. Catherine Deneuve, 1956. Diseño de YSL.

Junto con la moda naturalista de los Hippies, las modas callejeras como el punk, surfistas y patinadores urbanos, agregan elementos esenciales a la imagen de la década. La jerarquía de la moda, donde antes estaba en la cúspide la alta costura, comienza a tambalearse. Se divulgó el ideal longilíneo y vagamente unisex, ambivalente y estilizado en hombres y mujeres.

En Estados Unidos, los vaqueros se afianzan como el símbolo de la prosperidad americana. Desde las estrellas de Hollywood hasta la juventud rebelde los usa cotidianamente.

En Chile, hay una **coexistencia entre el pop, como resultado de los 60's, el exotismo del hippismo y el estilo retro que recoge lo mejor de los 30's.**

Comienza la fusión entre las distintas tendencias: Unisex, **Country**, Safari, **Guerrillero**, etc.

En creación nacional, lo más importante fue la moda "latinoamericana", liderada por *Marco Correa*<sup>69</sup> que tomaba los motivos y colores de las culturas precolombinas como inspiración y las aplicaba en vestidos de líneas sencillas.

Comienza el movimiento de defensa del diseño textil Chileno.

Se impulsan los motivos diaguitas y pascuenses estampados en algodón.

Con la llegada de la "escasez" de insumos, se fomenta la auto intervención en las prendas, con todas las técnicas disponibles.

69.- Diseñador Chileno nacido en 1943. Pionero en postular un discurso propio. Revolucionó la moda nacional, con su línea de vestidos autóctonos inspirados en los motivos precolombinos.



Vestido de noche, 1945-1950.  
Organdi  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, c.1950.  
At. tejido a JORE  
Brocado  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, c.1950.  
D'equete: CHRISTIAN DIOR - París  
Alpaca  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, 1959.  
Diseño de Miguel Arango  
Gasa  
Colección: Museo Histórico Nacional



Traje de tarde, c.1960.  
Fibra sintética  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, c.1960  
Etiqueta: MAISON WESTERVELD -  
Eindhoven  
Algodón  
Colección: Museo Histórico Nacional



Traje de día, 1961.  
Lana  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, 1962.  
Fibra sintética  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, c.1959.  
Etiqueta: RAGAZZA, Alemania  
Algodón  
Propiedad particular



Vestido de día, c.1960  
Seda  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, 1960.  
Rosa  
Colección: Museo Histórico Nacional



Traje de tarde, c.1960.  
Shawing  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, 1962.  
Seda  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, c.1965.  
Etiqueta: EMILIO PUCCI - Firenze  
Jersey de seda  
Propiedad particular



Vestido de noche, 1969.  
Etiqueta: LAURA RIVAS VIAL - Santiago  
Lana  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, 1969.  
Hilo  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de tarde, 1969  
Lana  
Colección: Museo Histórico Nacional



Topado, c. 1960.  
Fibra  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, 1969-1970.  
Jersey sintético  
Colección: Museo Histórico Nacional



«Pijama» de día, 1970  
Fibra sintética  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, c.1970  
Jersey sintético  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de noche, c.1970  
Seda  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de tarde, c.1970. Jersey  
Colección: Museo Histórico Nacional



Vestido de día, 1972. Pantalón  
Propiedad: María Isabel Silva

## Capítulo VI: Estilo Vintage

### Definición del estilo

En la actualidad, ha surgido una nueva tendencia que se denomina “Estilo Vintage”, que quiere decir “de época”. Es un retorno a lo antiguo, una reutilización o repetición de las creaciones utilizadas desde 1940 a 1970.

Abarca todo tipo de objetos, y en Chile se ha visto popularizado en el último tiempo.

Este estilo a comenzado a crecer en esta última década y es que como dice Juan Carlos Zagal *“Todo es cíclico, y todo esta demasiado vigente, entonces no hay forma de salir de esta relación que ha generado esta sociedad.”*<sup>70</sup>

no es extraño ver el ciclo recurrente en la familia por ejemplo, donde abuelos y padres entregan una herencia a sus descendientes con múltiples objetos de sus años mozos.

Así nace el “Vintage”, de lo que algún día fue éxito en épocas pasadas y regresa como vanguardia al presente.

### Ropa Vintage

En el último tiempo, la ropa “Vintage”, se ha posicionado, causando furor en el mercado nacional y mundial. Esta puede ser usada o nueva y retoma, las creaciones del pasado, para utilizarlas en el presente. *“Los elementos del pasado se presentan como indiscutibles, ya que están tocados por el encanto de la nostalgia.”*<sup>71</sup> Las tendencias son cíclicas. Y siempre algo antiguo, va a llevar consigo una connotación nostálgica, del pasado, de lo que ya fue. Dicen que todo tiempo pasado siempre fue mejor, idea reflejada en esta tendencia que rememora lo antiguo. A nivel internacional se trata de una tendencia que lleva años de culto, pero en Chile, hace sólo algunos se masificó su uso.

Esto se refleja fielmente en la apertura de 11 locales en Santiago, de la cadena Orange Blue, desde 2001 hasta ahora. Además de sus 4 cedes en Valdivia, Concepción y Talca. Ellos comercializan este tipo de ropa. El detalle, se puede encontrar más adelante.

### Perfil de los Usuarios

Principalmente, son Jóvenes Universitarios, junto con algunos inmersos en el mundo laboral, y en menor proporción, escolares de enseñanza media y algunos sobre los 30 años. Es bastante diverso. *“La gente que compra es un público muy variado, desde 13 a 80 años. Hombres y mujeres”*<sup>72</sup> son quienes frecuentan SUB ASTRA, tienda especializada en el estilo.

Son personas que buscan ser especiales, originales, quieren llamar la atención por la exclusividad de sus prendas y atraer comentarios del tipo: “de donde lo sacaste?!” Así nos cuenta la dueña de SUB ASTRA, Maria de los Ángeles Torrontegui.

Quieren usar prendas sencillas y a la vez destacar, sobresalir y sentirse diferentes.

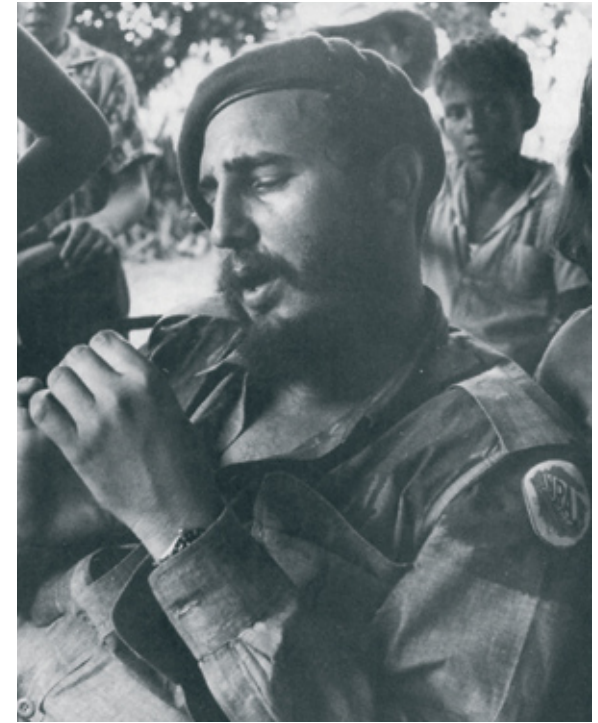
Así nos muestra la encuesta realizada, donde un 80% de los consultados dice preferir las prendas sencillas, de cortes clásicos y con algunos toques de vanguardia. El 50% Busca la belleza y el otro 50% ser diferentes.

Además, gustan de los colores en su vestimenta, no temen al mezclar unos con otros y prefieren la inclusión de detalles.

*“Eligen las telas naturales como el algodón, el lino u otras en base a estas, pero si un estampado llama la atención no dejan de llevarlo.”*

*“Prefieren los cortes clásicos, y los hombres los colores sobrios.”*<sup>73</sup>

En base a estas preferencias, se configuran las prendas para el proyecto.



Modelo para camisa militar. Fidel Castro 1950

70.- ZAGAL, Juan Carlos. Entrevista Junio 2007.

71.- PELTA, Raquel. “diseñar hoy”, Pág. 43

72.- TORRONTGUEI, Maria de los Angeles. Entrevista, Junio 2007.

73.- Ibidem

## Fundamentos de elección

Es un factor importante en el auge de este estilo, el hecho de que muchos, no estén conformes con las tendencias actuales, con el desarrollo de la sociedad y de el mercado en estos tiempos. Las tendencias son demasiado acotadas, el mercado solo alimenta estas tendencias y la sociedad se ve forzada a consumir productos que no son de su total agrado. Por ejemplo: En *Patronato*<sup>74</sup>, sucede que se ven las mismas prendas, los mismos modelos, las mismas telas, en la mayoría de las tiendas.

La oferta de vestuario, en general, se va adaptando a las tendencias de moda, restringiendo temporada a temporada la oferta a sólo lo de moda.

Algunos comentarios recaudados en la encuesta son del tipo "La oferta de vestuario en Santiago es terrible, como si fuésemos todas las niñas iguales y no tuviésemos un gusto distinto o propia de la ropa... si están de moda los puntito, toooodo con puntitos y lo que no es con puntito es poco y feo.." o "me carga porque serializan (de serie, no de serio) cosas que son (o podrían ser) bonitas, entonces -al menos a mi- me da lata comprarme algo que va a tener todo el mundo".

Además de la falta de diversidad en la oferta, existe una falencia de la moda actual, en términos de materias primas y confección ya que todo se hace para ser reemplazado.

Los sustratos utilizados, son muchas veces plásticos y armados de tal manera que al primer esfuerzo, se rompen. Por eso algunos prefieren la ropa de antes.

Y es que lo antiguo, suele ser de mejor calidad, con un valor más alto, pero confeccionado de manera que dure décadas y no meses. Antes, las cosas se hacían para perdurar en el tiempo.

Junto con la calidad, también se valora la característica de lo único.

Al ser objetos de décadas anteriores, se asegura, no existen muchos símiles en la actualidad, y es por esto, que en muchas tiendas, los precios se han disparado. Un Ejemplo puede ser Nostalgic, que hace 5 años cobraba \$3.500 por una polera y hoy esta cobrando sobre \$5.000. Se han dado cuenta que estas son piezas de colección y como tales se debe pagar por ellas.

Otro factor que determina la elección de este estilo, es el echo de que las prendas son absolutamente funcionales: los cortes son de alta comodidad, las telas son mayormente nobles y la confección resiste bastante exigencia.

Además, este estilo tiene un ideal de belleza distinto al actual, realzando la naturalidad y las curvas, con prendas ajustadas y escotes recatados y vestidos cortos desde 1960. En los hombres, camisas y pantalones entallados en la parte superior y sueltos en la parte baja.

En general el valor va por la estilización del cuerpo y no por la exposición de este.

La preferencia de telas nobles a base de algodón, es generalizada, pero también se popularizaron los sustratos plásticos, en prendas estampadas desde 1960.

## Mercado Vintage en Chile

En Santiago de Chile, existen 3 maneras de ofertar ropa "Vintage":

La primera, es adquirir ropa usada en buen estado, limpiarla y revenderla por un precio levemente mayor.

La segunda, es adquirir ropa usada en buen estado Limpiarla, Intervenirla y revenderla por un precio bastante mayor.

La tercera, es basarse en modelos de épocas anteriores y crear nuevas prendas, con este estilo.



Imagen del libro *Historias de Género*.

74.- Calle dedicada a la venta de ropa de moda, mayormente importada desde Asia con presencia de industria Chilena en menor medida. Ofrece un stock de productos similares, que cambia según la tendencia de moda.



Etiqueta Nostalgic

## Tipología existente:

### 1. Orange Blue “Ropa Usada Seleccionada”

En la primera categoría, de los que venden la ropa limpia pero sin modificaciones, está la tienda Orange Blue. Esta tienda nace en el 2001 y remece el mundo de la ropa usada, siendo pionera en la selección de la misma, el orden por colores y el diseño de local.

En esta cadena, se reinterpretan las tendencias mundiales, donde la ropa usada es un artículo de culto, una pieza de arte.

Manejan prendas principalmente “Vintage”, junto con otros estilos de tribus urbanas como lo son: Brit-pop, Gótico, Kitsh, Hippie, Militar y Glamour.

La manera de operar, es teniendo un grupo de personas especialistas en la selección de prendas, entre miles de ellas. En otras palabras, quienes tengan “Buen Ojo”. Ellos viajan constantemente por grandes ciudades como Londres, Nueva York, Berlín, Los Ángeles, entre otras, con el fin de rescatar la mejor calidad y mayor variedad.

Luego llegan las prendas a Chile, se manda a lavar todo, se hace un orden por colores y luego una selección por tienda.

Al tener 12 tiendas en Santiago: 9 en la calle *Bandera*<sup>75</sup> y 3 en *Providencia*<sup>76</sup>; han tenido que diferenciar unas de otras por la oferta de estilos.

Por ejemplo: Bandera #530 es “Pequeña Boutique”, Bandera #546 tiene amplia gama en productos de tallas XL y XXL, Bandera #717 Orientada a jóvenes; Providencia I tendencia Glamour, orientada al público femenino en general y Providencia II “Boutique” de Orange Blue, 95% de ropa Vintage, ultra seleccionada.

Así, van segmentando su mercado por tiendas, además de por estilos.

La mayor cantidad de ropa es estilo Vintage, y la mayoría de sus clientes, declaran que prefieren ese estilo. No por eso dejan de ofrecer las distintas tendencias.

Ellos han vivido el auge del consumo de ropa vintage, pudiendo ampliarse enormemente entre el año 2001 y hoy. Además de tener 12 locales en Santiago, poseen también 4 en regiones (Viña, Valdivia, Concepción y Talca), donde se abarcan todos los estilos.

Actualmente, continúan su crecimiento, queriendo ser la cadena de ropa Vintage más grande del país.

Y hasta ahora lo van logrando, siendo la que tiene mayor cantidad de locales. Y es que satisfacen una necesidad que hace tiempo se venía dando a conocer. *“Una respuesta a la necesidad de poder vestirse con tu propio estilo”*

<sup>77</sup>Es su premisa y así dejan claro que ellos ofrecen una alternativa a las tendencias impuestas por el mercado tradicional.

Sus precios fluctúan entre los \$3.000 y los \$10.000 en las tiendas de la calle Bandera y hasta los \$15.000 en las de Providencia.

### Nostalgic “Ropa Usada Seleccionada”

En la primera y segunda categoría está Nostalgic, quienes ofrecen una amplia gama de vestuario seleccionado y una pequeña cantidad de vestuario reconfeccionado a un precio considerablemente más alto.

Esta tienda, es la principal competencia de “Orange Blue”, ya que trabajan con las mismas tendencias, tienen un modo de operar muy parecido y sus tiendas colindan en los dos sectores de Santiago.

Cuentan con 4 sedes: 2 en Bandera y 2 en Providencia. De la totalidad de su stock, un tercio es ropa vintage, y el resto está dirigido a otras tendencias urbanas.

Su público objetivo es muy variado, confluyen ambos sexos, de edades muy dispares y con todas las tendencias, ya que se pueden ir mezclando algunas prendas con otras, para formar estilos más determinados.

Su modo de operar es trayendo *fardos*<sup>78</sup> de ropa de todo el mundo, luego seleccionando prendas para las distintas tiendas, después se limpia la ropa, y un grupo se arregla, esa es la más cara.

La ropa se va a las distintas tiendas, por calidad. Lo mejor está en Providencia y es lo más caro, lo de menor calidad está en Bandera y se comercializa a menor precio.

Manejan todo tipo de telas, hay mucho jeans, algodón, cuero, plush y sintéticos. Sus ofertas son variadas.

En el local de Providencia, mientras más antiguas son las prendas y están en mejor estado, más caras las venden. Profesan la ficción, la diversión, les gustan los colores, el ambiente y la cultura urbana, eligen la ropa pensando en momentos y lugares *“No compres moda, vístete con algo fuera del tiempo”*<sup>79</sup> es su slogan, dejando en claro que están fuera de las tendencias marcadas por el mercado, ofreciendo una selección de prendas antiguas.

Sus precios van desde los \$3.000 hasta los \$10.000 en Bandera y desde \$5.000 hasta \$25.000 en Providencia.

75.- Calle ubicada en el centro de Santiago, que se caracteriza por tener una amplia cantidad de tiendas especializadas en ropa usada.

76.- Calle ubicada en la zona oriente de Santiago, dirigida al público de clase media-alta. Con oferta de prendas exclusivas, seriadas, nuevas y usadas.

77.- [www.OrangeBlue.cl](http://www.OrangeBlue.cl)

78.- Proveniente de los bloques de paja, se utiliza el término para hablar de los cúmulos de ropa usada prensada, traída desde el extranjero.

79.- [www.Nostalgic.cl](http://www.Nostalgic.cl)

## SUBASTRA “Ropa Reciclada”

Esta tienda ubicada en Providencia #1604, esquina Antonio Ballet, debajo del lavaseco “Astra”.

Forma parte de la segunda categoría: los que compran prendas para ser intervenidas y vendidas a un precio superior.

La historia de la tienda, se remonta al año 2004, cuando se vendían rezagos del lavaseco. La gente mandaba a lavar y no iba a buscar las prendas. De ahí se iban para el subterráneo.

Maria de los Ángeles Torrontegui, la dueña de SUBASTRA, entró trabajando de vendedora, y luego comenzó a comprar y arreglar la ropa.

Habló con la persona de arriba y comenzó a poner cosas en la vitrina. La gente se empezó a acercar y logró vender sus creaciones a precios bajísimos.

Con el tiempo ha ido creciendo, ahora ella puede pagarle a alguien para que le ayude, vende las prendas más caras e incluso tiene un par de perchas a concesión, donde otras diseñadoras ofrecen sus productos.

Al hablar de los clientes de la tienda, la mayoría que entra, es gente curiosa, que le gustan los colores y busca algo diferente.

Los usuarios son mujeres y hombres, entre 12 y 80 años. Estas personas, eligen la ropa de SUBASTRA, principalmente para destacar, para sobresalir, para que le digan ¿de donde lo sacaste?!

Quienes visitan la tienda, van, conocen lo que es y una vez que descubrieron, vuelven con dinero. Maria de los Ángeles cuenta que ellos compran por que les gusta, por que la ropa es diferente. El plus del vestuario reciclado, es que se sabe que nadie va a tener algo igual, la exclusividad, lo diferente y único, marca esta conducta de compra, más que la necesidad.

En SUBASTRA, la ropa es elegida 1 por 1, por la dueña, es rescate de ropa, ya que no compra un fardo de mil prendas, sino de a una. Todo pasa por su ojo. El hecho de que elija con sus manos es uno de los grandes plus de la tienda. Además, todo está limpio, y tiene proceso de reconstrucción. Con cada prenda se involucra personalmente. No es ropa a granel sino que tiene dedicación, no es industria, es casi artesanía.

Las prendas más vendidas, son los vestidos, prenda clave para toda joven. *“Quien se prueba un vestido que le gusta y le queda, no lo piensa dos veces y se lo lleva. Y es que actualmente existen pocos vestidos en el mercado que*

*sean funcionales, estéticos y de telas nobles”* <sup>80</sup> dice la dueña con toda seguridad.

En la elección de las telas, prefiere las naturales: algodón, seda, plush y terciopelo. *“Todo lo rico y tierno con el cuerpo. Sintético y plástico sólo con estampado espectacular”* <sup>81</sup> aclara. Y es que la mayoría prefiere el algodón o la tela de toalla.

Los precios fluctúan entre los \$2.000 y \$15.000 pesos.

SUBASTRA profesa el reciclar, comprar usado, darle pincelada y vender, dejar de hacer masa.

El valor agregado que tiene, es el hacer única cada prenda, este medio de creación hace cada pieza inigualable a algo seriado.



Maria de los Angeles Torrontegui, Dueña de Subastra.

80.- TORRONTGUEI, Maria de los Angeles. Entrevista, Junio 2007.

81.- Ibidem







Filmación Extras Aldea el Encuentro, SIN SANGRE





Rodrigo Gomez-Rovira

Equipo y Extras, SIN SANGRE



## Capítulo VII: Lo Teatral

### Evolución del teatro en Chile

Desde 1917 los grupos teatrales chilenos prescindieron de las producciones extranjeras y se profesionalizaron.

Gracias a Luis Emilio Recabarren, nace el “Teatro Obrero”, que se muestra en las oficinas salitreras.

En 1935, Se crea la Dirección Superior del Teatro Nacional, que en 1948 pasó a depender de la Universidad de Chile.

*Margarita Xirgu*<sup>82</sup>, entre 1937 y 1948, trabaja por el teatro Chileno, dejando clara la precariedad de condiciones en que trabajan. Muestra la calidad de diseño que se puede lograr, trayendo montajes en los que participan los más grandes artistas plásticos y escenógrafos de la época, como Dalí, Burman y Ontañón.

En 1939, Llega al puerto de Valparaíso el barco carguero Winnipeg, con prisioneros españoles y entre ellos venían artistas e intelectuales que influyeron significativamente en la cultura y el arte nacional.

En 1941, nace el Teatro experimental (movimiento que tiene por finalidad organizar y desarrollar todos los aspectos del arte teatral.) Nace a la sombra de la Universidad de Chile, constituido totalmente por estudiantes universitarios y egresados de diferentes facultades.

En 1943, nace el Teatro de Ensayo en la Universidad Católica.

Ya en 1970 y propiciado por el gobierno de la Unidad Popular, se vivió un gran desarrollo y el número de compañías teatrales se incrementó considerablemente.

Con la llegada de la dictadura, se frena el desarrollo en teatro, montándose sólo obras clásicas de bajo desarrollo intelectual, emocional y estético.

Hacia 1975, comenzó a articularse un incipiente movimiento de teatro independiente no subvencionado. Todos formaron parte de una corriente común de resistencia a la dictadura.

En 1980, el teatro nacional desarrolló una intensa actividad en distintos rincones del territorio con una valiosa acogida del público. La actividad teatral de este período se nutrió de las nuevas experiencias y aprendizajes que trajeron artistas que regresaban del exilio.

Desde esa época hasta la actualidad, el teatro nacional diversificó los temas y dio espacio a la experimentación. Actualmente se cuenta con más de 25 instituciones que imparten clases de Teatro, proliferando esta profesión considerablemente, profesionalizándose en todos los ámbitos que conciernen a un montaje.

### El Vestuario en el Teatro

El vestuario en teatro, cumple una función muy específica, que es estar al servicio de la obra.

Detrás de cada montaje, hay una idea central. Conceptos que se quieren transmitir, épocas determinadas y perfiles psicológicos para cada personaje. Estos conceptos e ideas que son la directriz para un montaje, son creados por el Dramaturgo en una primera instancia, luego por el Director, quien elige la manera de interpretar el guión, y luego por el Director de Arte, quien decide finalmente, que estilos van a estar presentes en el montaje, para determinar una estética. *“El Diseñador de vestuario es un artista que trabaja dentro de un equipo, al servicio del director artístico de una producción. Su cometido es entender la propuesta del montaje planteada por el director, aportar sus ideas y plasmarlas en sus diseños. Una vez que ha realizado los bocetos, y estos han sido aprobados por el director, comenzará la segunda parte de su trabajo: realizar el seguimiento de la realización del vestuario en el taller, es decir, comprobar que su idea plasmada en un objeto bidimensional es respetada al convertirse en un traje real, un objeto tridimensional.”*<sup>83</sup>

El diseñador trabaja en base a conceptos.

Para llegar a entregar un objeto de diseño que sea llevado a la realidad por otra persona, es de crucial importancia su presencia en este proceso, así como el Diseñador Gráfico debe estar en máquinas, el vestuarista debe estar junto a la modista.

Lo que define al diseñador teatral, es que este debe estar en función, tal como toda la compañía, de las decisiones que tome el director y luego de las apreciaciones del director de arte. Finalmente es quien diseña el vestuario pero bajo la supervisión del creador de la estética general, que contiene a la escenografía, la utilería y la iluminación. Como todo diseñador, está en función de una idea o concepto y sobre esto se crea un objeto de diseño.

*“En el teatro, no se trata de que digan: “OH!, que vestuario más bonito”, aquí no estamos luciéndonos, no es una pasarela, se trata de crear personajes y que el actor lo pueda agarrar y le sirva. De entregar un material útil para el actor, no de lucirse uno como diseñador”*<sup>84</sup> y es que el vestuario siempre va en función de la obra, para formar parte del todo, sin llamar la atención.



Bocetos de Loreto Monsalve para SIN SANGRE

82.- Actriz española que realizó una gira por Sudamérica entre 1939-1945, incentivando la profesionalización del teatro.

83.- ECHARRI, Marisa. “Vestuario Teatral” Pág. 13.

84.-MONSALVE, Loreto. Entrevista, Julio 2007.

Carolina Sapiain, expone en su libro “Maestros del vestuario teatral”, que es a través de la indumentaria teatral que se cuentan muchas cosas, se sitúa históricamente a una pieza, se define el paso del tiempo dramático o interno y el de la representación. Se construyen personajes realistas, metafóricos o alegóricos.

El vestuario teatral busca caracterizar al personaje entregándole elementos distintivos que hablan de su procedencia, hábitos y determinación en general, su manera de ser y actuar, pensar y estar. “*En el teatro, el vestuario sintetiza la idea que uno tiene del personaje*”<sup>85</sup> y es que de esa manera se puede tener una argumentación para cada elemento del atuendo actoral, estando siempre en función de la obra y lo que se quiere mostrar.

En el montaje, siempre surge de la necesidad de determinar una época, un lugar, un contexto o un no lugar. Es el vestuario lo que determina visualmente a los personajes y tal como lo hace el vestuario cotidiano, refleja tiempos, eras y acontecimientos sociales.

Con el vestuario, se puede marcar el estilo de un espectáculo, subrayar dramáticamente el estado anímico de los personajes y sus conflictos, las relaciones entre unos y otros. Se trata de contar con él, para contar algo. El teatro se apoya en la ilusión y la ilusión esta siempre presente en el vestuario teatral. Son los diseñadores quienes deben saber como llevar a la realidad, estos personajes atrapados en un guión.

Un buen actor, sin un buen vestuario, no convence a nadie, de donde está, de quien es. Es el vestuario teatral, una pieza clave para el buen fin de una obra.

El exceso o la escases de algún elemento en el vestuario, puede influenciar negativamente un montaje, siendo muy importante la minuciosidad en las elecciones que se toman sobre este. “*En el diseño de vestuario todo es válido, siempre que mantenga su carácter funcional, como un medio para y no como un fin en sí mismo. Es una creación artística que debe insertarse en una época y en un espacio determinado. Supone indagar, imaginar, crear e investigar de modo tal, que dé un significado real a cada personaje y circunstancia.*”<sup>86</sup> El vestuario está en función de la obra y no puede ser más que eso, no es admitido que este brille por luz propia o llame la atención más de la cuenta y es que no se permite que el diseñador cree en base a su propia satisfacción. Es un mundo pensado en equipo, en el cual todos trabajan como mosqueteros, que luchan juntos para llegar a buen fin.

Muchas veces se pasa por alto este y otro tipo de trabajo, que es tan crucial como la labor del actor principal, quien no tendría con que salir a escena, si no fuera por que un equipo de personas, se preocupa de realizar esta obra de arte, llamada diseño de vestuario o indumentaria.



85.-ZAGAL, Juan Carlos. Entrevista, Junio 2007.

86.- ECHARRI, Marisa. “Vestuario Teatral” Pág. 45.



Loreto Monsalve y Marcelo Alonso en prueba de vestuario, SIN SANGRE



Vestuario de Manolito y bocetos de Loreto Monsalve



Rodrigo Bazaes en prueba de vestuario



Vestuario Madre.

### La Historia

Durante la guerra, un hombre llamado Manuel Roca, alias La Hiena, se desempeña como médico-torturador de presos del bando contrario.

Al llegar la “conciliación”;

El Gurre y Tito, liderados por Salinas, deciden cobrar venganza por sus manos y asesinar a este doctor.

Ya en Mato Rujo, su escondite, estratégicamente cercan la casa y conminan a Manuel Roca a entregarse de inmediato.

El hombre, acorralado, esconde a su pequeña hija, Nina, en una trampa elaborada por el mismo. Luego se enfrenta a estos hombres, y muere acribillado, junto a su hijo Manolito, de doce años.

Una vez consumada la trágica matanza, el más joven de los tres, Tito, encuentra a la pequeña agazapada en su escondite, pero no es capaz de delatarla y le perdona la vida.

Los pistoleros emprenden la retirada y el Gurre decide quemar la casa.

Finalmente la niña sobrevive y queda en manos de Uribe, un farmacéutico amigo de Roca.

Cincuenta años más tarde, la niña se ha transformado en verdugo de sus verdugos y el único que queda con vida es Tito, quien le salvara la vida.

Ella lo encuentra y él sabe que es su turno. Juntos van a un café a saldar las cuentas del pasado. Ahí reconstruyen sus versiones, dándole por primera vez sentido a sus vidas.

Tito formaba parte del bando perseguido por el doctor, siendo testigo de la muerte de muchos y Nina era una pequeña que veía en Roca, un excelente padre. Al enfrentar sus formas de mirar la vida, llenan el vacío que llevan consigo hace 50 años, logrando llegar a un final SIN SANGRE.

Esta historia, se basa en la novela de Alessandro Baricco llamada SIN SANGRE y fué seleccionada entre muchas novelas por su calidad retratista de los momentos y el trasfondo social que posee *“Elegimos SIN SANGRE por la relación que planteaba entre 2 seres humanos, por ese amor imposible, esa necesidad de encontrar algo. También está la historia social, la historia de los bandos en pugna, en guerra...La post guerra, esta tragedia, esta venganza que se asemeja mucho a nuestra historia y a un montón de historias contemporáneas...lo cinematográ-*

*fico... sentimos que era un buen desafío...Por otro lado está lleno de planos simbólicos.”*<sup>87</sup> cuenta el director de la obra, Juan Carlos Zagal, quien resume su forma de ver la obra, en estas palabras.

### La estructura

Se divide en dos actos, el primero que transcurre en los años 50-60, aproximadamente y el segundo que es en la época actual.

En el primer acto, existe una ambientación de las décadas escogidas y podemos ver la utilización de el juego Luz/Sombra en paletas de color dentro de las mismas tonalidades.

El segundo acto, se ve en alto contraste en colores encendidos, creando un enfrentamiento con el pasado, al evocar los Flash Back o Raccontos.

### Los personajes

Los personajes que viven en la obra, no son caricaturas, son representativos de la naturaleza humana, cada actor representa a alguien, desde una perspectiva realista de cómo viven y se desarrollan las personas, con errores y aciertos.

Los momentos, son también, parte de la evolución y la vida del hombre, formando parte de una estructura general que es el transcurso de los años de manera correlativa.

Manuel Roca, médico tortuador, es La Hiena, padre de Nina y Manolito.

El Gurre, guerrillero de sangre, es un hombre limitado, nacido para matar, Salinas es un adulto mayor, que en la guerra sólo realizó labores administrativas y Tito es el hijo de un histórico asesino, que cree fielmente en sus convicciones.

Uribe es el amigo farmacéutico de Roca, quien se encarga del cuidado de Nina hasta que tiene edad suficiente para casarse con El Conde de Torrelevid, a quien finalmente le da 3 hijos.

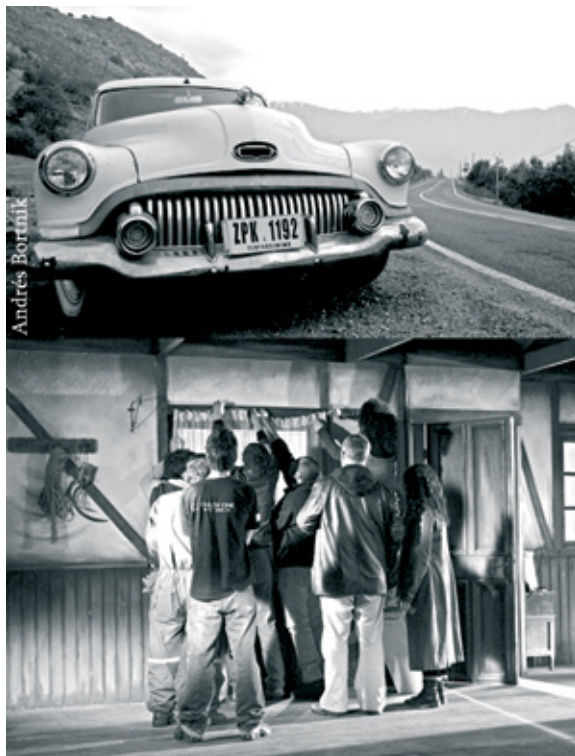
Cuando Nina y Tito saldan sus cuentas, sólo aparece el acogedor Mozo del Café, quien los acompaña en el transcurso de su crucial conversación.



SIN SANGRE

87.- ZAGAL, Juan Carlos. Entrevista, Junio 2007.





Filmación Buick y Casa Roca, SIN SANGRE

### La innovación

En este montaje, se trabaja con la mezcla de lenguajes. El Cinematográfico, el Fotográfico y el Teatral. Todos juntos con la influencia del Comic. *“TEATRO CINEMA, cinema teatro, teatro y cine, cine y teatro”*<sup>88</sup> diría Zagal.

La nueva propuesta al teatro, es la incorporación profunda del mundo multimedia, mediante 3 proyectores: 1 que muestra una imagen de frente y 2 que juntos crean una gran imagen posterior.

Entre estos tres proyectores, existe un dispositivo de alta complejidad que se basa en un paralelepípedo.

Este es básicamente un piso de madera que cuenta con 2 ejes que giran en ambos sentidos, un cielo con una estructura de 2 toneladas de metal que forma la parrilla de luces, 2 salidas laterales que dan a la parte interna del escenario y dos paredes (frontal y posterior), de un material especial que permite la proyección en el, pero logra seleccionar la luz que lo atraviesa.

Dentro de este paralelepípedo, se encuentran los actores, que ayudados por un par de elementos, narran esta historia del mundo.

### El suceso SIN SANGRE en la escena nacional

El estreno estaba planeado para el 1 de Agosto del 2007 y finalmente se realizó el 6 de Septiembre, bajo la presión de miles de medios de comunicación, empresas, organizaciones, críticos y seguidores de el teatro chileno. La obra de teatro “SIN SANGRE”, promete ser un suceso en la escena chilena, y aunque tan sólo van un par de meses desde el estreno, no es muy difícil vislumbrar el futuro que tiene este montaje único en su especie.

La proyección de un mundo en el otro, la fusión y confusión de los lenguajes, el extenuante trabajo y la total dedicación entregada en función de la obra, es una receta que Juan Carlos Zagal y Laura Pizarro, directores de la Compañía TEATRO CINEMA, conocen muy bien y es que gracias a esta han podido llevar la bandera chilena en el hombro por todo el mundo, mostrando lo que mejor saben hacer: TEATRO.

### TEATRO CINEMA, La nueva compañía

La nueva agrupación de Zagal y Pizarro, junto a 3 actores: Diego Fontecilla, Etienne Bobenrieth y Ernesto Anacona; un equipo técnico estable de 5 personas: Luis Alcaide, José Luis Fuentes, Cristian Reyes, Cristian Mayorga y Mirko Petrovich; 1 Productor: José Pedro Pizarro y 1 Guionista: Dauno Totoro, promete ser la nueva revelación del teatro Chileno.

*“A este colectivo los une la búsqueda de la belleza y la poesía de la narración. El lenguaje de la imagen y la musicalidad : la búsqueda de la obra.*

*Les motiva contribuir al desarrollo del teatro y de la creación artística porque quieren emocionar, maravillar y alentar a otros a trabajar.*

*Quieren aprender cada día más; innovando sin miedo. Quieren enseñar lo aprendido; reflexionar e invitar a la reflexión; volver a estar allí, sobre las viejas tablas con nuevas historias”*<sup>89</sup>

Bajo la dirección de Juan Carlos Zagal y Laura Pizarro, este equipo se prepara para pasar a ser un suceso en la historia cultural chilena.

Pero cabe destacar algunas cosas sobre la existencia de SIN SANGRE mas allá de TEATRO CINEMA:

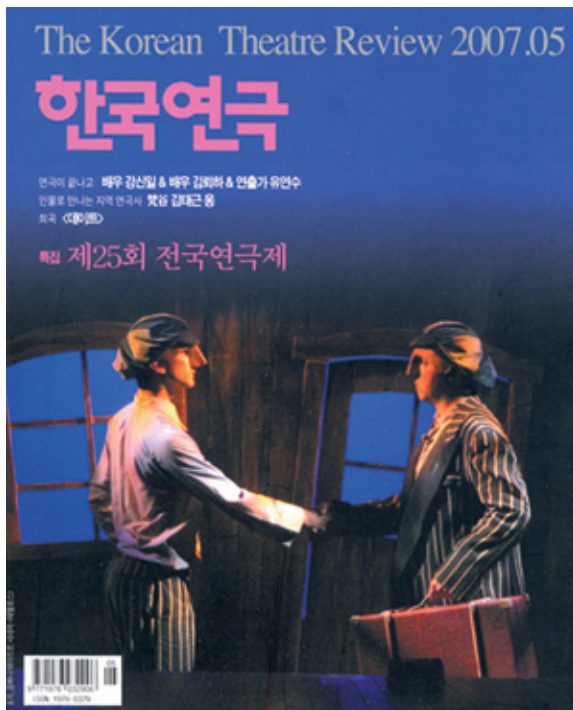
Que para la producción de este montaje, fue necesario un equipo de más de 25 personas estables y un centenar de colaboradores entre Asistentes, técnicos y extras, quienes desde todas las áreas aportaron para que el proyecto llegara a puerto;

Que fueron necesarios más de 200 millones de pesos provenientes de variadas instituciones co-productoras, como el FONDART y el Festival Teatro a Mil, empresas privadas y los propios directores, para hacer posible este suceso;

Y por último, que la cuna de esta nueva era en el teatro Chileno, es la **EX compañía LA TROPPIA, importante agrupación teatral que existió entre 1987 y el 2005.**

88.- ZAGAL, Juan Carlos. Entrevista, Junio 2007.

89.- www.teatrocinema.cl



Gemelos en Korea. Junio 2007

## LA TROPPIA

Integrada por Zagal, Pizarro y Lorca, esta compañía forma parte del grupo de chilenos que ha trascendido en el tiempo, por su aporte a la cultura, a la disciplina teatral, al público en general y a la identidad nacional. Ha recibido el reconocimiento en todo el mundo, por su trabajo de excelencia y su entrega total al servicio de las tablas.

La Troppa nace en respuesta al vacío cultural que vivía Chile gracias a la Dictadura.

Lo importante entonces, para ellos, era buscar un lenguaje teatral propio, una manera que les permitiera contar las historias más bellas, más duras, más tristes y más necesarias. Finalmente encontraron un lenguaje directo y con espíritu resistente, construyeron piezas únicas como lo fueron: El Santo Patrono (1987), Salmón Vudú (1988), El Rap del Quijote (1989), Pinoccio (1990), Lobo (1992), Viaje al Centro de la Tierra (1995), Gemelos (1999) y Jesús Betz (2003).

La crítica acarició todas y cada una de sus creaciones. *“Podemos indicar con certeza que si hay una característica que define a La Troppa, es la construcción visual de cada una de sus obras. Su deslumbrante estética contrasta con historias extremas y brutales, combinación que produce efectos visuales y emotivos altamente poderosos.”*<sup>90</sup> se dijo en la entrega del premio José Nuez Martín, en el cual salieron ganadores.

También se adjudicaron el reconocimiento que entrega La academia de Bellas artes (2004), 1 APES por mejor montaje teatral con Gemelos (1999), 4 ALTAZOR por mejor actor, actriz, dirección y dramaturgia con Gemelos (2000) y 2 ALTAZOR por mejor director y actor con Jesús Betz (2004), entre muchos otros reconocimientos nacionales e internacionales.

Incluso la autora de “El Gran Cuaderno”, novela inspiradora de Gemelos, Agota Kristof, declaró que su versión preferida era la de esta compañía chilena *“Nos confesó que se había emocionado mucho. Nos dijo que ‘Gemelos’ era la mejor adaptación que se había hecho de su libro”*<sup>91</sup> dijo Juan Carlos Zagal al mercurio en el 2001.

El estilo de teatro, como Compañía La Troppa, fue visto por miles de espectadores en Chile, Europa, América y Asia.

Sus temáticas siempre han sido momentos e historias de la verdad, de la esencia del ser humano y de las vicisitudes que este debe pasar a través de su evolución, los lugares casi nunca han estado determinados, llevando

al espectador a un lugar de ensueño. *“La trayectoria de La Troppa confirma que en la selección de sus obras el motivo del viaje ha sido una de sus constantes. Los personajes en sus recorridos y vicisitudes se encuentran con universos y lugares, de lo más cotidiano y concreto a lo más excepcional y metafórico, casas, mares, campos, ciudades, calles y puertos.”*<sup>92</sup> Entregando así al espectador, un momento de reflexión, emoción y asombro.

Luego de 18 años caminando juntos, en un nuevo escenario cultural en Chile, sintieron que la misión de La Troppa había terminado, separando sus aguas. Por un lado quedaron Zagal y Pizarro, junto a un nuevo equipo de expertos, denominándose TEATRO CINEMA y por otro lado se fue Jaime Lorca, quien de la mano de la actriz Teresita Iacobelli, los marionetistas Alicia Quesnel y Enrique Gómez, los diseñadores Zapallo de Troya y un gran equipo técnico, crearon la compañía VIAJE INMOVIL, para dar paso a “Gulliver”, producción franco-chilena.

90.- OYARZÚN, Carola. “Taller de letras”, Número 37, Pág. 194. Entrega del premio José Nuez Martín

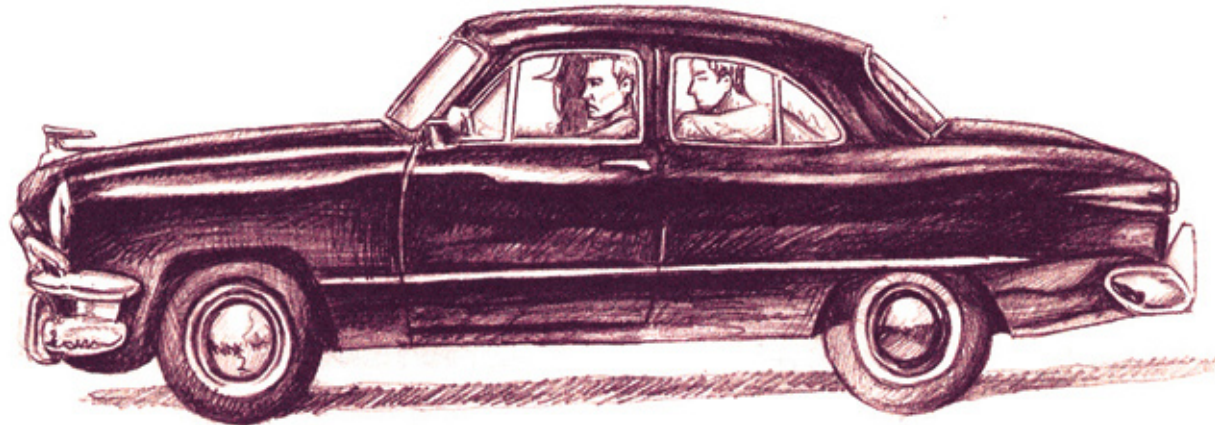
91.- <http://www.paginadigital.com.ar/articulos/2004/2004quint/teatro/chile-troppa-11205.asp>

92.- Extracto del Discurso de presentación para otorgar el Premio de desarrollo cultural, José Nuez Martín.

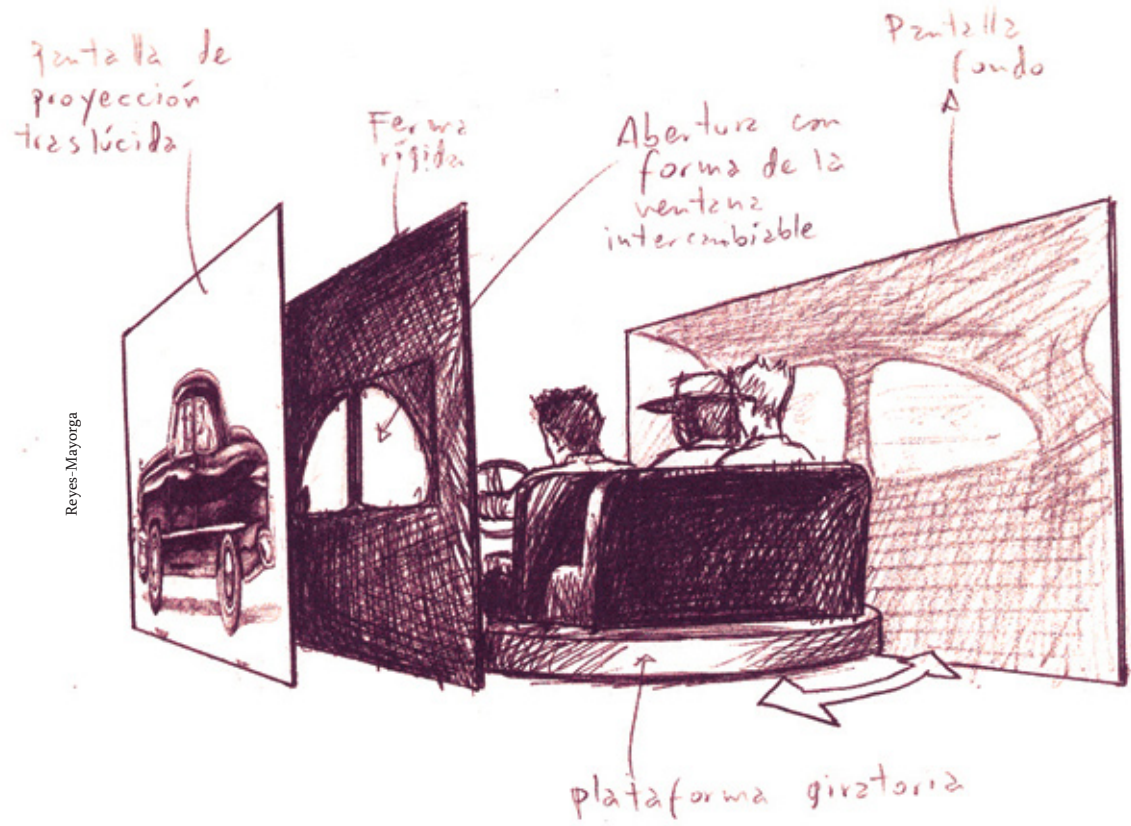


Andrés Bortnik

Escena "Muerte de Gurre" y "Poker"



Ford 52



Reyes-Mayorga

## Capítulo IX: Referentes para el proyecto

### **SIN SANGRE de Teatro Cinema**

Es el principal referente, que inspira todo este proyecto.

Primero, Sin sangre, la obra del año según EMOL, cobra protagonismo por ser una **total innovación**, *“Es un espectáculo innovador que llega muy lejos en la fusión del lenguaje teatral y cinematográfico”*<sup>93</sup> dice la revista escaner de la Universidad Católica.

El montaje es algo nunca antes visto, por su dispositivo que logra fundir o confundir el teatro con el cine.

Es un referente **por la excelencia**. La compañía en general y la obra en específico, busca la perfección en todo sentido, por lo que la calidad es muy alta.

Sustratos, maquinarias, materiales, profesionales, programas, tecnología, todo de la mejor calidad, sin escatimar en gastos, siendo prioridad el hacer las cosas bien.

Lo avala el fondart de excelencia ganado en el 2006, luego se incorpora Santiago a Mil como co-productores y Banco Estado respalda por primera vez una obra de teatro.

**Logran un producto nacional de exportación** que nada tiene que envidiar a otros, es un ejemplo de empresa que trabaja arduamente para generar un montaje que esté calificado ampliamente para representar a nuestro país. Trabajan con gente chilena, siempre en territorio chileno y llevan la bandera a cuestras, diciendo que en este país también sabemos como se hacen las cosas.

Desde el punto de vista de las decisiones de diseño, **nació la idea del soporte textil Vintage, por que el primer acto transcurre en los años 50-60 y tiene una estética contenida en ese estilo**. El vestuario, la utilería y las proyecciones forman un ambiente “De Época”, que me sedujo desde un principio.

También es central en la decisión de **plasmear graficamente los dos lenguajes que une, el teatro y el cine**.

Es referente por **contener un móvil que lleva a la acción, tan potente como es el “ENFRENTAR”**. concepto seleccionado para trabajar la gráfica.

Y finalmente, se toma como referente, **por el trabajo en alto contraste**. En el primer acto, en base a tonalidades cercanas y en el segundo acto, con una paleta de colores mas alejada.



93.- <http://revista.escaner.cl/node/476>

## Marco Correa

Marco Correa surge como referente ya que es el **primer diseñador chileno que estableció un discurso único, completamente alejado de las tendencias internacionales**, *“Fue un diseñador que se atrevió a plantear un lenguaje propio y no se nutrió de lo que pasaba en Europa.”*<sup>94</sup> Dice Montserrat morales, Licenciada en estética, quien trabaja en el museo de la moda de Santiago y agrega que *“su ropa nunca fue masiva, era gusto de las mujeres de vanguardia de esa época”*<sup>95</sup> profesando así la exclusividad y no la uniformidad, logrando que un grupo reducido de mujeres se vistiera con sus diseños de novedad.

A fines de los 60, principios de los 70, lanzó su línea de ropa inspirada en dibujos precolombinos que el mismo definía como “Moda de raíces criollas, sin disfrazar de india”. Con esta línea **se hace conocido en la escena nacional, por lograr un producto de calidad, inspirado en culturas autóctonas y dedicado a las chilenas.**

La historia que pasó para llegar a ser reconocido como “Elegante, original, creativo y magnifico” comienza con sus estudios de leyes (2 semestres) y luego Artes. También tenía la pasión del baile, factor que definía también el tipo de diseños que creaba.

En 1972 expone su colección de vestuario autóctono en el museo nacional de bellas artes y ***Nemesio Antúñez***<sup>96</sup> asegura que los 20 vestidos de la muestra “constituyen otra forma de arte” lleva un mundo a otro, mostrando vestuario en un museo.

Desde los 80, entra al equipo de televisión nacional, diseñando el vestuario para el área dramática. Participa en “Villa los Aromos”, “Martes a las 8”, “Teresita de los Andes”, entre otros y se consagra con “La Quintrala” montaje que requirió más de 700 trajes entre actores y extras.

En 1992, con 49 años, muere en Santiago de Chile y tiene un funeral “Elegante pero sencillo, tal como le gustaban las cosas a él”, cuenta Angélica Vallejos, quien lo relevó en TVN.

Marco Correa es un referente importante, ya que ejemplifica una manera de hacer las cosas, una metodología de vida y trabajo que viaja por distintos ámbitos y desarrolla proyectos de variadas índoles.

Es **multifacético, diverso, conocedor y activo culturalmente, con una actitud de constante estudio**, siendo esto, siempre un aporte a el área desarrollada, a la disciplina del diseño, a las personas que toca la creación y a uno mismo como diseñador.

Por otra parte, toma importancia en este proyecto, **por la capacidad de proyectar un mundo en otro**. En este caso fueron los dibujos precolombinos, que pasados por el filtro personal del autor, llegan a ser un vestido de líneas simples, pero con diseños innovadores. Logra un equilibrio donde las raíces autóctonas están presentes, la esencia es innegable, pero son expuestas de manera elegante y funcional, es una inspiración, que da paso a la creación personal.

**Posiciona la creación nacional**, inspirándose en algo nuestro, para entregar un producto a los nuestros y **no teme a la innovación imponiendo tendencias desde el auto encargo, la idea personal en un objeto público.**

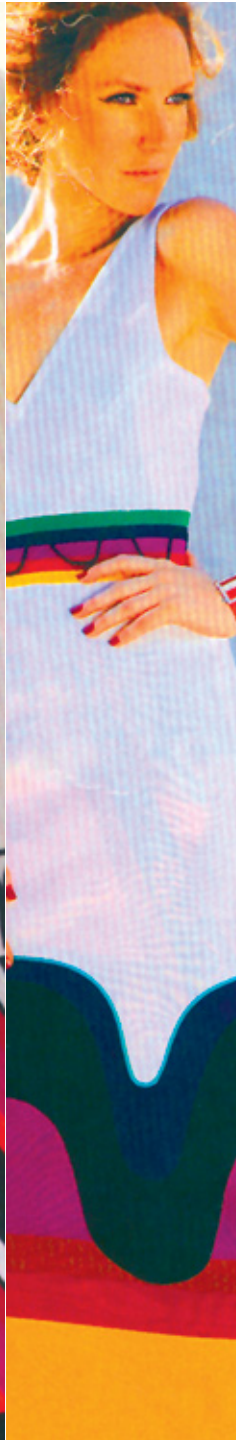
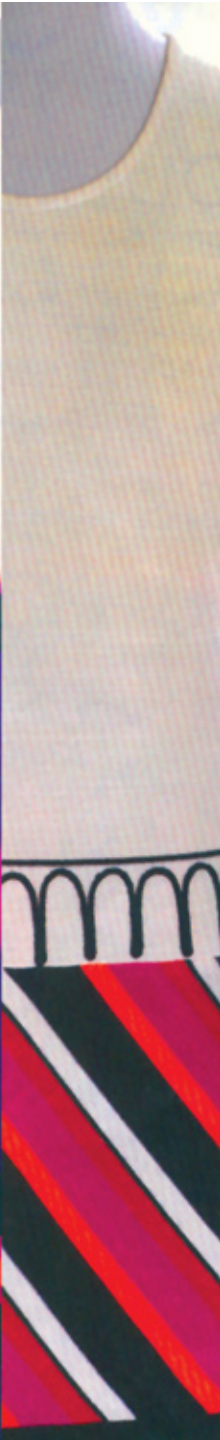


Marco Correa y sus creaciones.

94.- MORALES, Montserrat “El revolucionario de la moda, Marco Correa” Pág 33.

95.- Ibidem

96.- Pintor y grabador chileno, nacido en 1918. En el año 1955 fundó el Taller 99 orientado especialmente a difundir las técnicas del grabado y el que se transformó en un espacio muy importante que impulsó y fomentó el grabado contemporáneo.



## Andy Warhol

Andy Warhol surge como **referente gráfico por su trabajo de alto contraste, en base a la fotografía.**

Su inspiración fué la sociedad de consumo y su objetivo de creación, la fama y el dinero.

**Es innovador para su época y multifacético, que incursiona en diversas áreas.**

Nacido en 1928, es uno de los principales exponentes del Arte Pop, se hizo famoso en todo el mundo por su trabajo como pintor y cineasta de vanguardia. Como figura pública es recordado por haber estado vinculado a círculos sociales muy diversos, incluso antagónicos, como la bohemia neoyorquina, reconocidos intelectuales, celebridades de Hollywood o ricos aristócratas.

**Pionero en el proceso del desarrollo de fotografías de gran formato, que luego eran utilizadas como base de sus pinturas al óleo o la tinta.** Fué esta técnica la que le permitió producir una serie de imágenes repetitivas, con pequeñas variaciones, que comenzó en 1962 con el famoso bote de sopas Campbell.

También retrataría a personajes populares de la época como Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor, Liza Minnelli, o Troy Donahue.

En 1963 fundaría su famoso estudio The Factory, reuniendo alrededor suyo a una amplia gama de artistas, músicos, escritores y personajes conocidos del underground neoyorquino. Poco más tarde comenzaría a hacer serigrafías en serie, con lo que **buscaba no sólo hacer arte que reflejara productos fabricados en serie, si no producir en serie el arte mismo.** Con esto, Warhol pretendía actuar como una máquina, minimizando el rol de su propia idea creativa en la producción de su trabajo. Fue así como revolucionó el mundo del arte y su trabajo se hizo tan popular como polémico.

En 1983 hace el retrato del cantante español Miguel Bosé para la portada del disco "Made In Spain" también utilizada para el disco "Milano-Madrid" de este mismo artista, Andy Warhol aparece en el videoclip "Ángeles Caídos" de Miguel Bosé. En 1986 pinta lo que serán sus últimas obras, autorretratos y retratos de Lenin y Mao Tse Tung

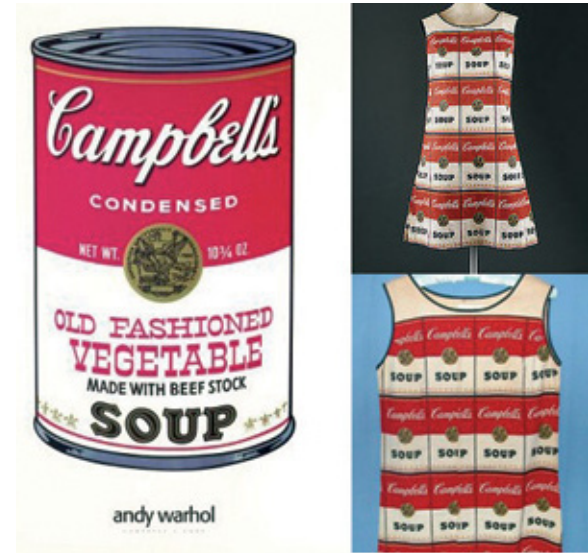


Andy Warhol

MIGUEL BOSÉ / MADE IN SPAIN



Portada del disco "Made in Spain" de Miguel Bosé



El vestido de Warhol, inspirado en la lata de Sopa Campbell's.



Knives, por Andy Warhol



## Capítulo X: Auto encargo “Diseñador con Nombre y Apellido”

# Manifiesto

Ya que este proyecto es un auto encargo, donde el diseñador tiene Nombre y Apellido, paso a plasmar mi manifiesto.

Me defino como una **diseñadora de lo cotidiano y lo funcional, Creo que el diseño existe para mejorar, embellecer y sistematizar las buenas ideas.** El hacer, tiene que ver con el saber hacer, utilizando de manera consciente el tiempo y los recursos.

Además me gusta ser consecuente en lo que digo y hago, **no tomando trabajos donde me siento promocionando o disfrazando un producto deficiente o nocivo.**

Una de mis premisas al crear es preguntarme cómo reaccionaría yo frente al diseño “¿Pondría este afiche en mi pieza?”, “¿usaría esta prenda diariamente?”, “¿leería la información que me están entregando?”. Así, **siempre me pongo en el lugar del consumidor o quien tiene que recibir el diseño.**

**Intento crear de manera única cada encargo, no serializar ni reciclar propuestas anteriores. Cada trabajo es distinto y merece la entrega y atención correspondiente,** eso sí, manteniendo el sello personal, que hace de uno un diseñador con Nombre y Apellido.

Siempre **trato de ser cordial, atenta y clara con las personas que rodean el trabajo de un diseñador;** trabajadores de la imprenta, estampadores, vendedores de papeles y telas, repartidores de volantes, secretarías varias, modistas, jefes, suches y empleados.

Ya que una relación en base al respeto y la amabilidad siempre trae consigo frutos que nos benefician ya sea en tiempo, ganas, modos, precios y disponibilidades, uno nunca sabe cuando las cosas se dan vuelta y terminamos dependiendo del SI o NO de una sola persona.

**En la medida de lo posible, trabajo siempre con la mejor calidad y me guío bastante por las referencias.**

Muchas veces cotizamos y un lugar resulta más barato, pero luego comienzan los problemas en los tiempos de entrega, la calidad de lo producido y sorpresas varias que surgen en el camino.

**Prefiero una recomendación de alto costo y un buen resultado, que un costo bajo y un resultado que signifique la pérdida de la inversión en tiempo, ganas y dinero.**

Me esfuerzo por **elegir sustratos de procedencia nacional y que dañen en la menor medida el medio ambiente,** prefiriendo papeles reciclados, telas de algodón y tintas en base a agua, aunque a veces el diseño no lo permite y es necesaria la utilización de algún elemento nocivo, por su terminación o fijación.

Defiendo los sencillos bocetos explicativos, ya que un boceto bien hecho es el que muestra sintéticamente los contenidos del diseño.

Un ejemplo de este punto se puede ver en los trabajos realizados este año para el TEATRO CAMINO, de Héctor Noguera.

Al realizar la gráfica para la obra, HOME, tuve la idea de hacer una fotografía donde se aprovecharan las alturas de los 5 actores, realicé un boceto alto en descripción conceptual, el cual fue entendido a cabalidad y aceptado por el productor y director del montaje.

Otra premisa que profeso obsesivamente, es el **ARAN-CEL DIFERENCIADO.** No es lo mismo hacer el díptico para una fundación de ingreso mensual equivalente a un sueldo mínimo, que el díptico para un centro comercial que mueve millones en el mismo tiempo.

Así, **depende de las características del cliente, el costo de diseño,** por el mismo trabajo puedo cobrar nada o tres veces lo que me cuesta hacerlo.

**Y cuando yo soy la gestora y productora de un encargo,** primero que nada, **trato de obtener el presupuesto más alto posible, para pagar mejor a cada persona involucrada, valorando el trabajo de cada uno.**



Analfí Muñoz Dahm

Trabajos 2007

La Compañía Teatro Camino presenta

# Todos los Ausentes

De César Brie

Escuchó sobre *Todos los Ausentes* ????

De nuevo Héctor Noguera??

Un monólogo. Dirigido por César Brie... Oh, Noo!!

Vamos juntos a la función en el Teatro Camino...??

No hay nada mejor??

Reservas : 292 06 44 [www.teatrocamino.cl](http://www.teatrocamino.cl)

Dirección: César Brie Elenco: Héctor Noguera Diseño Integral : Pablo Quintero Música: Cuti Aste Video: Alexis Moreno Asistencia Dirección: Paulina Moyano Producción General: Guillermo Prieto

**Del 8 de Agosto al 16 de Septiembre. 2007**  
 Jueves Populares, Viernes y Sábados a las 21:00hrs. Domingos 20:00hrs.  
 Bus de acercamiento gratuito ida y vuelta desde bar Catedral, Jose Miguel de La Barra 407. Barrio Bellas Artes.

Afiche obra de teatro TODOS LOS AUSENTES

La Compañía Teatro Camino presenta

# Todos los Ausentes

De César Brie

Quiero ir al teatro en el bus de acercamiento!!

Marquesinas Web.

Escuchó sobre *Todos los Ausentes* ??

De nuevo Héctor Noguera??

Sí, un monólogo. Dirigido por César Brie.

Prieto

# HOME

[www.teatrocamino.cl](http://www.teatrocamino.cl)

Programa obra de teatro HOME.

Sólo 6 Semanas

## HOME

Belgica Castro  
 Héctor Noguera  
 Delfina Guzmán  
 Alejandro Sieveking  
 Mauricio Roa

[www.teatrocamino.cl](http://www.teatrocamino.cl)

Sólo 6 Semanas

## HOME

De David Sorely

Belgica Castro  
 Delfina Guzmán  
 Héctor Noguera  
 Alejandro Sieveking  
 Mauricio Roa

Fono:2920644 [www.teatrocamino.cl](http://www.teatrocamino.cl)

Avisos para el diario.

# HOME

Interpretada por Héctor Noguera, Bélgica Castro, Delfina Guzmán, Alejandro Sieveking y Mauricio Roa.  
 Los esperamos el 12 de Agosto a las 21:00hrs. en Teatro Camino, ubicado en Antiguos 9 400, Comunidad Ecológica, Peñalén, Santiago Reservas : 292 06 44

Boceto inicial



Autorretrato

Afiche Música a Mano, Campus Oriente, UC.


**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE**  
**La música es IMUC**  
**INSTITUTO DE MÚSICA UC**  
 Iniciativa Financiada por el Concurso de Proyectos de Alumnos 2007 - Facultad de Artes UC

**Festival de Alumnos 2007**

*Música a Mano*



**OCTUBRE**  
Desde las 13:00hrs

11 Casa Central, Aula Magna  
 18 Lo Contador, Patio de la Biblioteca  
 26 San Joaquín, Aula Magna  
 29, 30 y 31 CAMPUS ORIENTE  
 Patio de la Biblioteca, desde las 14:00hrs

**ENTRADA LIBERADA**

Organiza Centro de Estudiantes de Música 2007 CEEM  
 CONTACTO [ceemjoe@gmail.com](mailto:ceemjoe@gmail.com) [musicaamano@gmail.com](mailto:musicaamano@gmail.com)





## Proceso de diseño

### Conceptos centrales

### Innovador

1. Innovar (Del lat. innovāre)  
Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

Alterar. (Del lat. alterāre).  
Cambiar la esencia o forma de algo.

novedad (Del lat. novītas).  
Cualidad de nuevo.  
Nuevo: Que se ve o se oye por primera vez.

### Cotidiano

Cotidiano (Del lat. quotidiānus).  
adj. diario.  
Diario (Del lat. diarium).  
Correspondiente a todos los días.

### Elegante

elegante. (Del lat. elēgans).  
Dotado de gracia, nobleza y sencillez.

Gracia (Del lat. gratia).  
Cualidad o conjunto de cualidades que hacen agradable a la persona o cosa que las tiene.

Nobleza. (Del lat. nobīlis).  
Cualidad de noble.  
Noble: Principal en cualquier línea; excelente o aventajado en ella.

Sencillez. (Del lat. \*singellus).  
Cualidad de sencillo.  
Sencillo: Que carece de ostentación.

Ostentación: Hacer gala de grandeza, lucimiento y boato.  
Boato; Gritos en aclamación de una persona.

### Idea Prima:

Todo parte de querer trasladar un montaje teatral, al mundo bidimensional del diseño gráfico y la primera idea que surge es recrear gráficamente los momentos centrales de la obra.

Primero hubo una selección de las escenas desde el punto de vista del transcurso de la historia, la importancia que tenían algunos momentos en la evolución de la obra.

Siendo así los momentos seleccionados:  
(en la foto de arriba a abajo)

#### Primer Acto

- 1.- Cuando el trío va camino a la venganza sobre el auto Buick.
- 2.- Cuando Nina está dentro de la trampa, sumergida en el mar de mercurio y afuera toda su familia muerta.

#### Segundo Acto

- 3.- Cuando Nina y Tito se sientan a conversar en el Café, exponiendo sus distintas versiones, las motivaciones que llevaron a suceder los hechos y el daño mutuo que han acarreado con el transcurso de los años.
- 4.- Cuando Nina y Tito logran sanar las heridas gracias al amor y juntos se van a un Hotel para terminar la historia SIN SANGRE.

Luego el criterio de selección se amplió en beneficio gráfico, ya que las escenas seleccionadas primeramente, no representaban necesariamente la esencia del montaje o el móvil de la acción en general, así en conjunto con la selección de algunas escenas, en el nuevo criterio de selección surge la opción por representar esta dualidad que muestra la obra entre el cine y el teatro.

**Como el montaje es una mezcla del lenguaje cinematográfico y teatral, las aplicaciones gráficas en el textil deben reflejar estos dos mundos.**

Se hace referencia al montaje teatral, optando por **utilizar un elemento representativo, que es la utilería**.

Ésta, en conjunto con el vestuario y la iluminación, concretan la puesta en escena del lado teatral, ya que los settings (escenarios proyectados), son aportados por el lado cinematográfico.





Así, se procede a seleccionar de manera más acotada los momentos, eliminando algunos de la lista de elegidos.

Por una parte, se hace presente la opción de no tomar la escena completa del Buick con los pistoleros abordo, sino **tomar tan solo el auto como muestra del móvil que lleva a la venganza.**

Así es más sintético y muestra en detalle un elemento significativo de la obra, que golpea fuertemente a los tele-espectadores por ser el primer efecto de Ferma, donde un trozo de material plano tapa a los actores para permitir reflejar sobre ellos una figura. Ahí comienza la confusión entre el cine y el teatro.

Además tiene una pertenencia vintage, por el año en que fue creado.

Por otra parte, se elimina la posibilidad de recrear la escena de Nina en la trampilla ya que tiene un **carácter angustiante, de miedo e inseguridad** que no es beneficiosa para la gráfica, planteada desde lo cotidiano, lo elegante, con gracia.

**Se instaura como criterio de selección el móvil “Enfrentar”.** Este concepto pasa a ser central en la gráfica de las escenas.

Toma relevancia la escena de Salinas al asecho de Roca, mirando desde la lejanía con los prismáticos donde el móvil “Enfrentar” toma absoluta relevancia. Salinas era un oficinista que en toda la guerra había disparado 2 veces, pero ahora va en búsqueda de venganza por la muerte de su hermano.

La historia detrás de la venganza es una historia de guerra, donde los uniformados siempre tienen las manos manchadas con sangre, todo gracias a las armas, que son las capaces de quitar vida rápidamente, así nace la decisión **de incorporar las armas a la gráfica**, ya que en esta historia de guerra, ellas son las causantes de variadas muertes.

Las armas están presentes en toda la obra, todos los personajes centrales, tienen en algún momento un arma en sus manos.

Las armas son un elemento central en el montaje. Las escenas que se ven, son sólo una pequeña muestra de todos los momentos en que cargan un arma.

El trío llega a Mato Rujo cargado con un arsenal, Roca guarda una automática aceitada en su alacena, Manolito

va en busca de las escopetas del granero y Nina se venga de sus verdugos disparándoles a sangre fría.

Todos los ecos de sangre son mediante armas de fuego, y eso es en la historia del mundo, no solo en SIN SANGRE.

La decisión de incorporar la escena del café persiste, pero con algunas intervenciones.

Se agrega a la imagen de Nina y Tito sentados en la mesa, la carga emocional que lleva cada uno al momento del ajuste de cuentas, el pasado que los hace recordar lo sucedido. Por un lado Tito se encuentra con su propia figura, 40 años atrás y por el otro, Nina es respaldada por la imagen de su padre Roca y su hermano Manolito, ambos asesinados el día de la venganza.

Luego se elimina la idea de trabajar con la escena final en el hotel, básicamente porque es eso, el final, muestra el desenlace de la historia y creo que para nadie es grato saber el final de la historia.

## Criterios de Selección de las imágenes

### Criterio de selección por el móvil "Enfrentar"

- 1.- Salinas con los prismáticos acechando a Roca.
- 2.- Nina y Tito sentados en el café.

### Criterio de selección por la mezcla entre cine y teatro

- 3.- El Buick en representación de la proyección cinematográfica
- 4.- La utilería como representante del montaje teatral

### Criterio de selección por la importancia que tiene el objeto en la obra y su culpabilidad en los hechos de SANGRE.

- 5.- Las armas utilizadas.

## Criterios de Selección del Soporte

Con las escenas acotadas, viene la decisión del soporte de diseño.

El elegido es el vestuario vintage.

Los motivos de selección de este tipo de vestuario pasa por varios motivos, el primero es que uno de los objetivos es poder diseñar un objeto de uso cotidiano, que lleve la gráfica consigo y acompañe diariamente al usuario. Y uno de los objetos más cotidianos es el vestuario, que además de servir como soporte de diseño, comunica el interior de cada persona, tomando este como la segunda piel.

Dentro del mundo del vestuario hay miles de tendencias y estilos, pero el seleccionado fue el Vintage, por traer las creaciones del pasado al presente, tal como lo hace el primer acto de la obra, que transcurre en los años 50- 60. Lo beneficioso de este estilo es que reproduce las creaciones desde los 40 a los 70, dejando de lado el problema de la confección del soporte, ya que son diseños preexistentes, clásicos que perduran en el tiempo, siendo utilizados en la actualidad.

Cualquier modista puede realizar estas prendas, ya que son moldes legendarios.





Así comenzó la investigación desde el punto de vista del vestuario, partiendo por los años que enmarca el primer acto de la obra (1940-1950), para luego abrir esta selección a los años (1940-1970) integrando estos el estilo Vintage.

Luego de la investigación, fueron seleccionadas varias prendas, de hombre y mujer en las décadas vintage. Poco a poco se fueron eliminando para acotar la selección y tomar las más características, que fueran utilizadas actualmente.

También fue criterio de decisión que el área para estampar la gráfica fuera amplia al llevar la prenda puesta y que los cortes de confección no cortaran la imagen.

Las prendas seleccionadas fueron pensadas en la cotidianidad, para ser utilizadas diariamente.

Tenían que tener un alto grado de comodidad y versatilidad en su uso formal e informal. Las telas escogidas fueron las en base a algodón, por su carácter noble y de buena recepción al estampado.

**Así quedan seleccionados finalmente 2 parejas de hombre-mujer.**

Logrando abarcar toda la selección de las escenas a reflejar.

## Las Prendas seleccionadas

### 1.- **Camisa hombre tipo militar, con pantalón recto de bolsillos sobrepuestos.**

Este conjunto lleva consigo la carga de la guerra. Inspirada principalmente en los años 40, donde el vestuario estaba marcado por la militarización de las formas.

### 2.- **Camisa hombre tipo vaquera, y pantalón recto de jeans, con bolsillos interiores.**

Representa el ideal americano que surge en los 40 y se consagra en los 70, donde la comodidad es la premisa. La juventud toma esta tenida como una manera de revolución. Los Jeans y el estilo Cow Boy americano recorre el mundo con la bandera de la revolución juvenil.

### 3.- **Vestido recto corto.**

Representa el ícono de la liberación femenina, donde la sencillez y funcionalidad de las prendas no dejan atrás la sensualidad. Principalmente inspirado en los años 60, cuando se instaura el uso de la minifalda.

### 4.- **Vestido acampanado largo.**

Este vestido es el clásico utilizado durante la guerra, todas las mujeres lo llevaban en casa y muchas lo usaban como uniforme de trabajo. Era una prenda de día y noche, utilizada transversalmente por todas las edades y clases sociales.

Inspirado en el New Look de la segunda mitad de los años 40, ajustado a la cintura y acampanado hacia abajo.

Zona a estampar  
en cada prenda seleccionada.

**En las prendas masculinas, se opta por intervenir los bolsillos**, ya que los hombres se muestran reacios a las grandes aplicaciones. Además, al intervenir los bolsillos, no es necesario llevar toda la prenda a la estamparía, solo el trozo de tela a intervenir.

El pantalón militar los tiene externos y rectangulares y el de jeans los tiene internos.

La camisa militar también lleva bolsillos, son rectangulares en el frente.

También se interviene el hombro de la camisa militar, zona donde normalmente va el rango de los uniformados. En este caso se interviene con las armas, por la directa relación entre militares-rango-armas, mientras mas poder, mayor utilización de ellas.

**En lo femenino, se aplica la gráfica desde el ruedo de la falda, hacia arriba.**

En el caso del vestido largo, el borde de las mangas también se interviene junto con el cuello, por dar un detalle de continuidad a la prenda completa.

## Decisiones Gráficas

### La fotografía como punto de partida

Se trabaja en base a la fotografía, por la posibilidad de mostrar fielmente algo existente y a la vez permitir la intervención a la misma, que cambia tangencialmente la manera de reconocer estas imágenes. Proyectar una gráfica abstracta por ejemplo, desde SIN SANGRE, iría en detrimento de todo el trabajo que hay detrás de la puesta en escena, donde cada detalle se cuida para parecer lo mas real posible. Hay criterios de continuidad, proporcionalidad y tonalidad que procuran no salir de los parámetros objetivos y realistas.

En SIN SANGRE todo se asemeja a la verdad tanto en la puesta en escena como en la historia, los personajes, el desarrollo de la historia, el vestuario y la utilería.

### El alto contraste

Desde el nacimiento de la idea de proyecto, siempre se pensó la opción de trabajar la gráfica en alto contraste. Por un lado, en la estética general de SIN SANGRE el primer acto trabaja sobre una paleta de colores cercanos, pero con relación luz/sombra que predomina el cuadro general. El segundo acto es mayormente en alto contraste, dando pie para pensar toda la gráfica de esta manera, desde su concepción.

Por otro lado siempre ha estado la sensación de que esta manera de trabajar la imagen es muy expresiva, con poco dice mucho, es de carácter sobrio y sintético y desde el punto de vista técnico, permite una fiel reproducción. Rememora las décadas Vintage, donde se utilizaba mucho este tipo de gráfica.

### Los colores de las telas

La camisa militar se acerca al color verde, al igual que los pantalones, por la connotación que tiene en relación a los uniformados.

La camisa Vaquera junto con el Jeans, son en tonalidad azul, por ser un clásico en el vestuario masculino, además los jeans de los 40 nacen como ropa de trabajo y su color de fábrica es el azul marino.

El vestido corto es color crudo, la tela no está teñida, representa la naturalidad y la sencillez femenina de la época.



El vestido largo es rojo, por la sensualidad que representa en la mujer, este color irrumpe en la moda desde los años 40, la tela además posee un degradé gracias a finos hilos negros que la contienen.

## Los colores en los estampados

**La utilería es color negro por el carácter sobrio y neutral que tiene.** logra un buen contraste sobre el color crudo del lino y se conjuga de manera elegante con el rojo en el vestido largo.

**Las armas aplicadas a el jeans y el hombro de la camisa, son de color azul cercano al de la tela, para darle un carácter de mimesis,** donde se percibe la existencia de la aplicación gracias al tacto o a la observación.

En el bolsillo militar exterior, se adhiere la imagen en una tonalidad de verde muy claro, cercano al blanco, así se aprovecha el verde musgo de la tela como “Negro” y se interviene con un color de la misma paleta, pero cercano al blanco para dar la luz.

En el caso del bolsillo de la camisa, se trabaja con el celeste como fondo, y tonalidad intermedia, para incorporar un blanco que asemeja la luz y un azul oscuro de en conjunto con la tonalidad de la tela, arman un cuadro fotográfico en tritono.

La escena de Salinas acechando a Roca, se trabaja en dúo tono, con negro para dar sombra y magenta para entregar un matiz de calidez y emoción al momento, además al seleccionar un color base, hay seguridad de que siempre va a ser el mismo: Magenta.

## Técnica Gráfica

Todos los estampados están trabajados en base a la fotografía y el alto contraste, para luego ser intervenidos de 2 maneras:

1.- En el caso de la utilería, fueron impresas las fotografías en alto contraste, para luego ser trazadas manualmente.

Se escanearon y optimizaron digitalmente.

2.- En todos los demás, se trabajó con soporte digital para llevar al alto contraste las imágenes, recortar y montar.

## Metodo de Aplicación de la Gráfica

**La serigrafía es el método seleccionado para estampar la gráfica** por su fidelidad en reproducción de la imagen, por su buena adherencia a las telas seleccionadas (en base a algodón), por permitir tirajes pequeños, medianos y grandes y por que el alto contraste funciona de excelente manera con esta técnica.

## Capítulo XII: Producción del Proyecto

La producción total del proyecto, contempla las siguientes áreas:

1.- SOPORTE: Telas

Compradas en CASA OLIVARI

2.- REALIZACIÓN: Confección

Realizada por JUANA CID

3.- APLICACIÓN: Estampados

Cotizados en GANGAS Y MELLA

4.- DISTRIBUCIÓN: Tienda de vestuario

Exclusivo

Gestionada en BABALÚ, HECHA EN CHILE.

Telas: CASA OLIVARI

La oferta de telas en Chile es bastante amplia, al buscar las palabras venta-tela-ropa, en google sólo para Chile, el resultado son mas de 240.000 sitios.

Ahora, el problema es que de toda esta oferta, un alto porcentaje es de fabricación extranjera.

Las grandes empresas textiles nacionales están desapareciendo, podemos ver el caso de “Bellavista Tomé”, donde los trabajadores hace pocos meses comenzaron una campaña para impedir el cierre de esta empresa chilena que funciona desde 1865 elaborando lanas finas y telas de mezclas nobles.

La producción que generan estas empresas textiles, se distribuye en distintas tiendas especializadas en el rubro. Una de ellas es “CASA OLIVARI”.

Esta empresa se dedica a la venta al por menor de telas de procedencia nacional.

Uno de los trabajadores, Don Juan Muñoz, cuenta que lleva trabajando más de 40 años en el local y le apena que la industria chilena esté tan decaída, antes vendían más y la mercancía se renovaba constantemente. Hoy, muchas de las telas que están ahí, probablemente no volverán a ser fabricadas de la misma manera.

“CASA OLIVARI” es la elegida para proveer el sustrato a estampar, **por su compromiso con la industria nacional, la alta calidad de sus telas, la nobleza de las materias primas utilizadas (todo 100% algodón) y la exclusividad que puede otorgar con saldos de décadas anteriores.**

Todo el vestuario de SIN SANGRE está hecho con telas compradas en esta tienda y así como Loreto Monsalve trabaja fielmente con “CASA OLIVARI”, muchos otros diseñadores son fieles a esta tienda por la alta calidad y variedad que entrega.

**CASA OLIVARI S.A.**  
R.U.T.: 96.620.800 - 7  
**GRAN TIENDA**  
CASA MATRIZ: CATEDRAL 1115 - 1131  
FONOS: 6984143 - 6967397  
FAX: 6986535 - STGO. CENTRO  
BODEGA: PASAJE JORGE HUNNEUS  
N° 1147 AL 1149 - STGO. CENTRO

**Casa OLIVARI**  
GENEROS "BARAT"  
LANAS - SEDAS - ALGO MENAJES

Nº 095

Día Mes Año  
29 10 2007

**BOLETA DE VENTAS Y SERVICIOS**

Código	Cantidad	ARTICULO	P. Unitario	V
090	6	otora algodón	980	6
090	6	elaborado	1100	6
1220	15	elaborado	1280	15

**ENTREGADO**  
CASA OLIVARI S.A.

MP LUG ESPOSITO 1 - ZENYENO 1965 - R.U.T. 8 624.620 - T. F. 355 6849 - SANTIAGO

VENDEDOR Nº

TOTAL \$ 20

Boleta de compra Casa Olivari

## Confección: JUANA CID

Con 66 años, lleva más de 20, trabajando exclusivamente al servicio de las tablas. Sacando un promedio, podemos decir que ha participado como realizadora de vestuario en más de 140 montajes nacionales. Partió con Mauricio Celedón, para luego colaborar a las creaciones de Andrés Pérez, Amílcar Borges, Vasco Moulián, La Troppa, Jaime Lorca y TEATRO CINEMA, entre muchos otros.

Su oficio es altamente valorado entre los conocedores, por entregar prendas de la mejor calidad. Se preocupa de cada hilo, cada forro, cada cierre, para que el actor trabaje con el vestuario de manera cómoda y este aporte al montaje general.

Sabe que su capacidad es valorada y es que siempre entrega lo mejor de sí, ama lo que hace y le pone todo el corazón a cada prenda. En cada montaje se pone la camiseta y tras largas jornadas de trabajo, se levanta con gusto para seguir haciendo lo que mejor sabe hacer, vestuario. Quiere que todas sus creaciones sean bonitas y que le guste a la compañía, que quede perfecta.

Se organiza de acuerdo a las fechas de entrega de vestuario, así llegan algunos diciendo que el estreno es en 1 año y otros necesitan personificarse en 24 horas, no discrimina por edad, preferencias sexuales o experiencia teatral, se esmera en todos los trabajos por igual.

Juana Cid es una leyenda en vida del teatro chileno, que hace su trabajo con el alma, entrega la mejor calidad y tiene Arancel Diferenciado, por que sabe que no todos cuentan con el mismo presupuesto.

Ella es la elegida para confeccionar las prendas a estampar, por su profesionalismo, devota entrega, pulcritud en el trabajo y buena disposición a compartir el conocimiento.

Es un ejemplar nacional de trabajo de excelencia. Con tan solo mostrarle los bocetos de las prendas, comprende lo que uno busca y lo reproduce de manera exacta.

Ella confeccionó toda la implicancia textil para SIN SANGRE: camisas, chaquetas, pantalones, vestidos, delantales, cortinas y telones, pasaron por sus manos para hacerse realidad.



Juana Cid trabajando para SIN SANGRE

## Estampados : GANGAS Y MELLA

Debido a las características técnicas de este proyecto, un importante criterio de selección, fue la recomendación, ya que comenzar a probar con empresas que estampen con serigrafía de características fotográficas, podía ser un trámite engorroso, desgastante y de alto costo para el bolsillo.

Así se eligió G&M, empresa nacional de arte textil. Su fuerte es el estampado de prendas, a través de la serigrafía, y cabe destacar que no es solo un medio de producción, ya que en vez de tener un departamento de pre-producción, tiene un departamento de diseño, en donde se proyectan ideas nuevas, o se trabaja bajo la dirección de arte del cliente, con los diseños listos, se ajusta la imagen para su correcta y óptima impresión.

Gangas y Mella se autodefine como una empresa pequeña que ha sabido ganar un lugar en el competitivo mundo del estampado textil, gracias a la calidad y al profesionalismo con que prestan sus servicios.

Para asegurar un buen resultado, un factor importante es que ellos mismos producen algunas de las pinturas, adquiriendo los insumos necesarios desde Argentina y Brasil, ya que ciertos productos no se fabrican en Chile. Un trabajo coordinado entre el área de diseño y producción, permite entregar un producto de calidad que deja tranquilo al diseñador y al productor.

Así G&M cumple con los requerimientos técnicos para producir la gráfica, ya que ofrecen alta calidad y responsabilidad y permiten la reproducción a baja escala de prendas estampadas.



Tarjeta de visita de Vladimir, el Dueño de G&M

## Distribución: BABALÚ, Hecha en Chile.

Ubicada en la calle José Victorino Lastarria, encontramos esta tienda dedicada al vestuario exclusivo, atendida por la propia dueña, Claudia Hermosilla, Alias: BABALÚ.

Esta diseñadora chilena de trayectoria, ya tiene bagaje en el mercado de la moda, esta es la tercera tienda que administra. Partió con una en el barrio Bellavista, para luego consagrarse en su antigua tienda, ubicada en la esquina de José Miguel de La Barra y Santo Domingo, a un costado del Museo Nacional de Bellas Artes.

Asociada con un diseñador gráfico, estampa algunas de sus creaciones con originales imágenes, fue pionera en este ámbito, ya que hace 10 años, muy pocos se atrevían a experimentar con esta técnica.

Sus prendas son funcionales, detallistas y de finas terminaciones, realza la femineidad y en los hombres incentiva el uso del color.

Babalú es un ejemplo de joven diseñadora independiente, que levanta un proyecto de alta envergadura con mucho éxito. Estudió Diseño de Vestuario en el Inacap y siempre ha trabajado con el auto encargo para crear año a año su línea de vestuario.

Con múltiples viajes a su haber, declara que en Chile, no tenemos nada que envidiar de Europa, las creaciones nacionales son tanto o más innovadoras que las extranjeras, tienen un lenguaje distinto que las hace ser únicas.

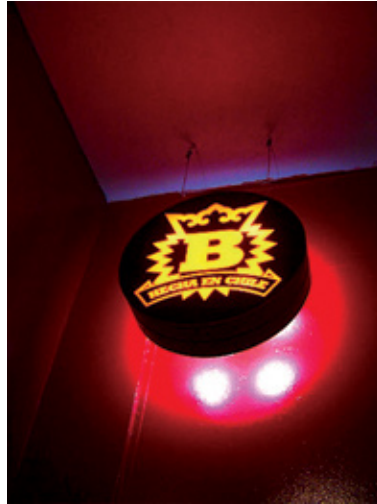
Esta tienda se afianza como potencial distribuidora por contar con un sistema de perchas.

Babalú crea una cantidad de prendas, pero junto a ella, hay 5 diseñadoras más, ofertando sus creaciones. Deben pagar un piso mensual y un porcentaje de las ventas, además de renovar la mercancía mes a mes.

Gracias a su ubicación privilegiada, cuenta con un alto número de clientes frecuentes y otros tantos que paseando por el barrio, entran a curiosear.

Así BABALÚ: Hecha en Chile, es una excelente opción de distribución, por ser creación nacional y contar con el potencial público objetivo de este producto de diseño.

En un principio, este producto de diseño, se pensaba, podía ser distribuido por la tienda SUB ASTRA, pero al tomar conciencia de la exclusividad que posee y hacer un análisis desde el punto de vista de el público objetivo, esa opción se desechó y se optó por buscar una tienda más a fin, así llegó BABALÚ: Hecha en Chile.



El logo de la tienda







# Certificación de Práctica e Inscripción intelectual



Santiago, 27 de Junio del 2007.

**Sr. Juan Polanco:**  
 Coordinador Carrera Diseño Gráfico  
 Universidad de Chile  
**Presente:**

Mediante la presente, certificamos que la señorita **Anali Muñoz Dahm**, ha finalizado de manera exitosa su práctica profesional en el montaje "SIN SANGRE", desempeñándose como asistente de producción, diseñadora gráfica y realizadora teatral; involucrando así muchas áreas de su carrera profesional en una producción teatral y cinematográfica.

Estamos muy agradecidos y confiados de su capacidad de diseñadora y realizadora en el tiempo que se realizó su práctica profesional.

En esta práctica, se han completado más de 400 horas de trabajo en las distintas áreas mencionadas.

Quedando a su disposición, se despide atentamente;

**Juan Carlos Zaga**  
 Director Compañía  
 Teatro Cinema

**Jose Pedro Pizarro**  
 Productor Compañía  
 Teatro Cinema

**Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos**  
**Departamento de Derechos Intelectuales**  
 R.U.T.: 60.905.000 - 4

**Comprobante de Ingreso a Caja**      Nº 96618

Santiago, 29 de Noviembre de 2007

Recibí de Don(a) Anali Muñoz Dahm

La Cantidad de tres mil cuatrocientos diez pes

Por pago con cargo: **Registro Propiedad Intelectual**  
**Inscripción N° 167497**

grafica inspirada en la obra de teatro sin sangre aplicada a vestuario esta vestige

Obras Generales	<u>colección de</u>	\$	<u>3.410.-</u>
Obras Cinematográficas	<u>dibujos</u>	\$	
Proyectos de Ingeniería de Arquitectura y		\$	
Programas de Computación		\$	
Total		\$	<u>3410.-</u>

Registro Propiedad Intelectual • Santiago de Chile • San Isidro N° 247 - Piso 2 • Fono: 2222663 • Fax: (562) 6352268

# EL PROYECTO



Pareja Número 1:  
Conjunto militar masculino  
Vestido acampanado largo femenino.



Pareja Número 2:  
Conjunto Vaquero masculino  
Vestido recto corto femenino





Vestido acampanado largo femenino.  
Espalda



Vestido acampanado largo femenino.  
Frente





Camisa Vaquera Frente y Espalda

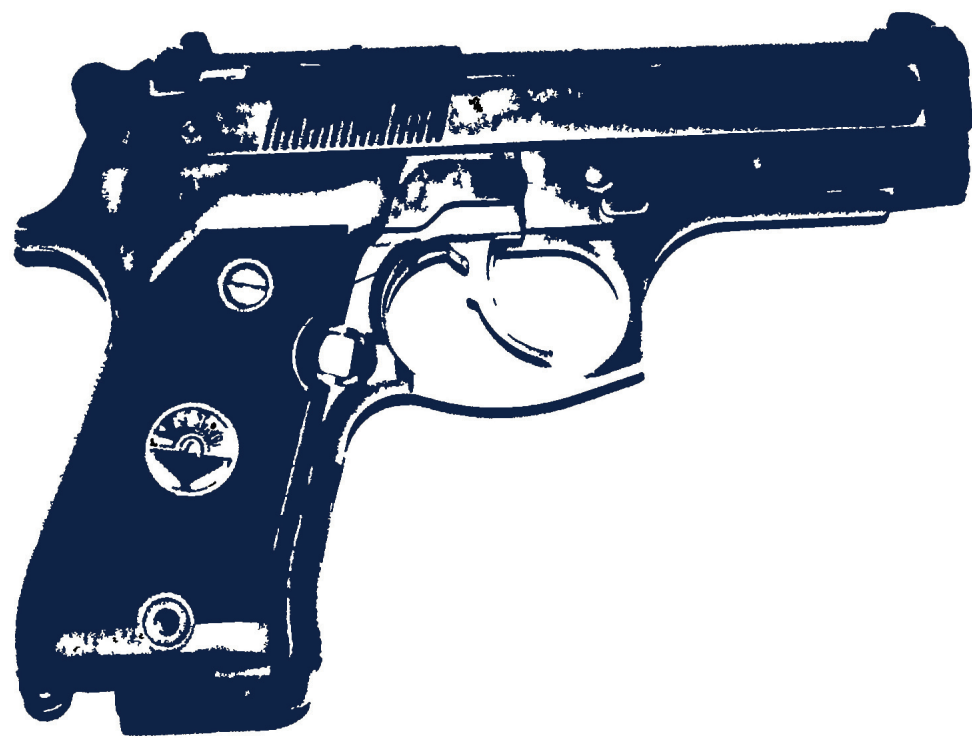




Estampado Vaquero

Pantalón de Mezclilla





Vestido recto corto femenino









## Capítulo XIV: Costos del Proyecto

Pensando en producir un número de 10 ejemplares por prenda, los costos serian los siguientes:

Telas: CASA OLIVARI  
\$159.696

Confección : JUANA CID  
\$540.000

Estampados : G&M  
\$353.800 + iva

Distribución: BABALÚ: Hecha en Chile  
20% de las ventas

### COTIZACIÓN PARA CONFECCIÓN DE VESTUARIO

Señorita Analí Muñoz Dahm  
Rut: 15.644.262 - 3  
Dirección: Dragones de la Reina 540 - E, La Reina  
Fono: 2776113  
Fecha: 20 de Noviembre del 2007

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Camisa Militar	10	\$8.000	\$80.000
Camisa Vaquera	10	\$8.000	\$80.000
Vestido Campana	10	\$12.000	\$120.000
Vestido Corto	10	\$10.000	\$100.000
Pantalón Largo	20	\$8.000	\$160.000
TOTAL			<b>\$540.000</b>

Precios incluyen IVA

Atte.

Juana Cid Valderrama, Modista.  
RUT: 4.480.256 - 5

Cotización Confección



**CASA OLIVARI S.A.**  
R.U.T. 96.620.800-7  
Catedral Nº 1115 Santiago  
Fono: 6964143 Fax 696636

### COTIZACION

Santiago, 21 de Octubre de 2007

Señores: Analí Muñoz Dahm  
R.U.T. Nº: 15.644.262-3  
Dirección: Dragones de la Reina 540-E  
Fono: 2776113  
Atención Sr.: Juan Muñoz

POR LO SIGUIENTE:

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL NETO
	<u>Palm Beach Fil Black</u>		<u>31.20</u>	<u>1.280</u>	<u>39.936</u>
	<u>lino</u>		<u>18</u>	<u>1.280</u>	<u>23.040</u>
	<u>R.P Stop Tashion Pigm.</u>		<u>18</u>	<u>1.100</u>	<u>19.800</u>
	<u>Merchilla Teida Spz.</u>		<u>18</u>	<u>1.100</u>	<u>19.800</u>
	<u>lino</u>		<u>24</u>	<u>1.280</u>	<u>30.720</u>
	<u>Oxford</u>		<u>24</u>	<u>1.100</u>	<u>26.400</u>
TOTAL NETO					\$
IVA					\$
TOTAL					\$ <u>159.696</u>

FLAZO DE ENTREGA: \_\_\_\_\_  
FORMA DE PAGO: \_\_\_\_\_

**CASA OLIVARI S.A.**  
Catedral 1115 - 1171 - Sigo.  
Fono: 6964143 - 6967307

Cotización Telas

Cotización Estampado

10 lino 2 colores imagen de 43 por 66  
10 café para el verde 1 color imagen de 35 por 46  
20 bolsillos auto 2 colores imagen de 12 por 15

Vestidos 100 piezas 1 color imagen de 65 por 93

ESTAMPADOS	PELICULAS	MATRIZ FOTOCRABADO
20000	25.000	19200
20000	7000	9600
20.000	9600	19200
100.000	25000	20000
<b>160000</b>	<b>66.600</b>	<b>68.000</b>

20 bolsillos 1 color, imagen 20 por 6, con plastisol  
20 choletas imagen 15 por 7 1 color, plastisol  
19200 + 40.000 = \$39.200

\$160000  
\$66.600  
\$68.000  
\$39.200

**TOTAL: \$353800 mas iva.**

**VLADIMIR ALMUNA MELLA  
GANGAS Y MELLA CIA. LTDA.**



## Costos por 1, 10 y 100 ejemplares

### TELAS

PRENDA	TELA	Metros por 1 Prenda	Precio Unitario	Precio por 10	Precio por 100
Camisa Militar	Oxford	2 mts	\$2.640	\$26.400	\$264.000
Camisa Vaquera	Lino	2 mts	\$3.072	\$30.720	\$307.200
Pantalón Militar	Rip Stop	1.50 mts	\$1.980	\$19.800	\$198.000
Pantalón Jeans	Mezchilla Teñida	1.50 mts	\$1.980	\$19.800	\$198.000
Vestido Largo	Palm Beach Fil Black	2.60 mts	\$3.993	\$39.936	\$399.360
Vestido Corto	Lino	1.50 mts	\$2.304	\$23.040	\$230.400
		<b>TOTAL</b>	<b>\$15.969</b>	<b>\$159.690</b>	<b>\$1.596.900</b>

### CONFECCIÓN

PRENDA	Precio Unitario	Precio por 10	Precio por 100
Camisa Militar	\$8.000	\$80.000	\$800.000
Camisa Vaquera	\$8.000	\$80.000	\$800.000
Pantalón Militar	\$8.000	\$80.000	\$800.000
Pantalón Jeans	\$8.000	\$80.000	\$800.000
Vestido Largo	\$12.000	\$120.000	\$1200.000
Vestido Corto	\$10.000	\$100.000	\$1000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$54.000</b>	<b>\$540.000</b>	<b>\$5.400.000</b>

### ESTAMPADO

PRENDA	BASTIDOR	TINTAS	PELICULAS	MATRIZ	ESTAMPADO	Precio Unitario	Precio por 10	Precio por 100
Camisa Militar (Bolsillo)	12 x 15 cm	2	\$7.000	\$9.600	\$2.000	\$18.600	\$36.600	\$216.600
Camisa Militar (Hombro)	7 x 15 cm	1 plastisol	\$9.600	\$20.000	\$1.000	\$30.600	\$39.600	\$129.600
Camisa Vaquera	43 X 66 cm	2	\$25.000	\$20.000	\$2.000	\$47.000	\$65.000	\$245.000
Pantalón Militar	35 x 46 cm	1	\$9.600	\$20.000	\$1.000	\$30.600	\$39.600	\$129.600
Pantalón Jeans	20 x 6 cm	1 plastisol	\$9.600	\$19.200	\$1.000	\$29.800	\$38.800	\$128.800
Vestido Largo	65 x 93	1	\$25.000	\$19.200	\$1.000	\$45.200	\$54.200	\$144.200
Vestido Corto					\$1.000	\$1.000	\$10.000	\$100.000
					<b>TOTAL</b>	<b>\$200.800</b>	<b>\$283.800</b>	<b>\$1.093.800</b>

### DISTRIBUCIÓN

PRENDA	Costo Unitario Prenda (10 ejemplares)	Precio Unitario	Precio Tienda	20% Ganancia Tienda	Ganancia Diseñadora-Gestora
Camisa Militar	\$18.000	\$25.000	\$30.000	\$5.000	\$7.000
Camisa Vaquera	\$17.000	\$25.000	\$30.000	\$5.000	\$8.000
Pantalón Militar	\$13.000	\$20.000	\$25.000	\$5.000	\$7.000
Pantalón Jeans	\$14.000	\$20.000	\$25.000	\$5.000	\$6.000
Vestido Largo	\$21.000	\$30.000	\$37.500	\$7.500	\$9.000
Vestido Corto	\$17.000	\$25.000	\$30.000	\$5.000	\$8.000
			<b>TOTAL</b>	<b>\$32.500</b>	<b>\$45.000</b>
			<b>TOTAL POR 10</b>	<b>\$320.000</b>	<b>\$450.000</b>

En el caso de que este proyecto no fuera gestionado por la diseñadora y ella fuera contratada para realizar todos los pasos de diseño, gestión y producción: el costo de la hora de trabajo se valora en ½ UF.

Tiempo	Tarifa
1 hora de trabajo	\$9.746
4 horas diarias	\$38.984
30 días hábiles	\$1.169.520
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.169.520</b>



Billetes escena Poker, SIN SANGRE.

Capítulo XV: Realización del Proyecto.



Camisa Buik





Pantalón Café



Pantalón Armas





Vestido corto Utilería



Vestido Largo Utilería



Fotos Promocionales













## Conclusiones

Al finalizar este mi gran proyecto, puedo concluir que me siento capacitada para desarrollar exitosamente una propuesta, ya que logré crear un objeto de diseño, de calidad, que refleja una pieza extraordinaria llamada SIN SANGRE. El auto encargo, nacido de mi experiencia laboral, ha logrado que este montaje teatral, se vaya con cada prenda a recorrer la ciudad diariamente, aportando al imaginario visual de los transeúntes y cubriendo con una segunda piel al usuario, dándole un carácter elegante e innovador.

Creo que al tomar el vestuario de las décadas de 1940/1970 el diseño toma un carácter clásico, pero original, gracias a la intervención gráfica.

Se trae lo bueno del pasado, para mejorarlo bajo el criterio personal, con la estampa de un hito en la escena cultural, SIN SANGRE.

Esta es mi primera aproximación de peso, al soporte textil y creo es un aporte a la disciplina, pero debo decir que falta mucha participación gráfica en esta y otras materias ya que las herramientas, los sustratos, las ideas y el mercado existen, pero aún en una pequeña escala, siendo posible abrir los horizontes para participar cada vez mas en este mundo mutable e incierto. Sólo hay que atreverse, no temer a la innovación y darle un alto valor a la creación nacional, por sobre la extranjera.

Chile es un país de diseño y como tal, debe comenzar a posicionar sus creaciones, que como dice Eduardo Castillo “En Chile, el Diseño tiene TODO por hacer”.

Análí Muñoz Dahm, Noviembre 2007

## Anexos

### ENTREVISTAS

Juan Carlos Zagal (Junio 2007)

#### ¿Cual es tu guerra?

Tiene que ver con el espíritu, con la toma de conciencia, con lo que trata esta obra, con la resiliencia.

Es la posibilidad de, a través del teatro, recomponerse, rehacerse.

Es la guerra de poder sobrevivir en este mundo material violentamente materialista y básico. Es la guerra por encontrar un incentivo de trascendencia en lo que uno hace, aunque sea humilde y simple lo que uno haga, pero siempre con ese sentido de trascendencia, para algo estoy haciendo esto, por algo, para alguien.

Tengo conciencia de que los oficios que uno ha elegido, necesitan mucho de uno.

El teatro, necesita de los actores y los nuevos actores, necesita gente que lo haga vivir, necesita al público. Evidentemente si yo hago teatro, lo hago para un público, pero también es para seres humano, es con ellos con quienes dialogo y entablo una conversación o un aprendizaje mutuo.

Yo “camino a ser experto en lo que hago” por lo tanto tengo la posibilidad de dialogar o de plantearle temas al espectador para desarrollar su visión de la vida, del teatro mismo.

Entonces es para uno, para los amigos, por la familia, para el público.

Siguiendo ese sentido de trascendencia, para las generaciones que vienen después, para los otros actores que van a venir, para que haya sentido de la historia.

#### ¿Que le entregan a Chile?

Excelencia por un lado, trabajo, visión profunda de la vida, por lo que hacemos.

Durante mucho tiempo sentí que le entregábamos orgullo, alegría, que se pueden hacer bien las cosas. Y la gente disfrutaba con lo que hacíamos, se emocionaba.

Yo he sentido que hacemos regalos, pequeños regalos.

El teatro puede ser un regalo. El buen teatro, el que a mi me gusta, apunta a la emoción profunda y eso es lo que busco también con el teatro.

Entonces si uno vive esa experiencia de emoción, primero que nada uno ama a esa gente, uno la respeta.

Yo he sentido la necesidad de comunicarme con ellos, de

expresar, de hablar. Dialogar sobre como lo hicieron, por que lo hicieron.

#### ¿Para ti, que es innovación?

Buscar, arriesgar, aventurarse, investigar, indagar, lanzarse, no temer.

#### ¿Es posible la innovación constante?

Si te lo propones, si no renuncias, si no anteponeamos ese mundillo material, es posible.

Muchas cosas te van invitando a tranquilizar y a detener el camino. A estabilizar tu vida, a cerrar tus cuatro paredes. Esto de comprar la casa, es situarse entre cuatro paredes y no a campo abierto. (Simbólicamente)

Como quijote, siempre es posible salir a caminar, salir a buscar, a tratar de cambiar algo.

#### De tantas novelas, ¿Por que sin sangre?

Por que repercutió en nosotros.

Por profundidad, por la relación que planteaba entre 2 seres humanos, por ese amor imposible, esa necesidad de encontrar algo.

Buscamos siempre el paraíso perdido, los personajes también, algo vieron en sus vidas siendo muy jóvenes y después quisieron volver a encontrarlo, quizás por un instante.

También está la historia social, la historia de los bandos en pugna, en guerra.

La post guerra, esta tragedia, esta venganza que se asemeja mucho a nuestra historia y a montón de historias contemporáneas, nacionales. Países enteros envueltos en estas tragedias que no tienen fin, son circulares, que siempre están comenzando.

También lo cinematográfico, nos sorprendió mucho como Baricco logra narrar una historia que transcurre como en 50, 60 años y con la síntesis que logra transmitirla, eso nos sorprendió mucho, nos llamó mucho la atención.

El concepto de acción que el propone y que a nosotros siempre nos ha gustado llevar al teatro, la acción, el teatro como acción.

Eso se asemejó con lo que hacíamos nosotros, sentimos que era un buen desafío.

Por otro lado está lleno de planos simbólicos.

¿Que significa que esta niña, esta mujer, sea sometida, sea enterrada prácticamente viva por estos seres violentos?,

¿de que nos esta hablando Baricco?, ¿que es lo que yo quiero entender?, ¿que asocio?

Este principio paterno, maldito. Este estigma que llevamos los hombres que no damos vida, que la contemplamos y que de repente somos súper violentos y la destruimos, la matamos.

La mujer, el sentido materno subyugado por esta fuerza omnipresente de los padres, de los padres tiranillos, tiranoides. Entonces hay varios elementos que hicieron eco en nosotros, que nos invitaron a estudiar y a tratar de descubrir los nexos y a descubrir la forma de hacerlo.

#### ¿Cuales son los objetivos de la obra?

La emoción es lo más importante, tratar de despertar emoción, tratar de despertar la compasión por el prójimo, lo mismo que sentíamos en Gemelos. También una reflexión, una forma de visitar o re-visitar los problemas que aquejan esta sociedad. Aquí no ha cambiado nada, no se han superado los traumas, no se han cerrado las viejas heridas, no se han juzgado a los culpables, andan todos libres.

Iturriaga Noiman ahora acaba de escaparse y se fue a esconder a una casa perdida en el sur, es casi igual que en la novela.

Todo es cíclico, y todo esta demasiado vigente, entonces no hay forma de salir de esta relación que ha generado esta sociedad.

Entonces por eso nosotros insistimos, vamos a volver a reflexionar, vamos a poner otra vez el tema aquí, presente y lo vamos a tocar.

La gente lo tiene que ver, que sentir, pero a través de personajes, de una historia particular. No es que yo este hablando de Pinochet y el frente patriótico o el MIR, sino que estamos hablando de conceptos en el sentido de la vida. Pero a través de personajes con nombre y apellido, que sufrieron más que nada. Sufrieron mucho.

Esta mujer, eso habla de compadecerse, el dolor que ella sintió siendo tan niña y después, nadie la trató como mujer, todos la trataron como un objeto, como una posesión, nadie le habló nunca. Ella no sabe hablar. “Habla de un modo extraño”, le dice Tito. Por que ella no sabe relacionarse normalmente...bueno...¿quien sabe?... pero a ella le cuesta mas, lo mismo al Tito. Gente que no habla. Solos, viviendo en ciudades enormes, solos solos, sin ninguna posibilidad de encontrar.



### ¿Cuáles son los conceptos centrales que tiene la obra?

Lo cinematográfico, la historia de amor, el sino trágico, el concepto de venganza, el odio irracional, esta jaula de monos que somos y estamos obligados a vivir juntos, el poder y el sometimiento, la locura por conseguir ese poder que te lleva a cometer actos atroces.

### ¿En que años se enmarca?

Desde fines de los cincuenta, principios de los sesenta, transcurre la primera parte, donde la protagonista, Nina, sufre el asalto a su casa y sobrevive el asesinato de su padre y su hermano.  
La segunda parte transcurre en nuestros días.  
Se viene a resolver una historia entre 2 personas.

### ¿Por que se elige desde los 60 hasta ahora?

Por que tomar desde épocas anteriores, era distanciarse mucho.  
Nosotros siempre hemos distanciado en nuestras historias y esta vez nos quisimos acercar.  
Gemelos pasa en la segunda guerra, años 40, principios de los 50.  
Viaje al centro de la tierra en el 1800-1890.  
Pinoccio en una época indeterminada.  
Entonces son como cuentos, un concepto de utilizar el distanciamiento para no decirle al espectador: “mira, estamos hablando de ti, somos reflejo de tu sociedad”, sino que “mira los nexos que pueden haber entre nosotros”, no atacar directamente.  
Con Gemelos, decían, “esta es la segunda guerra mundial”, pero en Europa nos decían (con tono francés), “Oh, la dictadura Chilena”. Veían la guerra pero hacían un nexo.  
Entonces decidimos ponerla en esta época por que yo siento que está pasando todavía, que la sociedad Argentina, Peruana, Chilena, Brasilera, Colombiana, Española, Francesa, Coreana, todas estas sociedades, aunque ha pasado una generación, han pasado 40, 50 años, todavía no pueden cerrar esas heridas.  
Corea pide a Japón actos de disculpa hasta el día de hoy, hay un problema de difícil solución. Esta actitud latente de violencia constante de nuestra época, uno llega a decir, “claro, estos gallos vivieron una guerra atroz, funesta, hace 40 años atrás, pero ahora tampoco las cosas han cambiado mucho”. Claro, hay mas progreso, hay mas de todo, pero básicamente yo hablo de la ley del gato pardo: “todo cambia, para que nada cambie”.

### ¿Cual es la estética de Sin Sangre?

TEATRO CINEMA, cinema teatro, teatro y cine, cine y teatro.  
Es la búsqueda del equilibrio entre los dos lenguajes, es una estética que va entre el teatro en vivo, el cine, pasando por el comic, por el relato, es esa unión.  
El tratamiento de la obra no es realista, pero mantiene un nexo directo con los objetos, con la época, con el tiempo.

### ¿Que estilo tiene Sin Sangre?

Es una mezcla de estilos. No me gusta hablar tanto de estilos a mí. Es Teatro.  
Es una tragedia visual.  
Cuando uno habla de un estilo, se encasilla en algo. En Sin Sangre, todo esta abierto.  
Andamos buscando, no sabemos todavía, no hemos terminado la obra, entonces yo no puedo decirte. En realidad no la hemos visto echa, hasta ahora la hemos soñado e intuimos cosas.  
Es una tragedia, Es un drama.

### ¿Que representa cada personaje?

La Nina representa el sentido femenino, el sentido materno subyugado por este sentido paterno violento, agresivo, indolente.  
Ella también representa la capacidad innata de resiliencia, de rehacer. La capacidad humana de soportar el dolor, de sobrevivir. De superar la desgracia, haciendo un trabajo sobre ella misma. También representa lo solo que puede estar un ser humano o una mujer. Lo fácil que es utilizar a la mujer, a negarle su esencia, o a prohibirle ser ella misma.  
Tito es una victima también, como hay millones. Jóvenes que son arrastrados por las circunstancias. Es como el sino humano. En que los dioses o el destino determinan su situación, o lo determinan. Y a el le queda elegir entre lo que el destino, los dioses han preparado para el. Es un tipo que casi no puede salir, no puede escapar. Solo.  
Los otros personajes son las victimas de toda esta violencia y esta guerra.  
Son los personajes que deben o van a morir, que van a ser sacrificados, para que nuestros héroes puedan encontrar la salida en el laberinto. Son los que van quedando en el camino, son todos aquellos que ofrecen su vida, o son sacrificados.

### ¿Cuáles crees que son los 3 momentos claves en la obra?

Para mí, la muerte del niño, que gatilla toda la venganza posterior.  
Cuando Tito encuentra la trampilla y encuentra a Nina, esta infima posibilidad de encontrar una salida.  
Y el final, el momento en que los dos adultos se van a un hotel y dicen: “Ya, cerremos una historia que comenzó hace 40 años atrás. Que se vislumbró y que nunca se pudo cerrar”.

### ¿Quienes van a ver Sin Sangre?

Jóvenes y público general, pero muchos jóvenes, por el lenguaje que estamos utilizando.

### ¿Cual es tu relación con el vestuario en la vida y en el teatro?

Tapar las bolas y abrigarme.  
Es un juego, en el teatro sintetizan la idea que uno tiene del personaje.  
Para mi no es tan importante, dejo a otros. Me gusta o no me gusta. Pero no es algo que a mi me interese mayormente.  
Dejo que otros decidan, no me gusta meterme. Si me hago una idea, me cuesta salirme, es funcional, para mi no es tan importante.  
Me cuesta encontrarle simbología al vestuario.  
Es mas importante para mi la acción, la música, la luz, otros elementos del teatro, que el vestuario en si mismo.  
Para mi es compleja la idea del vestuario.

## Rodrigo Bazaes (Junio 2007)

**¿Cual es la estética de sin sangre, que es lo que se persigue, cómo es sin sangre, que estilo tiene, como se enmarca?**

Hemos estado meses buscando ese resultado y lo primero que te puedo decir es que cuando uno habla de estética es, lo que se deriva de la percepción total, general del producto, la obra, es decir de todos los lenguajes que participan en ella.

Es lo que uno puede descifrar generalmente, como producto estético.

Otra cosa es el estilo.

Cada lenguaje busca su estilo y en conjunto conforman la estética de un montaje.

Respecto al estilo de la visualidad de la obra. Hemos estado muy estimulados por el comic, en su tradición blanco y negro, de alto contraste, pero después de explorar mucho en ese estilo mas bien gráfico e ilustrativo, nos dimos cuenta que la tentación por el color era muy fuerte. Estamos trabajando con tecnología multimedia, es decir con proyecciones y retro-proyecciones. Estamos en el proceso de incorporar el color a ese alto contraste, para lograr efectos de saturación, justamente otorgando a cada unidad dramática de la obra, fundamentalmente dos actos muy potentes, naturaleza distinta en cuanto a la imagen.

Es una estética que trata de imitar el cine, desde la teatralidad, de instalar sobre la escena el cuerpo del actor ayudado por estos elementos ilusionistas, de alguna forma, virtuales y en la percepción del espectador, crear la ilusión de una realidad tridimensional, es decir un actor parado frente a la proyección de un espacio que en realidad no existe.

Genera el atractivo perceptual.

**Cuando se toma la decisión; Aquí esta sin sangre, que-remos mezclar el cine con el teatro, ¿como se elige el comic?, ¿por que se elige el alto contraste? ¿Por que eso y no otra cosa?**

El primer desafío consistía en poder narrar la adaptación visual de una novela, de Alessandro Baricco, SIN SANGRE y teníamos libertad absoluta para poder encontrar cual era la forma de narrar a nivel teatral esta historia.

Una historia muy compleja en cuanto a ser considerada un guión de teatro, por que tiene muchas relaciones, flash back, cambios de época.

Desde un punto de vista espacial y de mundos visuales, no es fácil en el teatro poder desplazarse, entonces, desde el principio, la invitación que yo recibo de parte de ellos, como diseñador, es a crear un proyecto que usaba el soporte audiovisual.

La rapidez de las proyecciones podía llevarnos a generar estos cambios de espacio-tiempo.

El teatro tiene ciertas limitaciones espaciales para poder narrar una historia, y los medios audiovisuales nos permitían poder viajar con libertad en la narración de esta historia.

Entonces rápidamente, la exploración va, por, ¿cual es la estética del encuadre?, ¿de la narración cuadro a cuadro? Ahí surge el comic y cierto tipo de cine muy visual.

Empezamos a compartir un montón de imágenes que teníamos cada uno, cierta fascinación por ciertos productos, obras del cine, ilustradores y nos dimos cuenta de que nos favorecía la posibilidad de poder contar esta historia insertado en una ficción pura, una ficción desde un punto de vista claramente visual.

Estamos hablando de una historia que tiene mucha violencia y hechos de sangre.

Podría ser una película de acción en su primera parte, entonces, ¿como enfrentar eso de una manera que nos sea “Gore” y que sea cautivante?, sublimada de alguna manera por la estética.

Y rápidamente nos propusimos encontrar una solución gráfica, que es la que estamos desarrollando hoy en día, que nos permite trabajar en poco espacio.

Hay una tridimensionalidad plana, es un cuadro compuesto de manera muy bidimensional, que a partir de la división de los planos puede generar una especie de sensación volumétrica o espacial. Es decir, tenemos un proyector en primer plano, sobre un visillo, luego los cuerpos de los actores ayudados por un par de objetos y luego la retro-proyección a las espaldas de ellos, que terminan de generar esta imagen.

Como de estas postales, que eran divididas en tres planos y que generaban una sensación en tres dimensiones, por ejemplo.

El cuerpo del actor también entra a configurar el encuadre, inserto en una composición mas hierática, mas dura, de mucho trabajo físico, de mucha forma, con propuestas corporales, pero ahí estamos, todavía estamos en el proceso de crear SIN SANGRE, entonces hay muchas cosas que en el camino se van a ir resolviendo mejor.

## **¿Como se elige el vestuario en la obra?**

Te puedo responder una gran pregunta en general, que es la estética de sin sangre.

La estética es el resultado de todos los lenguajes que participan en ella: musicales, textuales, visuales, actorales, etc.

Y la primera gran pregunta es: ¿como diferenciamos el presente del pasado, frente al espectador?

En el primer acto, ocurre un gran Racconto y cuenta la historia de una niña que vive una experiencia de violencia en su casa, donde muere toda su familia. Y el segundo acto es donde esta niña ya es una mujer grande y se encuentra con una persona en un café a arreglar cuentas y tiene que resolverse esta historia hacia el final de la obra. Y estamos hablando de cómo pasamos de los años 60, principios de los 70's al 2007 donde queremos insertar la obra.

Cuando hablo de la estética, hablo de un partido visual, una opción visual, pero también estamos hablando de cual es el contenido que propone la imagen.

No es una obra muy localista, no nos interesa decir que estamos en Santiago de Chile, sino mas bien, vamos a cierta iconografía mas universal, mas a una historia que esta contada mediante cuadros muy paradigmáticos, con figuras muy arquetípicas.

Los personajes están creados en forma muy arquetípica, sobre todo en el primer acto. Entonces, en términos lineales, la obra sucede en el presente, pero se inicia con este gran Racconto en el pasado y ese pasado lo hemos enfrentado de manera mas ficcionada, los actores interpretan con máscaras, con rostros mucho mas expresivos, ayudados de pelucas, de trajes que construyen sus personalidades arquetípicas.

Y luego en el segundo acto nos enfrentamos a la modernidad, una ciudad que es bastante más moderna, en desarrollo, en devastación, donde pasado y futuro se mezclan y donde estos personajes tienen que esconderse en un café dentro de esta modernidad a contar sus vidas y a confesarse, digamos.

Esa opción es bastante mas realista, los actores dejan de usar mascara, y ahí los colores son mas estimulante, tienen que ver mas con la modernidad, es un cuadro mas pop.

Al principio, el primer acto, el pasado, pensábamos hacerlo todo en blanco y negro, entonces llegábamos al segundo acto, en que la realidad aparecía, el presente y era en colores, y cada vez que volvíamos con flash back al pasado, retornábamos a la figura en blanco y negro. Hoy en día esa posición del blanco y negro, la considera-

mos como alto contraste, pero todavía queremos investigar en torno al color en un cuadro pintado, en blanco y negro pero pintado. Diferenciando el cuadro actual del presente con estos flash back de ir y venir hacia el pasado con una diferencia visual.

Ese es el primer gran desafío, respecto de lo que sería una disección de las opciones estilísticas al interior del diseño. Las decisiones del vestuario están en la creación de figuras muy arquetípicas.

En la creación de estos tres caballeros de los años 60.

En un principio tratamos de ser muy fidedignos a la época, pero rápidamente nos dimos cuenta que lo que había que traicionar, era la época. Era más bien acudir a configurar personajes muy fuertes y definidos, por lo tanto uno tiene que traicionar el vestuario, el corte y confección, la tecnología del momento. Por ejemplo los zapatos de punta cuadrada, que no son de la época, o el pantalón a la cadera para el personaje más joven. Otro con ropa más ancha, etc. En el fondo, nos acercamos a presentar personajes muy definidos en su dimensión existencial. Buscamos que el resultado sea de ensoñación, que la gente crea esa ficción, todo es ficción. Huimos un poco de la intención de un principio, de hacerla de una realidad latinoamericana.

Alessandro Baricco plantea un lugar totalmente indefinido, puede ser Francia, España, Italia o la guerrilla de Latinoamérica. Finalmente la dejamos muy abierta.

La elección de los colores, en cuanto a las telas para los vestuarios, y todos los objetos visuales, va en función de generar estos cuadros atmosféricos.

El presente en mucho color y el pasado en un cuadro bastante monocromático, es decir los colores componen al interior de un cuadro plástico muy empastado. Los elementos obedecen a una gama cromática definida, a diferencia de el dialogo de colores opuestos en el segundo acto.

En realidad todavía estamos en esa definición.

### **Para ti, ¿Cuál es la diferencia entre estilo y estética?**

El estilo es una manera de hacer, el cómo se hacen las cosas, y eso ha estado marcado por contextos culturales, políticos y sociales en determinado momento, por necesidades de pulir la función del arte en una sociedad, por las búsquedas espirituales de determinada cultura, esto quiere decir que, hay una manera de hacer las cosas, ese es el estilo.

Y la estética es una rama de la filosofía que se propone el estudio de lo bello, que ha evolucionado hacia el estudio de otras categorías que superan lo bello, más allá de lo bello, la pregunta por la belleza es más amplia.

Piensa en categorías como lo trágico, lo cómico, lo grotesco, lo sublime.

Entonces cuando me preguntas por la estética, estas preguntando por el resultado teatral, de lo que se desprende del espectáculo. Y es el resultado de esa configuración, esa malla indivisible, que es la suma de todos los lenguajes que están participando.

El teatro es una suma de lenguajes.

Piensa que este es un proyecto multidisciplinario, donde hay un equipo enorme de personas, un grupo de gente experta en lo audiovisual, otra en lo teatral y algunos que nos estamos cruzando de un lado a otro.

El diseño de la obra está resuelto por un equipo de diseñadores, somos varias personas que estamos tratando de llegar a este resultado y lo vimos en cine, se necesita cierta experticia en manejo de tecnología audiovisual, el manejo de post-producción y edición. No todo vamos a poder resolverlo en un registro directo, hay muchas cosas que van a tener que ser generadas con programas 3D.

Ahora, cuando tu hablas del estilo, estamos muy lejos de un estilo de textura digital, mas bien estamos tras un fotograma bidimensional, donde la foto realista en un trabajo de planos, genera un cuadro espacial, entonces, todo lo que se haga digital va a ser para poder generar cielos diferentes de alto contraste en función de los horizontes, para poder insertar un personaje filmado en croma dentro de una realidad distinta, para llegar a los colores que buscamos, para poder hacer pasar un personaje en un lugar que es imposible registrarlo. Todo eso de alguna forma, es un trabajo que se parece al fotomontaje, animado muchas veces.

### **Tú hablas de un cuadro plástico del primer acto muy marcado, con ciertas tonalidades,**

**¿Por que se eligen esos colores?, ¿por que esa tonalidad y no otra?**

Conmigo vas a encontrar cierta resistencia a responder preguntas del resultado artístico, de manera muy racional. Por que a veces hay territorios, donde uno no se puede meter en eso.

En función de lo narrativo hay que tomar ciertas decisiones, pero en función de lo expresivo hay que traicionarlas todo el tiempo.

En función de lo narrativo, hay ciertas convenciones que están fundadas en la educación del ojo, por ejemplo que el pasado uno tiende a verlo en blanco y negro.

Esa convención tradicional en el cine, en el teatro y en la narración, también esta siendo tomada, no es original, pero ayuda a narrar.

Un cuadro que está mas deslavado, que corresponde al pasado, nos va ayudar a insertarnos de manera violenta en un presente activo y que cada vez que volvamos a ese pasado, podemos entender la convención narrativa y el espectador, raramente, podría perderse, distraerse de ese juego.

Ahora, ese pasado, como no es blanco y negro, por que nuestra opción como estilo, no es el blanco y negro, se ve reemplazada por el concepto de la monocromía, donde los colores dialogan en los complementarios, no hay contraste de colores opuestos.

Ahora, por ejemplo, ¿por que decidimos poner verde para la niña?, por que igual hay ciertas cualidades simbólicas y psicológicas que se asocian a los colores.

Yo preferiría no defender una teoría del color, pero si, uno reconoce una cierta animosidad, una cierta experiencia de percepción en las personas, cuando se les presenta cierto color. ¿O, no?

Hay algo que estamos decidiendo... Sin Sangre, ¿se podría hacer sin el color rojo?...

### **En términos de las decisiones, hablemos un poco sobre la irracionalidad, sobre el decidir desde la subjetividad...**

Toda elucubración mental, es valida en la experiencia de la creación, en el proceso de creación artística, hasta que no resulta expresiva.

Todo puede ser muy matemático, muy coherente, pero carece de expresividad y eso es lo peor que le podría pasar al arte.

Primero como un objeto fenomenológico, de percepción, después como contenido referencial de la realidad, finalmente, es un objeto trascendente. Donde va a alcanzar su verdadera naturaleza, como obra de arte, si no, no tendría sentido.

Ahora, yo soy formado académicamente, a mi me encanta la educación del arte, no dudo de eso.

El conocimiento acerca de la evolución del proceso de creación artística, las teorías que pueden existir, me parece que en ningún caso puede ser desafortunado conocerlas.

Me parece que son enriquecedoras.

Finalmente lo que uno hace después es destruirlas, o vol-

verlas a hacer, por que, con el tiempo me he dado cuenta que uno vuelve a hacer las mismas cosas.

### ¿Como es el proceso entre la historia y el diseño?

Yo soy un formado en el diseño escénico, y el diseño escénico genera imagen a partir de un texto de naturaleza dramática. No lírico ni literario.

Eso significa, que hay personajes, que tienen voluntad, que tienen objetivos, que tienen conflictos, un montón de estructuras que han ido evolucionando con la historia del teatro. Pero ese tipo de reflexión visual en función de un texto dramático, es parte intrínseca de la formación de un diseñador teatral.

Cada color, cada imagen, cada decisión, está en función de desplegar una narración.

Narración en términos secuenciales o fragmentarios, como tú quieras.

Todo confluye hacia elaborar o construir una idea, lo más poderoso del diseño escénico es que tiene que estar detrás de una idea y cuando yo voy a diseñar una obra que habla de determinado mundo, tengo que tener una opinión acerca del mundo.

A la hora de tomar decisiones, se requiere tener una visión de las cosas.

Hay una ética sobre la escena, que me permite manifestar una opinión acerca del contexto, a diferencia de otras áreas del diseño, donde es más prescindible esa opinión personal. Están en función de objetivos más concretos y directos, la publicidad por ejemplo. No se le pide la opinión al diseñador. O un arquitecto, la tendencia más natural es mantener el equilibrio de la vida por la belleza. En función de una formación dramática, el diseñador escénico va a buscar, estar en función de la idea.

Es decir, si esto tiene que ser enteramente feo, lo más probable es que el desafío sea crear lo más feo.

### Y en Sin Sangre, ¿cual es el concepto central que se persigue?

Independiente de los estilos, puede ser desglosado aun más, la estética general.

Está el desafío primero, de lograr cautivar al espectador en un juego de percepción muy absorbente.

Lograr combinar los cuerpos de los actores, con las imágenes e ilusorias que están dentro de una realidad espacial, concreta.

Ese juego práctico es el objetivo primero.

Es, como se siente?, digamos: “bien, me gusta el juego

que me están proponiendo”

Actores corriendo sobre la nada, contra un cuadro de una proyección que se mueve.

Ese juego que rápidamente puede ser develado por el espectador, también puede ser el inicio de un viaje, de una experiencia, ojalá, única.

Yo he trabajado con hartas proyecciones, pero nunca una obra entera.

Donde no existe nada, sino un par de objetos y actores en un sándwich de proyecciones.

### ¿Cual es tu relación con el vestuario en el teatro y en la vida?

Bueno, yo no soy diseñador de vestuario, puedo decir teatrista o diseñador escénico, con frecuencia me he hecho cargo del diseño integral, es decir, toda la visualidad de la obra, el espacio que se constituye por: escenografía, diseño de luces y vestuario.

Para mí es más sencillo enfrentarlo de esa manera, como parte constructora de un mundo único y en su justa medida, uno logra crear un mundo que sirve para instalar una historia.

Nunca me he hecho cargo de sólo un vestuario. Tengo mucho respeto hacia esa experiencia, creo que existen verdaderos artistas de la escultura del vestuario sobre el escenario y sobre la vida. Corresponde a un universo totalmente abismante para mí.

Puedo hablarte del diseño de vestuario en función a una creación.

Es más sencillo para uno cuando el vestuario está en función de crear personajes enteros, tridimensionales, verdaderos. O fantasiosos por el contrario.

Si tú tienes que convertir el objeto de vestuario a una pieza autónoma dentro de la obra, podemos estar hablando de un diseño de vestuario que le incumbe a un experto en eso.

En mi vida, compro ropa 2 veces al año. En verano y en invierno.

Compro dos o tres camisas iguales y tres pantalones iguales.

Cuando puedo de diferente color.

Si me gusta una camisa, me voy a comprar dos o tres por que se, que se me va a arruinar y la voy a seguir usando por que no voy a volver en varios meses a la tienda.

Me resulta engorroso. Y no es que no me parezca importante el vestuario, pero me resulta engorroso.

### ¿Que buscas en tu vestuario de vida?

Sobriedad y pasar piola. No hacerme notar.

### ¿Cual crees que es la conexión entre el diseño teatral, de vestuario y gráfico?

En el teatro confluyen todas, puedes nombrar muchas mas, van una al lado de la otra en la obra total.

Son lenguajes distintos donde todos tienen que finalmente llevar al espectador a un viaje.

Son pintores, músicos, directores, maquilladores, vestuaristas e iluminadores para lograr el espectáculo total.

Desde ese punto de vista, el escenario siempre va a promover el encuentro interdisciplinario y eso es lo más bonito del teatro, una experiencia que sucede en vivo, es irreplicable.

Donde todos en forma colectiva somos capaces de reunirnos en un acto único.

Nos reímos juntos y nos emocionamos juntos, en una sala de teatro.

Si tú me hablas del diseño gráfico en el teatro, claro que hay mucho.

Hay diseño de luces, de vestuario. Están todos los lenguajes participando a nivel visual, textual, musical, sonoro. De alguna forma es súper evidente que el diseño textil es más bidimensional y el diseño gráfico tiene mucho que decir al respecto, a la hora de poner eso como parte de la vida.

Hay un soporte en la ropa, en los tejidos.

En el teatro confluyen todas las cosas.

Desde que el espectáculo comienza, el afiche convoca a los espectadores, y las tipografías que se eligen, y los colores que se proponen. Desde que en la boletería cortan el boleto, te reciben el boleto, hasta que termina el espectáculo.

## Loreto Monsalve (Julio 2007)

### ¿Como es el proceso de decisión del vestuario? ¿Por que se eligen los modelos, las telas, los estilos, etc.?

Todas esas desiciones, para mi marcan en general lo que es el diseño entero.

Tiene muchas aristas, que va desde lo mas macro, que es leer el texto, comprenderlo y de saber para donde va la obra, que desiciones hay de dirección.

En este caso particular, de SIN SANGRE, también hay una dirección de arte, que no es algo común en teatro, por lo menos.

Va desde lo más macro, a lo más específico.

Texto, dirección, dirección de arte, actor, diseño de vestuario.

Cada uno de esos elementos va influyendo, por que una vez que se toma un criterio de dirección, luego nace un criterio estético, de dirección de arte en este caso.

Y todo respaldado por una cosa conceptual, no es una cosa visual de solo poner algo por que es choro.

Y así va siendo cada vez más particular. Cuando se decide un concepto estético, ahí va la primera decisión que es, por ejemplo en este caso, el alto contraste.

Además esta por otro lado, lo que dicta el guión, y la dirección, que es la concepción de los personajes.

Como están concebidos, como uno comprende al personaje.

Ahí se empieza a hilar mas fino. Primero lo que el director piensa del personaje, después lo que cada actor piensa de su personaje, eso influye en las desiciones, esta el contexto de época, si existe o no. En este caso existe, pero no siendo tan fieles a esta, ya que lo conceptual esta por sobre la arqueología.

Para tomar las desiciones, con la dirección de arte, se vieron paletas de colores, cuales eran los grupos, como se iban a enfrentar esos grupos y ahí hay otra decisión. Después está la decisión práctica, que está pasando la etapa conceptual. Esto significa solucionar detalles.

Luego de la concepción de lo macro, de lo conceptual, se llega a un momento en que se llega a lo cotidiano, que incluye enormemente.

Por ejemplo, encontrar una tela que no haga transpirar tanto a los actores. Pero que a la vez tengan el color y se vean bien. En este caso, una exigencia muy grande que me hacia el Rodrigo en particular, era que las telas se arrugaran con arrugas grandes, no chicas, por el tema del alto contraste, entonces tienen que ser telas duras.

Además tienen que ser telas que resistan múltiples funciones, dependiendo de cómo le vaya a la obra. Por ejemplo el vestuario de "GEMELOS", tiene 7, 8 años y las telas tienen que resistir.

Para mi lo mas difícil en el diseño de vestuario es tratar de compartir una opinión con los actores, a veces es difícil, por que no tienen tiempo, por que son tantas cosas en realidad que ellos no pueden estar preocupados de un detalle tan chiquitito como el cierre de un pantalón. Pero yo trato dentro de lo posible, de ahondar junto con los actores, por que uno no saca nada con ponerles algo, con lo que no se sienten cómodos.

En el teatro, no se trata de que digan: "OH!, que vestuario más bonito", aquí no estamos luciéndonos, no es una pasarela, se trata de crear personajes y que el actor lo pueda agarrar y le sirva. De entregar un material útil para el actor, no de lucirse uno como diseñador, para mí no es eso.

El vestuario es en función de la obra y más allá del actor.

Para mi lo mas difícil es aunar criterios, de dirección, de dirección de arte, del actor y del diseñador de vestuario.

Lo que más me maravilla de este texto, es que los personajes no son prototipos, si no que ahondan en la esencia del ser humano.

Es ver la historia desde dos lados. A mi me parece que el ser humano intrínsecamente puede ser muy bueno como puede ser perverso, es algo casi animal.

### ¿Cuales son los años que enmarcan SIN SANGRE?

Aquí estamos usando referencialmente los años 60's pero no estamos siendo estrictos.

La referencia es primera parte años 60 y la segunda parte es ahora.

A veces nosotros nos reímos un poco de la época, si algo se sale de ella, no importa por que estamos jugando con eso y eso está mas al servicio del personaje.

A nosotros no nos interesa dejar fuera algunas cosas por que no son "De época" y eso es lo que hemos hablado con la Laura, con Zagal, con Bazaes.

No estar al servicio de la época, sino tomar la época al servicio de nosotros y si hay que transgredirla, se transgrede. No nos tiene amarrados en absoluto.

### ¿Cuales son los conceptos macro con los que se trabajaron para armar el vestuario?

Principalmente es representar a los personajes, tal cual son.

Esta es una historia terrible, dentro de la belleza que tiene, es terrible. Y muy universal.

Uno de los grandes puntos de partida fue: ¿hacemos una representación local?, ¿o general?, ¿donde situamos esta historia? Era difícil decidir ¿donde están?, ¿quienes son? Era algo que tenia que decidir dirección, yo estaba sujeta a esa decisión y llegamos a la conclusión de representar años 60's, no hacer arqueología y que cada personaje fuera fidedigno con el personaje tal cual es. No una gran pretensión. Es un personaje sencillo y así es, en el fondo que siempre este al servicio de la propuesta.

Eso, sujeto a las cosas plásticas, que es una línea paralela.

A mi me gustan los personajes mas sencillos, por ejemplo, Manolito, es un icono, tan simple, y eso es. Estamos jugándonos por representar al personaje en su manera más esencial.

### ¿Como definirías la estética de sin sangre?

Esa pregunta no es para mí, es para dirección y dirección de arte.

El vestuario está condicionado a eso, al concepto que trabajaron ellos.

Yo en ese sentido, espero las desiciones, me sumo a ese carro.

La estética no es una elaboración mía, no me siento con derecho a hablar de eso, me es muy difícil.

### ¿Cuáles crees que son los momentos centrales de la obra?

Es difícil por que son tantas áreas en paralelo que estamos trabajando, que no he podido ver todo, ver lo que está.

A veces una palabra me emociona, y es una escena tan simple con respecto a otra y escuchar tan solo como la interpretan es tan fuerte.

No podría definir aún, por que no lo veo todo. Creo que la escena del violín en el Bar me conmueve mucho, esa parte me conmueve, pero eso es a nivel de leer el texto y lo poco que he visto.

### **¿Cuál es tu relación con el vestuario en el teatro y en la vida?**

La verdad es que vestirse, a mi me da absolutamente lo mismo, me gusta la ropa bonita como a cualquier mujer, pero en realidad no tengo una mayor sensibilidad.

Es que siento que hay una diferencia radical entre hacer vestuario y vestuario teatral.

Hacer vestuario, es hacer ropa y hacer vestuario teatral es crear personajes.

Yo no se hacer ropa, no tengo idea y creo que debería ahondar un poco, pero no me interesa hacerlo. A mi en lo personal no me interesa nada hacer ropa.

Me cautiva el observar a un ser humano, su comportamiento y como mirándolo uno puede detectar sus características, es tan difícil y tan profundo.

Siento que estoy en una etapa muy básica.

Me gustaría poder conocer a una persona, con tan solo mirarle las manos. Ver como usa su ropa y como la gasta, eso es lo que me seduce, no la ropa.

### **¿Y no crees que en el cotidiano, todos nos vestimos como el personaje que somos en la vida?**

Eso a mi me parece interesante, pero no la ropa.

Me gusta mirar a la gente, es como la cáscara exterior de las personas, junto con el rostro y el peinado, que para mi esto también tiene que ver con el vestuario.

El vestuario te habla de todo. Cuanto invierte en tiempo y plata para su vestuario.

### **¿Cuál crees que es la conexión entre el diseño teatral, de vestuario y gráfico?**

Es difícil por que el diseño general, tiene que ver con dar forma a algún objeto o elemento. Eso es lo que une a todo diseñador, pero también tiene que ver con hilar fino.

Hay una diferencia gigante entre el diseño gráfico y el diseño teatral yo creo que es el soporte. Por ejemplo, es como hacer cine y teatro, son parecidos pero el medio es distinto.

Esto no quiere decir que no puedan pololear y en algún momento juntarse, yo creo que la diferencia fundamental es que al ser distinto soporte, se concibe desde otro punto de vista, es muy distinto diseñar a un ser humano (en el caso del diseño teatral).

Que representar una idea a través de un papel. Es muy distinto.

Por supuesto que conviven. Si le pones un estampado a una falta en teatro, ahí pololean, hay un nexo. Pero de

base me parecen distintas, aunque puedan encontrar una manera de convivir.

No es algo que se haga siempre, pero para un proyecto en particular pueden convivir juntos y complementarse, no me parece que es algo habitual y permanente.

Si se decide que todo el vestuario va a ir estampado, ahí hay una arista determinante, de base en el diseño del vestuario, pero son casos puntuales.

Ojo, que eso tiene que ver con las disciplinas, Yo no encasillo a ningún profesional.

Creo que hay gente brillante en cada disciplina y nadie es dueño de su área.

Hay gente que se siente dueño y yo creo que no.

Es bienvenido para los que quieran mezclar áreas, por que esa va a ser siempre una manera de enriquecer.

### **¿Algunas palabras de cierre?**

Siempre suele suceder que cuando termina un proyecto, se tienen a determinar las áreas súper separadas y yo creo que no. A nivel de proyecto, "SIN SANGRE", hay un trabajo compartido, bien conversado y discutido, de todos en general.

Después no se entienda que uno como diseñador de vestuario, hizo todo.

Yo creo que esto pasa en todas las áreas, esto me emociona mucho y me mueve de seguir haciendo teatro.

He trabajado en cine y no pasa lo mismo, esa complementación que uno tiene, a mi me agrada.

El hecho de que todos puedan opinar, colaborar, me gesta.

Uno lanza una idea y puede ser pólvora para la idea del otro.

A veces no es tan bonito y hay discrepancias y eso es natural que pase. El punto es saber solucionarlo y llegar a una comunión en todo lo que uno piensa y lo que otros piensan.

Eso es bonito.

Cosas tan simples te maravillan, a mi no me deja de sorprender y no me deja de emocionar. Eso es lo bueno de trabajar en teatro, que uno trabaja en conjunto y ves el trabajo de tus compañeros y emociona.

Todos contribuimos para que todo salga bien, es un complemento.

En el caso del vestuario para la obra, aquí hay trabajo de todos, todos colaboran.

## Maria de los Ángeles Torrontegui, dueña SUBASTRA (Junio 2007)

### ¿Cual es el perfil de gente que viene a la tienda?

Es gente curiosa, que le gustan los colores, buscan algo diferente, las cosas son excéntricas, peladas de cable en la vitrina.

Para agarrar a la gente, los accesorios llaman la atención. Más que la ropa.

Aquí viene gente joven, niños, adultos, mujeres y hombres, amplia gama etárea, entre 12 y 80 años.

### ¿Por que elige la ropa de sub astra?

Para destacar, para sobresalir, para que le digan ¿de donde lo sacaste?!!

Es una actitud de vida, uno es como se viste.

### ¿Cual es su conducta de compra?

Todos los que vienen vuelven, vienen con regularidad, cada 2 semanas.

Viene, conoce lo que es (es un asunto tener que bajar), de 100 que pasan, 30 bajan.

Una vez que descubrieron, vuelven con plata.

Compran por que les gusta, por que es diferente, el plus de la ropa usada es que tu sabes que nadie va a tener eso, la exclusividad, lo diferente, único, mas que la necesidad.

### ¿Que tiene sub astra, que no tienen las otras tiendas de su estilo?

Sub. Astra tiene lo que no tienen los otros, la ropa esta elegida 1 por 1, por mi, es rescate de ropa, yo no compro un fardo de mil prendas, yo compro de a uno y no tan barato.

Mi ojo, el hecho de que elijo con mis manos. Todo está limpio, y tiene proceso de reconstrucción.

Pienso: seria bacán así, pero seria más bacán asa.

El darle cariño, involucrarse, no es ropa a granel, tiene dedicación, no es industria.

### ¿Cuales son las Prendas mas vendidas?

Los vestidos, prenda clave.

Toda lolita que se prueba un vestido que le gusta y que le queda, no lo piensa y se lo compra altiro.

Existen pocos vestidos en el mercado.

El hecho de que se use más ropa usada, es que esta volviendo, antes la mujer nunca usaba pantalón.

Eso es lo más cómodo, te pones una sola prenda.

Nº1 vestidos

Nº 2, accesorios, cosas chicas.

### ¿Cuando nace la tienda?

En el 2004. Hace 6 años era tienda de rezagos del lavaseco, la gente manda a lavar y no venía a buscar las prendas. De ahí se venían para el subterráneo.

Entré trabajando de vendedora, y paralelo a esto, arreglaba ropa, para mí.

Y un día haciéndolo, vi que tenía todo. El espacio, las ganas y el talento.

Le ofrecí a la persona de arriba, empecé a poner cosas en la vitrina, y la gente se empezó a acercar y empecé a vender.

Me dieron permiso de intervenir el suelo, decorar, pintar. Enchulando todo, antes eran 10 cosas por barra y ahora mira, hasta tengo para pagarle a una persona para que me ayude.

### ¿Por que, bajo que condiciones?

Pretensiones personales de hacer todo con cariño, empecé a trabajar en la tienda por que no sabia que hacer.

Es aspirar a más, desarrollarme personalmente.

Todos dicen que sin titulo no eres nadie, yo empecé a arreglar ropa, comprarme maquinas, aprender a usarlas, yo no estudié ni diseño ni confección ni nada, sobre la misma he ido aprendiendo.

Es aspirar a quebrar el canon, demostrarle a la gente que con 23 años puedes hacer lo que quieras, yo soy bailarina. Sin cartón necesitas perseverancia, antes ganaba 50 Lucas mensuales.

### ¿Como ha evolucionado en este tiempo?

Antes era un sucucho de venta de ropa baratísima, ha evolucionado demasiado, recién ahora puedo pagarle a alguien para que me ayude, prefiero dividir mi sueldo y hacer otras cosas, que ganar el doble y estar aquí todo el día. Yo bailo árabe y polinesico. No me alcanza el tiempo para todo.

No se trata de tener a alguien sin pagarle.

### ¿Cual es tu Modus operandis?

Al principio iba todas las semanas a comprar, con poquita

plata.

Ahora 1 vez cada 2 o 1 vez al mes. Desde las 10 de la mañana hasta las 4 de la tarde, elijo cantidad de ropa para el mes.

De la ropa que se compra, casi la mitad necesita confección, la que no necesita es mas barata y es lo que va llenando la tienda mientras yo voy decorando de a una. Todas las semanas, una decoración nueva.

En la tienda, hay otras 2 personas que traen ropa o accesorios para vender:

Accesorios: zurza ( [www.flickr.com/photos/zurza](http://www.flickr.com/photos/zurza))

Ropa estampada: especie ( [www.especiedesign.blogspot.com](http://www.especiedesign.blogspot.com))

### ¿Cual es tu sistema de producción?

Selección-limpieza- mejora.

### ¿Tienes prendas estampadas?

No, yo solo hago reconfección y decoración

¿Cuales son las telas que manejas?

Yo prefiero telas naturales: algodón, seda, plush, terciopelo, todo lo rico y tierno con el cuerpo.

Sintético y plástico sólo con estampado espectacular.

¿Cuales son las telas de mayor éxito?

Naturales, el plush es una bomba, la toalla.

¿Entre que precios fluctúan las prendas?

Reciclados: Precios entre 2000 y 15000

Usada tal cual: 3000

### ¿Cuales son los valores centrales de sub astra?

Sub astra profesa el reciclar, comprar usado, darle pincelada y vender.

Dejar de hacer masa.

Compras algo usado, le das una pincelada y queda como nueva

Además cuando tú le aportas algo, la prenda adquiere un valor, es inigualable a algo seriado e igual.

Cuando es única, lo va a ser hasta el final.

## Bibliografía Consultada

CONAN, Terence, "Diseño" 1era edición, Argentina, Editorial la isla, 1997

DOBBS, Cristina "estrategia comunicacional basada en el diseño de poleras para el movimiento alterglobalización", Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, 2006.

ECHARRI, Marisa "Vestuario Teatral" 1era Edición, Ciudad Real, España, ÑAQUE editora, 1998

Enciclopedia europea, VII, pág. 670.

Enciclopedia Salvat Monitor, tomo 11.

ERNER, Guillaume "Victimas de la Moda", 1era Edición, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 2005

JENKS, Charles. "El lenguaje de la arquitectura posmoderna"

KYOTO, instituto de la indumentaria "Moda", 1era Edición, Kyoto, Japón, Editorial Taschen, 2005.

LABRA, Maria, "Diseño de soportes de exhibición de prendas de vestir", UTEM, facultad de humanidades y tecnologías de la comunicación social, departamento de diseño, escuela de diseño, 2003

MACELLARI, Marcelo. El Mercurio de Valparaíso, 16 de Nov,2007

MEGGS, Philip. "Historia del Diseño Gráfico"

MONTALVA, Pía, "Historias de Género" Corporación cultural de las condes, Santiago, Chile, 2000.

MORALES, Montserrat "El revolucionario de la moda, Marco Correa"

OYARZUN, Carola, Taller de letras [artículo de revista] No. 37 (2005), p. 193-199

PARGA, SUBERCASEAUX, APPELGREEN, "Diseño gráfico en el vestuario", Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, 2004

PARRA, Gustavo "grafica para colección de ropa otoño-invierno 2001" UTEM, facultad de humanidades y tecnologías de la comunicación social, departamento de diseño, escuela de diseño, Stgo. Chile 2001

PELTA, Raquel, "Diseñar Hoy", 1era Edición, Barcelona, España, Ediciones Paidós Ibérica, 2004

SALAZAR, Tania "La expresión textil", escuela de diseño de la Universidad Católica, Santiago, Chile, 1999.

SALINAS, Juan Luis "MARCO CORREA: El Hombre que revolucionó la moda chilena" Revista YA, El Mercurio, 6 Noviembre, 2007.

SALTZMAN, Andrea, "el cuerpo diseñado", 1era Edición, Buenos Aires, Argentina, Ediciones Paidós, 2004

SALTZMAN, Andrea, Conferencia "El diseño en Ibero América-Argentina". Auditorium Universidad Diego Portales, Octubre, 2007.

SAPIAÍN, Carolina. "Maestros del Vestuario Teatral". 1ª edición, Santiago, Chile, FONDART, 2005



SEELING, Charlotte “Moda: el siglo de los diseñadores 1900-1999”, Koln, Konemann, 2000.

SQUICCIARINO, Nicola. “El vestido habla”.Tercera Edición, Madrid, España, Ediciones Cátedra, 1998

TEJEDA, Juan Guillermo, “Diccionario Crítico del Diseño” Barcelona, España, Editorial Paidós, 2006.

WORSLEY, Harriet “Gettyimages, Décadas de Moda” Décima Edición, Londres, Inglaterra. Konemann, 2004

YAP, Nick, “Gettyimages, 1940s” Décima Edición, Londres, Inglaterra. Konemann, 1998.

YAP, Nick, “Gettyimages, 1950s” Décima Edición, Londres, Inglaterra. Konemann, 1998.

YAP, Nick, “Gettyimages, 1960s” Décima Edición, Londres, Inglaterra. Konemann, 1998.

YAP, Nick, “Gettyimages, 1970s” Décima Edición, Londres, Inglaterra. Konemann, 1998.

CASSISI, L. “El diseño y los géneros discursivos”, [en línea] TPG, N°66. Julio 2005.

GHINAGLIA, Daniel. “Parecido no es igual”, [en línea] www.FOROALFA.com, febrero 2007

LORITE, Juan Miguel. “La obra de arte como objeto diseñado”, [en línea] www.FOROALFA.com, mayo 2006.

MARTINEZ, Gabriel. [http://www.diariomayor.cl/001home\\_626.htm](http://www.diariomayor.cl/001home_626.htm)

MATURANA, Humberto. “Biología del fenómeno social” [en línea] www.Ecvisiones.cl, Entrevista. Ecovisiones N°6.

MUGLIA, Andrés. “Las artes plásticas y el diseño” [en línea] www.FOROALFA.com, marzo 2006.

VILCHIS, Luz del Carmen. “El diseño gráfico como discurso” [en línea] www.FOROALFA.com, Septiembre 2007.

<http://espanol.geocities.com/hernandoangel/2004/05/manifiesto-de-dise.htm>  
<http://revista.escaner.cl/node/476>  
<http://www.johngalliano.com/>  
<http://www.merriam-webster.com/dictionary/vintage>  
<http://www.nuestro.cl/notas/rescate/moda9.htm>  
<http://www.paginadigital.com.ar/articulos/2004/2004quint/teatro/chile-troppa-11205.asp>  
[http://www.sublimacion.cl/servi\\_stamp/servi\\_stamp.htm](http://www.sublimacion.cl/servi_stamp/servi_stamp.htm)  
[http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia\\_actualidad.jsp?noticia=124928](http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=124928)  
[www.especiedesign.blogspot.com](http://www.especiedesign.blogspot.com)  
[www.graficosdehoy.com](http://www.graficosdehoy.com)  
[www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl)  
[www.Nostalgic.cl](http://www.Nostalgic.cl)  
[www.orangeblue.cl](http://www.orangeblue.cl)  
[www.revampvintage.com/index1.html](http://www.revampvintage.com/index1.html)  
[www.serinet.net](http://www.serinet.net)  
[www.subastra.blogspot.com](http://www.subastra.blogspot.com)  
[www.teatrocinema.cl](http://www.teatrocinema.cl)  
[www.wrangler.com](http://www.wrangler.com)

## Créditos

### Fotos Promocionales:

Fotografía: Pablo Fernandez, [palonsofernandez@gmail.com](mailto:palonsofernandez@gmail.com)

Maquillaje: Natalia Faundes, [nativasoul@hotmail.com](mailto:nativasoul@hotmail.com)

Peinados: Denise Corales, [www.QueenShairShop.weebly.com](http://www.QueenShairShop.weebly.com), [denise.salon@gmail.com](mailto:denise.salon@gmail.com)

Modelaje: Analí Muñoz, Tamara Muñoz, Hermes Villalobos, Vicente Vaccani.

Locación: Teatro U.C.

### Memoria:

Impresión: [www.continta.cl](http://www.continta.cl)

Empaste: [www.encuadernacionpalencia.cl](http://www.encuadernacionpalencia.cl)

Creación, Gestión y Producción: Analí Muñoz Dahm, [Analimd@hotmail.com](mailto:Analimd@hotmail.com)







