

# OLLA COMUN

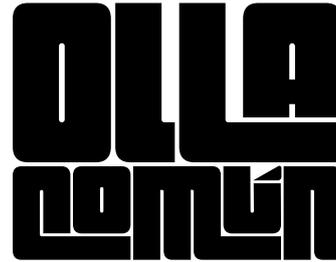
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos  
Escuela de Diseño



DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



*“Propuesta de indumentaria inspirada en la olla como símbolo del contexto sociopolítico chileno contemporáneo.”*



**“Olla Común”**

Propuesta de indumentaria inspirada en la olla como símbolo del contexto sociopolítico chileno contemporáneo.

**Por Pablo Sanhueza**

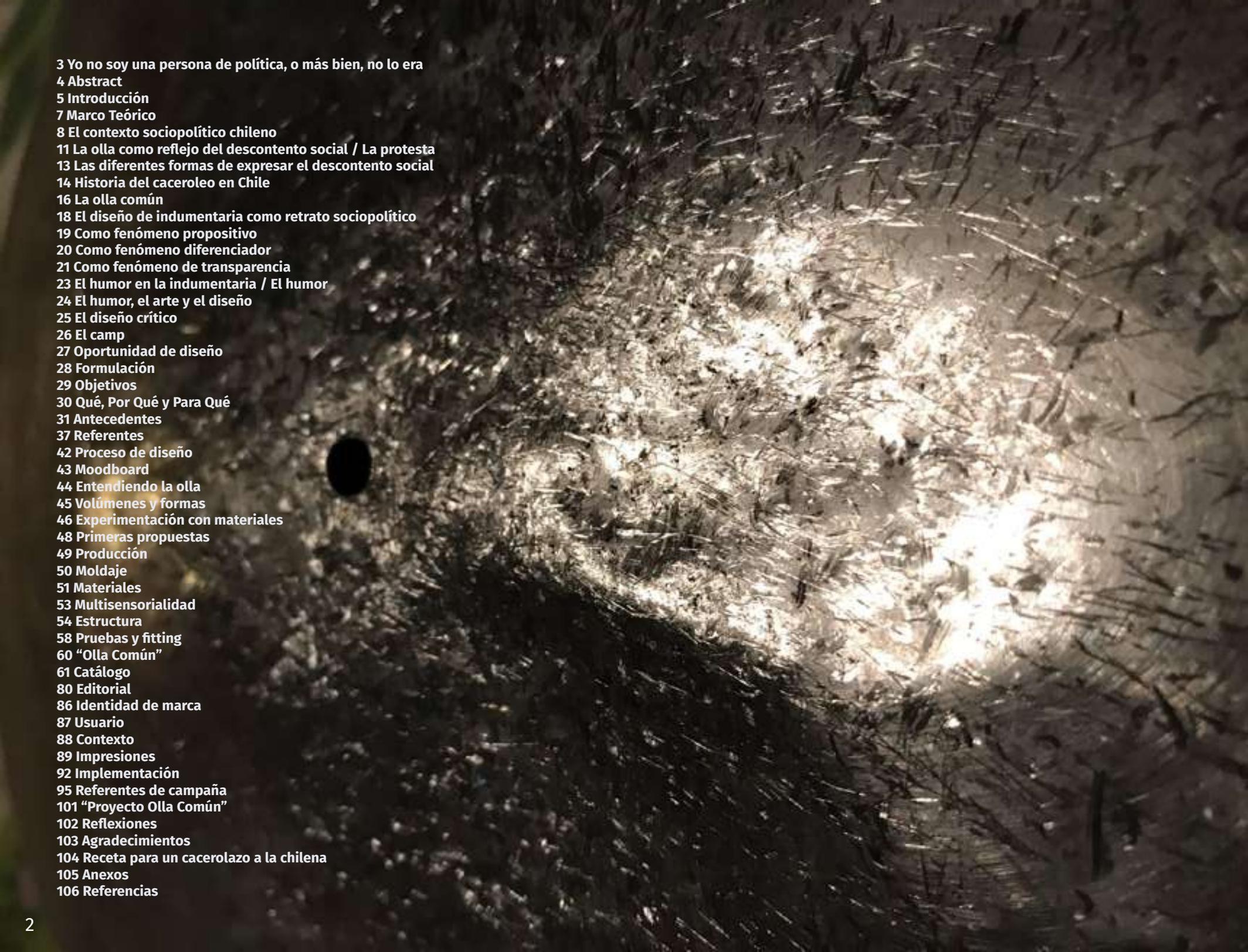
Profesor guía: Soledad Hoces de la Guardia  
Julio, 2021 - Santiago



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

Este proyecto va dedicado a mi familia, que a pesar de las diferencias políticas y sociales que nos dividen, gracias a este proyecto, hemos establecido un diálogo que ha permitido abrir nuestros puntos de vista respecto al país en que vivimos.



3	Yo no soy una persona de política, o más bien, no lo era
4	Abstract
5	Introducción
7	Marco Teórico
8	El contexto sociopolítico chileno
11	La olla como reflejo del descontento social / La protesta
13	Las diferentes formas de expresar el descontento social
14	Historia del caceroleo en Chile
16	La olla común
18	El diseño de indumentaria como retrato sociopolítico
19	Como fenómeno propositivo
20	Como fenómeno diferenciador
21	Como fenómeno de transparencia
23	El humor en la indumentaria / El humor
24	El humor, el arte y el diseño
25	El diseño crítico
26	El camp
27	Oportunidad de diseño
28	Formulación
29	Objetivos
30	Qué, Por Qué y Para Qué
31	Antecedentes
37	Referentes
42	Proceso de diseño
43	Moodboard
44	Entendiendo la olla
45	Volúmenes y formas
46	Experimentación con materiales
48	Primeras propuestas
49	Producción
50	Moldaje
51	Materiales
53	Multisensorialidad
54	Estructura
58	Pruebas y fitting
60	“Olla Común”
61	Catálogo
80	Editorial
86	Identidad de marca
87	Usuario
88	Contexto
89	Impresiones
92	Implementación
95	Referentes de campaña
101	“Proyecto Olla Común”
102	Reflexiones
103	Agradecimientos
104	Receta para un cacerolazo a la chilena
105	Anexos
106	Referencias

**Yo no soy una persona de política, o más bien, no lo era.**

*Cuando el 2019 se anunció el aumento de los treinta pesos en el valor del pasaje de metro en Santiago, jamás creí que llegaríamos como país a un nivel de cambio tan drástico como el reconstruir la constitución. Aquellos meses de protestas y eventos callejeros arremetieron muy fuerte en muchos aspectos con los que me relacionaba diariamente, mi familia, mi trabajo y mis estudios. Como muchos chilenos, tuve que suspender muchas de mis actividades habituales. Postergué proyectos sumamente importantes para mi vida, y dejé de ver a mis familiares por bastantes días.*

*Viví serios momentos de angustia, ira y reflexión. Investigué por mi propia cuenta cuales eran los motivos que desencadenaron dichos hechos, pregunté a muchísimas personas, leí muchos artículos y entrevistas. Intenté por primera vez en mi vida relacionarme con la política chilena.*

*Mi familia pertenece a un vasto legado uniformado. Mi abuelo fue militar, mi papá es Infante de marina y guardaespaldas, mis tíos, hermanos de mi mamá son detectives muy conocidos en el área que manejan, y tengo muchos primos y tíos lejanos carabineros y sargentos. Muchas veces en el proceso de indagación que preparé en aquel estallido social, me topé con muchas críticas a la delincuencia sin saber de lleno cual fue el propósito por el que ocurrió todo, diariamente pasaba por las protestas en plaza Italia, actualmente autodenominada "Plaza De La Dignidad" incluso participé como observador en la marcha más grande de Chile. Avisté incontables injusticias. Corrí. Me escondí. Y averigüé lo suficiente como para generar una opinión respecto a todo lo que ocurría en aquel entonces y que hasta la fecha en menor medida aún continúa.*

*No justifico la violencia que desencadenó todo aquel proceso, sin embargo, entiendo por todo lo que el pueblo chileno ha pasado los últimos años, y gracias a eso puedo empatizar con quienes estaban en las calles, puedo ponerme en el lugar de quienes carceroleaban desde sus balcones, y también puedo ponerme en el lugar de la fuerza policial que comandada por sus superiores y en ocasiones cegada por el poder de un arma de retención, se vio acorralada en sus acciones.*

*Hoy puedo considerarme una persona que es consciente de la política nacional, me informo periódicamente de lo que ocurre. Intento participar de votaciones y critico objetivamente de lo que nos compromete a ser un mejor país. Hoy puedo decir que Pablo Sanhueza es una persona un poco más consciente de donde vive. Una persona un poco más consciente de Chile.*

YO NO  
SOY UNA  
PERSONA DE  
POLÍTICA, O  
MÁS BIEN,  
NO LO ERA.

# ABSTRACT

Chile se enfrenta a una masiva manifestación pública debido a diferentes descontentos en sus habitantes. Diferentes maneras de expresarse decantan en el cacerolazo y la olla como símbolo del descontento colectivo. Analizando el diseño crítico y el humor en la moda, se logra unificar una propuesta de diseño provocativa e insinuante. Se analizan entre otros aspectos la morfología de la cacerola interpretándolos mediante diferentes técnicas provenientes del proceso de costura, zapatería y manufactura de bolsos.

# ABSTRACT

# INTRODUCCIÓN

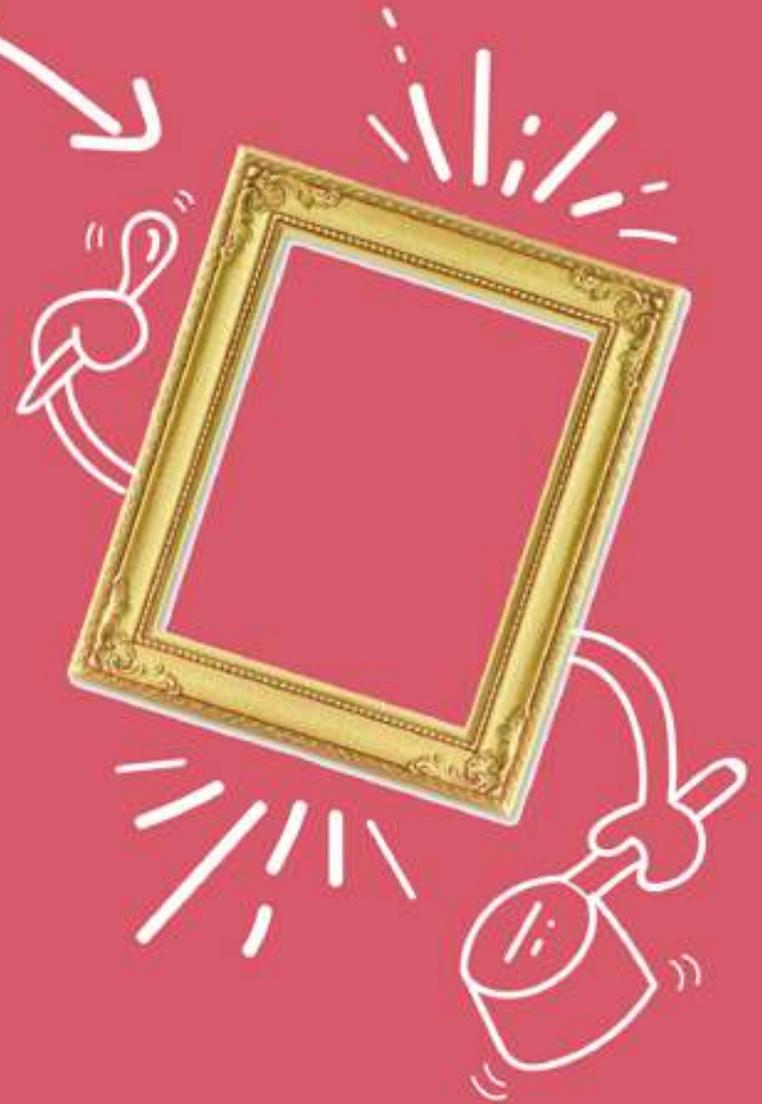
Chile a fines del 2019 se vio envuelto en un proceso decisivo para su historia y habitantes. Motivados por un fuerte dolor colectivo en materia de carencias económicas, sociales y educativas, la gran mayoría de los chilenos se unieron para exigir en las calles cambios de índole administrativo. Ente todas las maneras que se pudieron observar en cuanto materializar dicho descontento, resalta la utilización de la olla como elemento de catarsis y exigencia ante el poder político y social. El siguiente proyecto de diseño se enfoca en analizar con profundidad este elemento simbólico popular mediante la abstracción y la aplicación de elementos propios del diseño crítico. Generando una serie de indumentos provocadores e inquietantes al espectador, el proyecto busca desencadenar un pensamiento reflexivo respecto al suceso que envuelve al país. “Olla Común” es un proyecto que toma a la cacerola como imagen social y la manifiesta desde una perspectiva irónica apoyándose en identidades de alto alcance en medios de comunicación para entregar un mensaje de protesta ante una realidad para muchos injusta.

*“El artista está obligado a vivir con los ojos abiertos y en ese momento la dictadura, la desocupación, la miseria, las huelgas, las luchas obreras, el hambre, las ollas populares crean una tremenda realidad que rompían los ojos.”*

**Antonio Berni**



# MARCO TEÓRICO





# EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO CHILENO

## EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO CHILENO

Es indiscutible que en los últimos meses el país ha pasado por muchos cambios y procesos. A mediados del tercer trimestre del 2019 ya se avecinaba lo que prometería ser una gran huella en materia histórica nacional. A finales de aquel año, con el denominado “estallido social”, la población se vio fuertemente sacudida por las potentes demandas sociales impulsadas por factores de índole económica, social y política. Mónica Gonzalez destacada periodista nacional, describe “la rebelión popular de octubre” como un despertar detonado por una mezcla entre la mala calidad educacional y de salud, descontento y hastío por las AFP y su manejo de pensiones insuficientes, y la curva de desconfianza que llegó a su máximo peak por parte de empresas que manejan sectores importantes de la economía del país (González M. 2020).

Todas estas molestias, motivaron a la sociedad a desplegar su descontento en formas de protestas a lo largo y ancho del territorio, lo que consecuentemente despertó la contención sistemática por parte de la seguridad nacional y con ello un choque de fuerzas fue inminente. Cientos de víctimas resultaron producto de dichas manifestaciones, ojos mutilados, infraestructuras dañadas, entre otros resultados más negativos que positivos marcaron profundamente en la sociedad chilena (INDH, 2019).

Llegado el 2020 con el aire revolucionario aún presente, el anuncio presidencial de un proceso constituyente a modo de solución de las demandas colectivas instauró un fuerte sentimiento de esperanza (España, S. y Fuentes C.2020). Sin embargo poco duró este sentir, pues, las relaciones pueblo-estado se vieron fuertemente tensionadas cuando en los tempranos meses del año, llegaron a Chile los primeros casos de Covid-19, cuya pandemia obligó tomar ciertas medidas de prevención social, caracterizada por toques de queda, aislamiento obligatorio entre otros sistemas de cuidado. (Gobierno de Chile, 2020).

A pesar de todas las eventualidades ocurridas, los chilenos han sobrellevado la situación de maneras muy diferentes y prácticamente

# DIGNIDAD

optimista, recurriendo a diferentes técnicas para manejar, su estrés, glorificando sus creencias, y acumulando fe en lo prometedor que pareciese ser el momento cuando todo acabe (Mac-Clure, O. Barozet, E. y Conejeros, J. 2020).

Elaborar este proyecto en base a todos los acontecimientos que se registran, significa entregar una perspectiva de como muchos de los chilenos se sienten respecto a todas las situaciones que acomplejan el actual habitar diario. Es aportar mediante el diseño, un reflejo del pensar colectivo. Representar mediante una propuesta como diseñador, y chileno. El artista visual Sebastián Burgos se refiere a los acontecimientos forzosos, entregando una perspectiva acertada con relación a este proceso de diseño; “creo que los momentos difíciles son súper motivantes para todos. Desde la disciplina o el trabajo que uno hace como creador, estamos inmersos en un ambiente artístico, y los artistas deberían empaparse de estas situaciones políticas, sociales” (Burgos, S. 2019).





# LA OLLA COMO REFLEJO DEL DESCONTENTO SOCIAL

## LA PROTESTA:

La sociedad siempre ha buscado formas de expresarse, ya sean para mostrar agrado o descontento. Desde un contexto ciudadano, existen claros ejemplos de ello, ya sean participando de fiestas en un parque o regalando ramos de flores a administradores públicos, sin embargo, enmarcado en procesos de angustia colectiva, estas muestras de expresión social se tornan un poco más drásticas que un simple obsequio a una autoridad. A través de la historia se han visto una serie de acontecimientos que reflejan el pesar de los seres humanos que comparten una misma patria o intereses en común. A estos acontecimientos bien se les puede denominar como “protestas” pues el diccionario de Oxford define el protestar como “Exponer una persona de forma vehemente su queja, oposición o disconformidad por algo que considera injusto, inadecuado, ilegal, etc.” (Oxford Languages, 2021).



Para entender mejor la protesta, Miguel Moguel coordinador del área de Derechos Humanos del Centro de Análisis e Investigación mejicano “Fundar” hace un buen análisis respecto a este fenómeno humano, él dice, “La protesta social es un derecho ciudadano. Es un medio para manifestar y expresar opiniones e ideas, pero también para evidenciar públicamente las problemáticas que afectan distintos ámbitos —tanto de manera individual como colectiva— para el ejercicio pleno de derechos. La protesta es también un mecanismo de exigencia social que busca visibilizar una problemática que afecta a un colectivo o a un grupo de personas, y con ello, subrayar la responsabilidad de las autoridades de dar atención a sus demandas y a sus necesidades” (M. Moguel, 2013)

Así mismo, la Comisión Internacional de Derechos Humanos también argumenta explicando, “La protesta social es un elemento esencial para la existencia y consolidación de sociedades democráticas y se encuentra protegida por una constelación de derechos y libertades que el sistema interamericano garantiza tanto en la Declaración Americana de los Derechos y Obligaciones del Hombre como en la Convención Americana de Derechos Humanos” (CIDH, 2019)

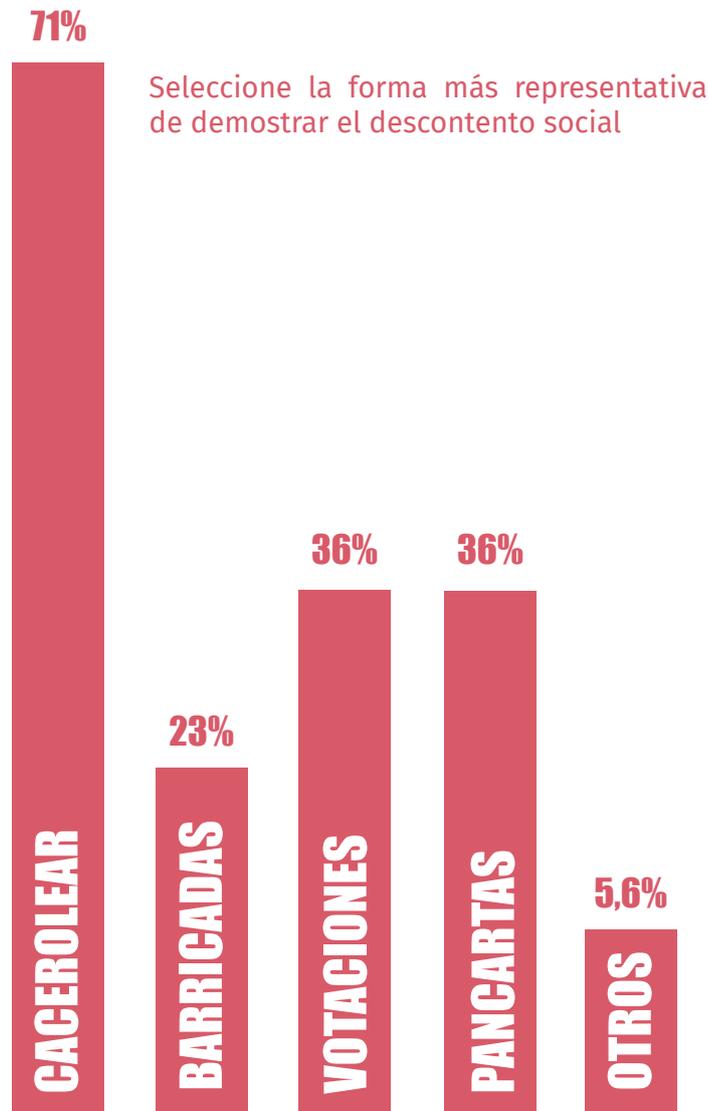
En síntesis, el protestar podría entenderse como una de las maneras óptimas para interpelar públicamente a responsables de descontentos ciudadanos. Es una herramienta que aporta a la libre convivencia entre habitantes y ayuda a una población a transparentar sus requerimientos y necesidades cuando estas no son escuchadas.



# LAS DIFERENTES FORMAS DE EXPRESAR EL DESCONTENTO SOCIAL:

Desnudos, bicicleteadas, vestirse de cierta manera, etc. Existen muchas maneras de expresar el descontento social o protestar; para materia de análisis en este proyecto se optó por organizar un listado breve con las cuatro formas de protesta más recurrentes desde fines del 2019 a la fecha. Con la ayuda de diferentes fuentes de internet y noticieros, el listado podría resumirse en primer lugar marchas, barricadas y muestras de contención callejera. Le siguen las muestras de arte como grafitis, murales, música y pancartas con mensajes sociopolíticos. Luego el voto o sufragio como símbolo protestante, y finalmente pero no menos importante el cacerolear.

Para corroborar la información práctica del listado, se dispuso una encuesta online con un mínimo de 100 encuestados donde se preguntó abiertamente cuáles de las maneras expuestas anteriormente creía usted que es la mejor para demostrar el descontento social. Los resultados son los siguientes. (anexo fig 1)



### Observación:

A simple vista con 67 votos, el método de protesta más eficiente para los encuestados es el cacerolear.

# HISTORIA DEL CACEROLEO EN CHILE:

Quedándonos con el cacerolear como simbolismo de protesta eficaz, se procede a resumir y contextualizar respecto a su introducción al terreno nacional y su paso desde la cocina a las calles.

La migración caceroleara estufa – calle comienza con los “*Chirivaris*” o “*Música Áspera*”, una antigua tradición medieval parecida a un concierto donde las localidades castigaban conductas indebidas de sus habitantes. Tras pasar de los años a inicios del siglo XVII los ruidos con ollas migraron a otras zonas. Para los ingleses, por ejemplo, era común humillar y señalar a individuos mal portados con sus parejas o vecindario ejerciendo ruido sobre ellos con instrumentos de la cocina, como cubiertos o cacerolas. Muchas veces adúlteros y hombres maltratadores eran sentenciados a vergüenza pública como castigo por sus acciones haciéndolos desfilar por callejones rodeados de ruidos avasalladores o simplemente haciendo molestias sonoras por las noches evitando sus descansos. Tal actividad se conoce históricamente como “*Skimmington*”, algo así como “*Castigo Ruidoso*”.

En el siglo XIX, en una Francia regida a manos del monarca Luis Felipe I, los ciudadanos molestos impusieron una manera popular de protestar denominada como “*Casseroles*”, convirtiendo las ollas en fuertes armas políticas, un claro preámbulo de lo que se convertirían los cacerolezos que conocemos hoy. Con el tiempo, estas herramientas de exigencia pública fueron utilizadas en muchos eventos significativos para los franceses y en el resto del mundo hasta la fecha. Argelia, Islandia y España por ejemplo fueron fuertes promovedores del caceroleazo como medio para mostrar el descontento colectivo.

En América Latina, el primer registro de caceroleazo como tal se remonta a Chile. En pleno gobierno del presidente Salvador Allende en la década de 1970, fueron los grupos más acomodados del país quienes impulsaron este movimiento. Las mujeres y dueñas de casa de los sectores más ricos se organizaron y salieron a las calles para demostrar su descontento con el socialismo ante la escasez de productos de primera necesidad. Más adelante con el golpe militar de



el cacerolear se convirtió en un símbolo de la polarización social, y fueron los sectores más vulnerables quienes adoptaron esta actividad para protestar, lo que volvió al caceroleazo un elemento de lucha popular y no solo de la burguesía. “La derecha tiene dos ollitas / una chiquitita, otra grandecita. / La chiquitita se la acaba de comprar, esa la usa tan sólo pa’ golpear” cantaban folcloristas en aquel entonces. (Quilapayún, 1972). Argentina, Venezuela y Colombia también han sido pioneros americanos en incursionar en la olla como herramienta de protesta, pues la olla al ser un elemento de fácil acceso y eficiente llamado de atención sonoro, se ha convertido en un ícono masivo de descontento social.

“SKIMMINGTON”

**OLLA**  
**+**  
**CUCHARA**  
**=**  
**PROTESTA**

## LA OLLA COMÚN:

A la par del cacerolazo, en Chile y en diferentes partes del mundo, la olla fue parte de otro fenómeno colectivo muy importante para la población. La Olla Común.

La académica Clarisa Hardy en su obra respecto a este actuar colectivo define a las ollas comunes como “Organizaciones que agrupan a un número variable de familias que residen en una misma área y que, en razón de sus escasos y/o irregulares ingresos, deciden poner en común algunos recursos económicos, materiales y alimentos, pero principalmente su trabajo, esfuerzo e iniciativas personales, para cocinar en conjunto y satisfacer, en parte, sus necesidades alimenticias”. (C. Hardy, 2020).

En Chile estas actividades tomaron fuerza en la época de la crisis salitrera y la cuestión social, contexto histórico marcado por pobreza, injusticias y mucha violencia sistemática hacia la clase obrera. En aquel entonces familias con muy poca adquisición económica, juntaba sus pocos ingresos para poder alimentarse. Al pasar de los años, el escenario volvió a repetirse con el golpe de estado, y curiosamente, con el estallido social y pandemia, una vez más las Ollas comunes se hacen presentes.





# EL DISEÑO DE INDUMENTARIA COMO RETRATO SOCIOPOLITICO

El ser humano tiene necesidades básicas, las cuales se podrían resumir en “hogar, comer y vestir”. (Dieterlen P. 2001). Desde esta perspectiva, se puede intuir inmediatamente que la vestimenta juega un papel fundamental en el desarrollo humano, brindando un pilar estructural en el cómo las personas se relacionan, conviven y comunican. Desde sus inicios, la indumentaria, ha sido un elemento que ha marcado tendencias y movilizado a la población. Desde que se dejó de utilizar las pendas sólo para ocultar desnudez, como humanidad, se ha manipulado la vestimenta como una herramienta y lenguaje. Como dice Patricia Doria, diseñadora argentina en uno de sus escritos, “El vestir predispone al cuerpo a una metáfora poética, ha permitido narrar con sus cambios, junto a los signos exteriores los procesos culturales” (Doria P. 2017).

Desde un punto de vista social, el vestir y accesorizar han aportado importantemente a la labor de combatir y/o apoyar ideales colectivos, apartar corrientes sociales y no menos importante ha permitido exponer problemáticas y carencias en materia universal de desarrollo. Utilizando al cuerpo como lienzo, la humanidad a través de los años ha profundizado en estos ámbitos realizando propuestas elaboradas. Desde Cleopatra en el antiguo Egipto, hasta Melania Trump en la contemporaneidad. La indumentaria es un fenómeno sociopolítico propositivo, de diferenciación y evidenciador.



## COMO FENÓMENO PROPOSITIVO:

Para entender la indumentaria como un fenómeno de propuesta, basta con dar un vistazo a la historia. En múltiples ocasiones hemos apreciado como los seres humanos hemos desafiado los ideales establecidos para dar paso a nuevas formas de vestirse. Un ejemplo bastante claro es analizar el período de traspaso del corsé y crinolina a fines del siglo XIX.

A lo largo del tiempo estas acciones han servido como estudio de comportamientos humanos con relación a un determinado periodo histórico. Cientos son los estudiosos que a través de la indumentaria han determinado ideologías y atrevimientos, y pues es bastante entendible ya que como se menciona por McDowell “La moda de indumentaria se ha convertido en una especie de catalizador que vuelve posible el desarrollo en muchas áreas de la vida; desata la imaginación y permite que se acepten nuevas ideas y conceptos. Si bien ha sido tildada de trivial y no más que una diversión del género femenino, la moda se ha vuelto una fuerza creativa muy pronta a influenciar a todos y cada uno de los individuos (McDowell, 2000). Desde esta perspectiva es incluso más fácil entender por qué entidades del mundo de la indumentaria como Christian Dior con el “New Look” o Vivienne Westwood con el Punk Rock de los 70’s intentando reflejar una realidad contemporánea, utilizaron la indumentaria como catalizador y propuesta para generar una influencia en la historia.

La indumentaria como una herramienta de comunicación va más allá de un discurso político, de reglas de protocolo y ceremonial. La indumentaria tiene su propio lenguaje. Es importante dejar de verla sólo como moda para pasar a verla como una herramienta de poder y gobierno (De la Riva, 2012).



## COMO FENÓMENO DIFERENCIADOR:

El ser humano social necesita resaltar. Como afirma el sociólogo George Simmel, “La imitación de un modelo dado, satisface así la necesidad de apoyarse en un determinado grupo [...] Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse” (Simmel, 2014). En la indumentaria esto podría hacerse un tanto más evidente pues, la ropa y accesorios son un elemento que permite un juego bastante amplio y abstracto respecto a llamar la atención. Para entender mejor este punto propongo analizar la influencia diferenciadora de la indumentaria en la política con dos ejemplos.

El primero de ellos analiza la importancia del color indumentario en un contexto político. Como dicen los expertos, “Históricamente, el color ha sido empleado como estrategia de persuasión en distintos contextos: social, comercial, religioso, militar y político” (Valdez, Huerta y Díaz, 2012). Es popularmente conocido cómo ciertos colores son asignados a diferentes grupos o partidos. Como estos colores se transforman en un símbolo de ideales y corrientes administrativas que más allá de mover masas se transforman en elementos evangelizadores de ciertas corrientes de pensamientos como por ejemplo la relación entre el comunismo y el color rojo.

El segundo ejemplo nace gracias al estudio de la autora Madeleine Albright y su libro “Arsenal de Estado”. “En el libro, la autora repasa la historia de su colección de más de 200 broches y cómo elegía cada uno dependiendo del acto político o el país al que tuviera que acudir. Por ejemplo, En el año 2000 lució un broche enorme con la bandera americana llena de brillantes en su visita a Kim Jong-Il en Corea ; cuando visitó a Mandela, optó por una cebra que simbolizaba su unión con la nueva África”. (Vogue, 2018).



## COMO FENÓMENO DE TRANSPARENCIA:

La indumentaria comunica lo que no podemos ver a simple vista. “Tanto en forma individual como en forma colectiva, la ropa es un código que nos informa sobre la concepción del mundo de un período histórico, así como también, sobre la psicología de la persona que se manifiesta invariablemente y en forma visible mediante su atuendo”. (Marsal, 2003).

Estudiar el cómo, dónde y con qué se viste un individuo, no solo ayuda a entender diferentes comportamientos humanos, sino que además aporta a comprender ciertas conductas implícitas. Para entender mejor esto basta con dar un vistazo al mundo cinematográfico y teatral. En este universo,

el rol psicológico y no verbal que lleva la ropa ayuda a crear atmósferas y a comunicar aristas de los personajes que no necesariamente reflejan sus personalidades. Gracias al vestuario, podemos apreciar cuando un personaje sufre internamente, o cuando este posee características o dones especiales. La diseñadora de vestuario, Deborah Lynn Scott, da un ejemplo de la importancia de este punto mediante su rol como vestuarista en la conocida película “Titanic”. “Los colores de los vestidos de la protagonista deben revelar al espectador las peculiaridades del carácter de Rose. Así, un vestido de color rojo vivo, apaciguado con un encaje negro translúcido, insinúa el espíritu apasionado y obstinado de la joven, limitado por las rígidas normas sociales que se ve obligada seguir. Pero la historia con los atuendos de la protagonista no termina con esto. En la escena final, Rose vuelve a estar en el Titanic, pero ahora con un vestido blanco. Cabe reseñar que su diseño y corte coinciden completamente con el vestido rojo que llevaba Rose cuando conoció a Jack. Esto nos muestra que entre los personajes y su amor ya no hay más barreras”. (D. Lynn Scott, S.F)





# EL HUMOR EN LA INDUMENTARIA

## EL HUMOR

El humor siempre ha acompañado al ser humano. Hay quienes incluso apuntan a que el humor es aquella cualidad humana que nos diferencia de las demás especies, que el reír es parte fundamental del individuo pensante y razonable. Pablo Neruda bien dijo en su obra “la risa es el lenguaje del alma”, y como no estar de acuerdo si reír es una actividad que puede marcar momentos, situaciones en nosotros. Quién no tiene un momento en mente donde las risas han sido el objeto de recuerdo más significativo con algún ser querido. El humor y las risas nos acompañan y nos tatúan inconscientemente.

Desde una perspectiva histórica y social, los humoristas siempre han estado presentes tanto en círculos de poder como en agrupaciones populares. Desde el medievo con los arlequines hasta la actualidad con los comediantes de stand up; siempre ha existido alguien que hace reír con el afán de entretener, comunicar y concientizar camufladamente tras algún chiste o jugarreta bien intencionada. “Quien nos hace reír es un cómico. Quien nos hace pensar y luego reír es un humorista”, dice el actor estadounidense George Burns. En este sentido el humor se ha desarrollado en múltiples áreas de interés. En la cocina, la música y por supuesto la moda, la indumentaria y el diseño en general.



## EL HUMOR, EL ARTE Y EL DISEÑO

Desde que en 1917 Marcell Duchamp propuso su obra “La fuente”, el mundo del arte y el diseño se rindieron abiertamente al humor y la crítica a la que una obra hasta aquel entonces podía provocar. Aquel evento marcó sin duda una fractura en la rigurosidad de experimentar en propuestas con cierta ironía y sarcasmo en la realización de piezas; y siguió así a través del tiempo.

Pasaron los años y el humor e ironía artística jugó un rol fundamental en muchas sociedades, facilitando la reflexión y la crítica respecto a problemas reales que popularmente no tenían cabida para ser discutidos. En el escrito “El humor en el diseño de moda contemporáneo” se cita lo siguiente, “La relación que se forma entre contextualizar y transgredir es el punto de partida del mundo del humor y es su centro, ya que crea el entorno, presenta los personajes con una clara identificación en una situación familiar y, por último, produce la ruptura [...] el humorista, crea un juego en el que necesita cierta com-

placidad por parte del espectador y su mayor compromiso. Los dos deben realizar todas las acciones a la par: reflexionar, criticar, burlar y entretenerse. Lo más importante en esta instancia es llegar a la eficacia cómica resumiendo su idea y facilitándole el entendimiento al espectador. El humor en el diseño de moda contemporáneo (Fenoglio Carrizo, Chiara. 2015).

De lo anterior se concluye que el humor en el arte y el diseño posee tres aspectos esenciales. El primero es establecer un contexto. Como todo en la vida, contextualizar es fundamental para entablar un diálogo con cualquier individuo. Sin situar al espectador en una atmosfera conocida, el mensaje carece de un hábitat, y peor aún, se corre el riesgo a la malinterpretación.

El segundo aspecto es la síntesis. Para efectos transgresores, es fundamental sintetizar el mensaje. Simplificar al máximo una señal ayuda a que los espectadores entiendan el fin del proceso humorístico de manera fácil y sencilla. Saltarse este paso, podría caer nuevamente en malinterpretaciones y/o frustraciones por no comprender lo que se desea comunicar.

El tercer y último recurso es el impacto. Provocar una ruptura en el contexto habitual de un individuo es quizá la parte más importante de todas, pues sin ella, los espectadores no prestarían atención y el mensaje no se transmitiría ni replicaría.



## **EL DISEÑO CRÍTICO**

Inmaculada Torres en su investigación respecto al diseño crítico señala mediante un dialogo entre estudiantes de Berlín que “El diseño solo ganará el nombre de crítico cuando deje su zona de confort y empiece a mirar más allá de su privilegio, hacia lo real” (I. Torres, 2015).

Esta mirada es importante pues se deduce que el diseño crítico es en sí un diseño activista. Un diseño que promueve ideologías más allá se ser una cosa creada con un propósito en específico.

“El diseñador tiene que ser consciente de su responsabilidad moral y social. Porque el diseño es el arma más poderosa que ha recibido el hombre para configurar lo que produce, su medio ambiente, y, por extensión, a sí mismo; con ella debe analizar las consecuencias de sus actos, tanto del pasado como del futuro predecible. El trabajo del diseñador se complica en gran manera cuando cada retazo de su vida se halla condicionado por un sistema orientado al mercado y los beneficios...” (V. Papanek, 2014).

# **EL DISEÑO CRÍTICO ES ACTIVISTA**

## EL CAMP

En el diseño de moda, el humor, la sátira y la crítica han convivido durante muchos años. Tal ha sido la presencia de estos elementos que la misma rama de la moda ha denominado esta convergencia como “Camp”.

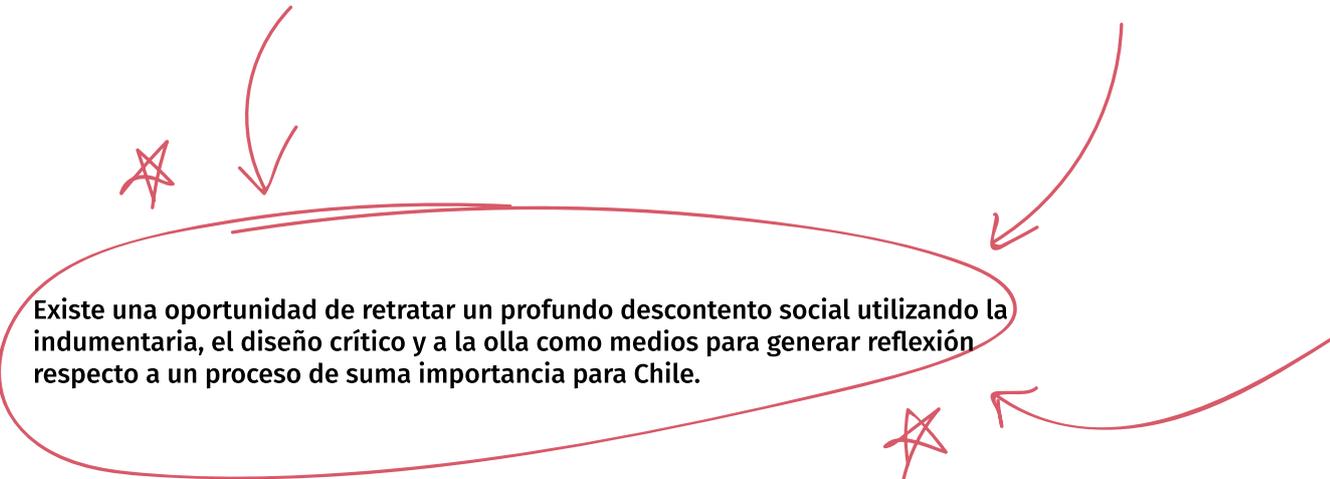
El Camp tiene inicios en el mundo del drag y el transformismo como método de expresión libre y exagerada respecto a ciertos temas que en aquel entonces eran difíciles de tocar por las comunidades iniciadoras del movimiento. “La esencia del Camp es un amor por lo poco natural, por el artificio y la exageración. El Camp es esotérico, algo de código privado, un emblema de identidad incluso, entre pequeñas hermandades urbanas” (S. Susan, 1964).

Esta corriente de diseño de indumento extravagante ha tomado tanta fuerza que expositores de la alta costura como Moschino o Mugler han llevado esta propuesta a las grandes pasarelas alrededor del mundo. Es más, el Camp ha sido tan popular que jugó el rol protagónico en la exposición del MET (Museo Metropolitano de Arte de la ciudad de Nueva York) en el 2019, promoviendo la utilización de este estilo en particular entre estrellas y celebridades de altísimo calibre. “Camp no es kitsch, sino la habilidad única de combinar el arte más elevado con la cultura pop”. (A. Michele, 2019)



# OPORTUNIDAD DE DISEÑO

## OPORTUNIDAD DE DISEÑO



Existe una oportunidad de retratar un profundo descontento social utilizando la indumentaria, el diseño crítico y a la olla como medios para generar reflexión respecto a un proceso de suma importancia para Chile.

# FORMULACIÓN

A CONTINUACIÓN  
SE PROCEDE A  
FORMULAR EL SIGUIENTE  
PROYECTO DE  
DISEÑO



# OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de indumentaria que a través de la olla como símbolo popular refleje una realidad sociopolítica chilena contemporánea.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE 1: Levantar información y comprender el contexto sociopolítico chileno desde finales del 2019 a la actualidad.

OE 2: Estudiar y analizar la olla como elemento popular en el contexto de crisis social en Chile.

OE 3: Analizar quiénes son los principales embajadores de los ideales de la revuelta social e identificar sus similitudes.

OE 4: Diseñar una propuesta de diseño de indumentaria crítica basada en la olla como símbolo popular de los eventos que envuelven a Chile durante su último período.

OE 5: Realizar una campaña de difusión pertinente a la propuesta de diseño

## INDICADORES:

- *Elaboración de un punto de vista crítico y reflexivo.*
- *Planificación de encuestas respecto a formas de materializar el descontento social y confirmación de usuarios estratégicos.*
- *Registro de reacciones.*
- *Medición de alcance e impacto en redes.*

# QUÉ

Propuesta de indumentaria inspirada en el contexto sociopolítico chileno y la olla como símbolo

# PORQUÉ

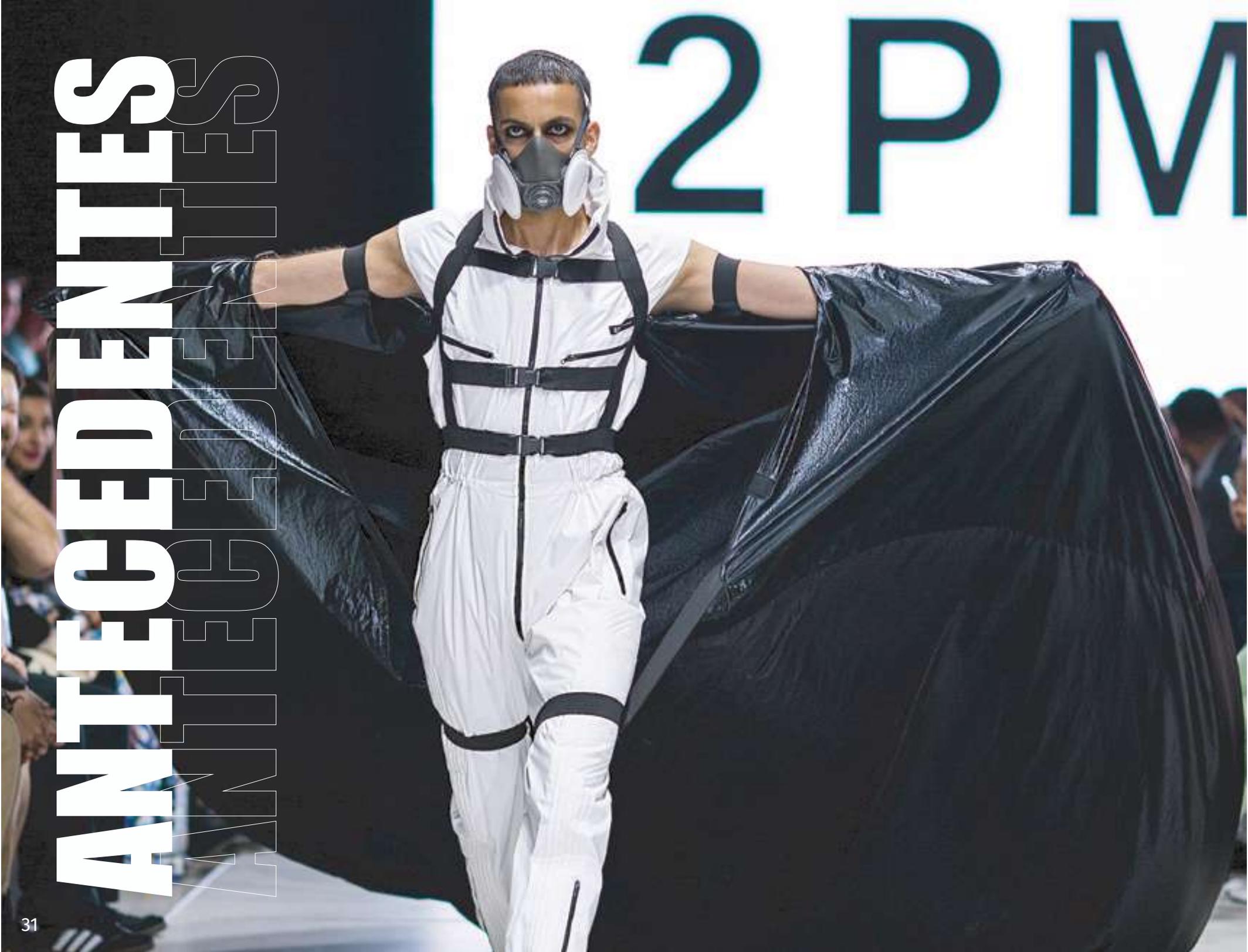
Existe una oportunidad de retratar la realidad en el país de Chile bajo una perspectiva irónica y reflexiva mediante el diseño crítico y la indumentaria.

# PARAQUÉ

Para concientizar a la población mediante la crítica, la sátira y el diseño, respecto a un fenómeno sociopolítico que ocurre hoy en Chile.

# ANTECEDENTES

2 P M





## EN CADENA

El taller Vielu Joyas, dirigido por Luis Correa y su hija Emily, hicieron un llamado por redes sociales a realizar un cabildo de orfebres, donde surgió la idea de hacer la cadena más larga del mundo. Cada autor aportaría un tramo de 18 cm, el largo de una pulsera. (Quinta Trends, 2020).

“... se quiere llegar a un largo de 18 metros, el número coincide con la fecha del estallido. Esta hermosa y variada cadena que representa la unión del sector, y la empatía hacia las demandas expresadas estos últimos meses por una gran cantidad de chilenos. La pieza será exhibida en el Museo de la Memoria para la celebración de los cuatro meses del estallido. Pero ese no es su único lugar, con ella se quiere hacer protesta pacífica en la calle, donde será exhibida y portada por el gremio en puntos estratégicos de la ciudad” (O, Liliana, 2020)



## 2PM

Paulo Méndez, diseñador chileno que ha tenido la oportunidad de poder participar en diversas pasarelas, tanto nacional como internacional, en noviembre del 2019 presentó su línea “2PM” en el desfile Mercedes Benz Fashion Guatemala, pero en esta oportunidad aludiendo a lo que está sucediendo en Chile, en cuanto a las víctimas de Estado, las violaciones de los Derechos Humanos, entre otros. (Sourmagazine.cl, 2020)





## MOSCHINO

El espíritu irreverente y contestatario es el pilar sobre el que se fundó la marca italiana Moschino y, además, el responsable de su éxito. Esta fama, basada en la inquietud del espectador y la ironía del creador, provocó un giro al mundo de la moda que, en su momento, reinaba con un carácter estructural y conservador. Franco Moschino se consideraba un artista al estilo Warhol, más que un diseñador al uso. De hecho, esto es notable en la ironía de sus publicidades gráficas por las que su marca llega a convertirse, en muy poco tiempo, en una de las más populares de Europa. (C. Fenoglio, 2015)

Hoy la irreverencia de la marca se mantiene vigente gracias a la mente creativa del diseñador Jeremy Scott, cuyas críticas a la sociedad moderna han encajado perfectamente con la imagen de la casa de costura. "Este último tiempo la marca nos hace partícipes de un humor satírico en el cual expresa una indignación hacia algo o alguien con un propósito lúdico y burlesco. Los abusos o las deficiencias se ponen de manifiesto por medio de la ridiculización, la farsa y la ironía para lograr una mejora de la sociedad. (Martin, 2008)



# DIFFERENTES



# AFICHISMO POLÍTICO

El afichismo político se replicó a través del mundo y la historia, de ellos se rescata el énfasis en una ideología y la entrega de un mensaje claro y resumido.

Al producirse la Primera guerra mundial (1914-1918), la práctica de la radiodifusión no existía de un modo consolidado y como el cine estaba en una fase incipiente, el afichismo fue una herramienta muy importante para la comunicación a las masas de la propaganda de Estado. Su participación resultó decisiva en el traslado de las políticas destinadas a la adhesión y cohesión de los ciudadanos que no estaban en el frente. Los afiches se volvieron un arma eficaz para la construcción de la ideología nacional de aquellos países que participaron de la contienda. (Revista de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Nacional del Litoral, S.F).

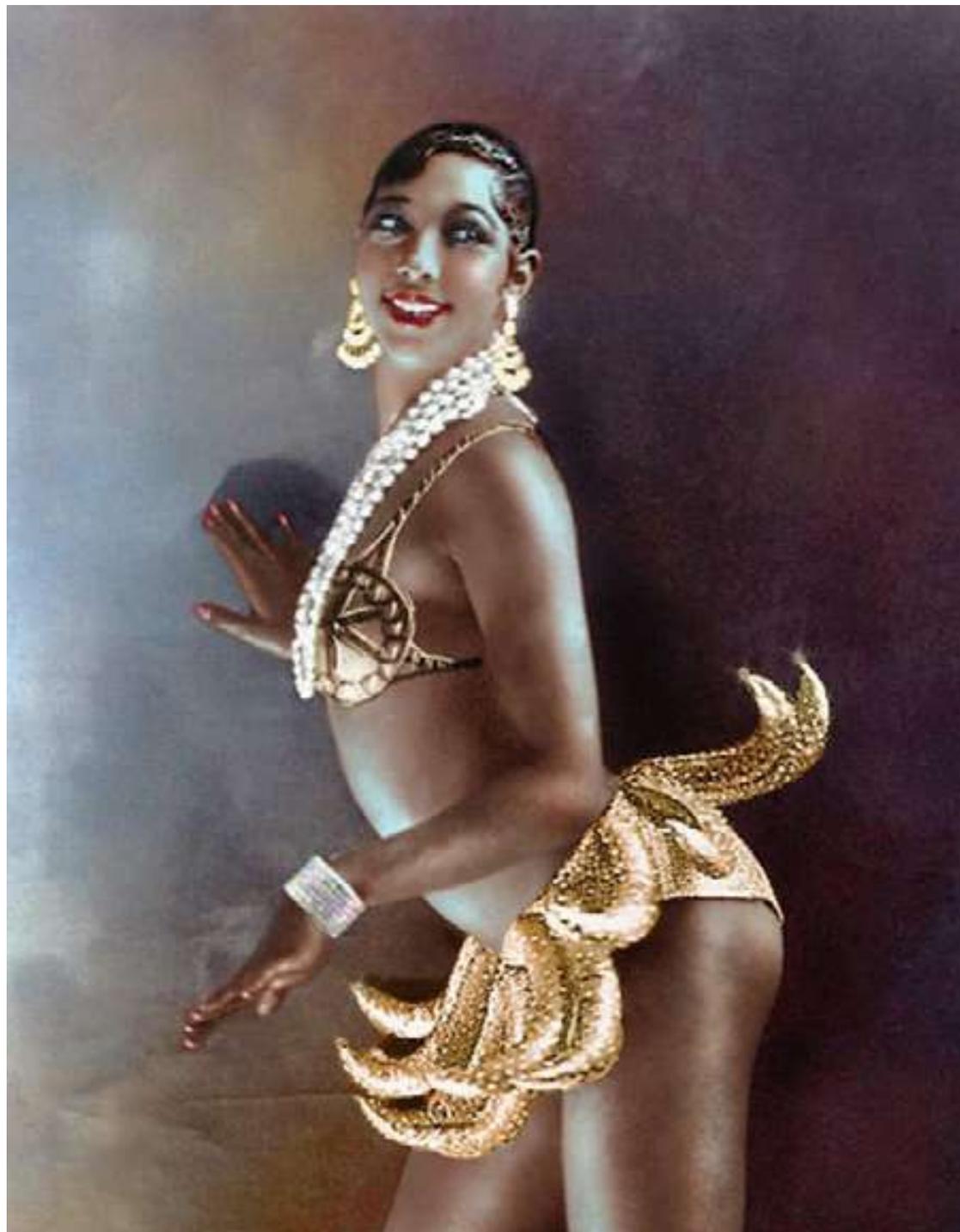


# JOSEPHINE BAKER

Fue la primera mujer afrodescendiente en aparecer y protagonizar una película, *Zou-zou* (1934), en integrar una sala de conciertos en Estados Unidos, y en convertirse en una animadora de fama mundial. Conocida también por sus contribuciones al movimiento por los derechos civiles en Estados Unidos (Coretta Scott King le ofreció el liderazgo no oficial del movimiento en 1968 tras la muerte de Martin Luther King, pero lo rechazó). (Wikipedia, 2021)

Además, ayudó a la resistencia francesa durante la Segunda Guerra Mundial, y recibió el honor militar francés, la Croix de guerre.

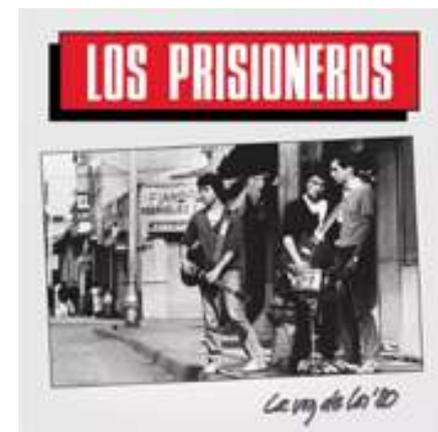
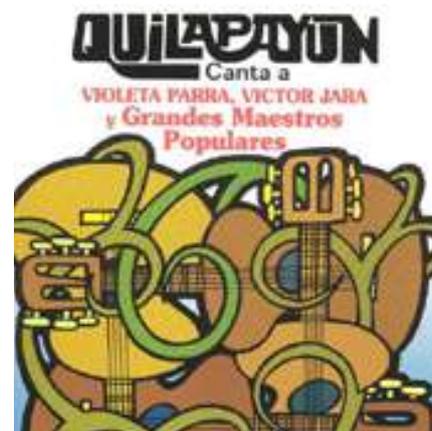
Se rescatan entre todas sus cualidades la actitud activista, solidaria y consciente por los contextos en los que vivió y el abanico de indumentaria atrevida que sirve hasta el día de hoy como inspiración para muchos.



# MÚSICA REVOLUCIONARIA

Desde una intención por retratar los acontecimientos sociales, la música ha jugado un rol fundamental en este proceso, inmortalizando en sus versos claros pasajes de sus respectivas historias y momentos. Un ejemplo nacional de ello es el conocido grupo “Los Prisioneros”, una banda que surgió en plena dictadura militar y plasmó en su música diferentes aristas de la sociedad contemporánea. “(...) un mensaje político firme y urgente, enunciado al margen de las ideologías partidistas. Un éxito todavía más sorprendente si se toma en cuenta que el trío floreció en plena dictadura militar, período en el que la difusión de la música juvenil estuvo coartada por una censura sistemática e incontables dificultades” (Memoria Chilena, s.f).

Es importante destacar de este ejemplo, el proceso de abstracción que se realizó al incorporar de manera artística diferentes acontecimientos importantes para la época, y más aún, su aporte a la sociedad desde una perspectiva expresiva.



# KEITH HARING

El arte entendido como un instrumento de reivindicación, conciencia social y rearme moral encontró en los años ochenta un referente en el estadounidense Keith Haring (1958-1990) a través de una obra gráfica que ya forma parte de los principales museos y galerías del mundo. (EFE, 2019)

De este artista se desprende precisamente su capacidad de criticar a la sociedad mediante el arte popular y su gráfica simple, llamativa y expresiva.



# STOP AIDS

# PROCESO DE DISEÑO



WOODWARD



WOODWARD

## LA OLLA

De aluminio primordialmente, en sus inicios se utilizaban ollas o sartenes de esta materialidad pues eran los que existían en Chile. Actualmente se utilizan de todo tipo de materialidad y con diferentes tipos de tratamientos, colores, formas y acabados.

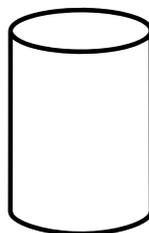


## LA CUCHARA

Mucho más representativa del cacerolazo que las ollas comunes, la cuchara de palo se ha convertido en un elemento que desde sus inicios ha acompañado a la olla tanto en la cocina como en la calle. Este elemento si bien clásicamente es elaborado con madera, en ocasiones es sustituido por cucharas o cucharones de metal o aluminio.

## SÍNTESIS

Al analizar y comprender la morfología del conjunto de "ollas" que forman parte de las interacciones, se pueden abstraer los siguientes elementos de síntesis. La principal forma geométrica que estructura la mayoría de los objetos de estudio es el cilindro. De diferentes tamaños y alturas, los cilindros son sin duda el pie fundamental de cualquier elemento que quiera parecer o similar un cazo.



Otro elemento que sintetiza la morfología de una olla es la agarradera o asa, por lo general se encuentran dos tipos, las orejas y los mangos. Las orejas originalmente son tiras de metal que se curvan y enrollan a lo largo, se dejan ambos extremos planos para ser remachados al cuerpo de la olla o sartén. Hoy las orejas son mayoritariamente de plástico no conductor.

Las orejas de las ollas más antiguas son negras. Los mangos por su parte son mucho más grandes y gruesos, originalmente se componen y fabrican de la misma forma que las orejas, salvo que el cuerpo enroscado queda estirado y eventualmente lleva un orificio para colgarse. Hoy igualmente las encontramos de plástico.



## TIPOS DE OLLAS

Para este proyecto se denomina "olla" como a todo recipiente de cocina que pueda ser utilizado para cocerolear o utilizarse en el proceso de olla común.



### Cacerola/olla convencional

Diámetro: 24 cm  
Altura: 10 cm  
Uso: Cocciones de todo tipo



### Fondo

Diámetro: 28 cm  
Altura: 30 cm  
Uso: Cocciones de todo tipo en cantidades



### Cazo

Diámetro: 16 cm  
Altura: 7 cm  
Uso: Cocciones preferentemente líquidos



### Arrocera

Diámetro: 18 cm  
Altura: 7 cm  
Uso: Preparación de arroz o salteados



### Sartén

Diámetro: Variedad de medidas  
Altura: 4 cm  
Uso: Freír o saltear



### Paila

Diámetro: 16 cm  
Altura: 4 cm  
Uso: Huevos fritos o preparaciones muy pequeñas



### Coladera/colador

Diámetro: 22 cm  
Altura: 10 cm  
Uso: Ecurrir líquidos



### Tapa

Diámetro: Variedad de medidas  
Altura: 1,5 cm  
Uso: Cubrir todo tipo de ollas

# VOLÚMEN Y FORMAS

El inicio experimental del proyecto comenzó por simular la geometría de una olla en papel. Una vez abstraída la forma principal de una cacerola común, el siguiente paso fue crear mockups de indumentos potencialmente realizables.



# EXPERIMENTACIÓN CON MATERIALES

Encontrar la manera óptima de simular una olla mediante la costura y el diseño de indumentaria requirió una serie de manipulación y experimentación con materiales. Debido a la escasez provocada por la pandemia, los primeros prototipos se realizaron con materiales caseros tales como pantalones de colegio viejos, cajas de cereales, cables viejos de teléfono, entre otros.



FIGURA N°1



FIGURA N°2



Los siguientes prototipos sirvieron de ayuda para encontrar un método de construcción que permitiese mantener la forma cilíndrica particular de una olla convencional y una superficie tensionada y lisa.

**Figura N°1** fue cosida a partir de solo dos piezas de tela, con una sola costura alrededor de la circunferencia.

**Resultado:** *Poco estructural. Se infla la superficie.*

**Figura N°2** siguió la manufactura del primer ejercicio, más una incorporación de cartón entre las capas de la circunferencia superior.

**Resultado:** *Superficie más rígida pero aún sin forma definida.*

**Figura N°3** tuvo la aplicación de un sesgo de tela rodeando la cara superior.

**Resultado:** *Buena estructura. Poca Tensión.*

**Figura N°4** tuvo sesgo de tela y además la incorporación de un cableado fino en el interior de él.

**Resultado:** *Buena estructura y tensión superficial.*

FIGURA N°3

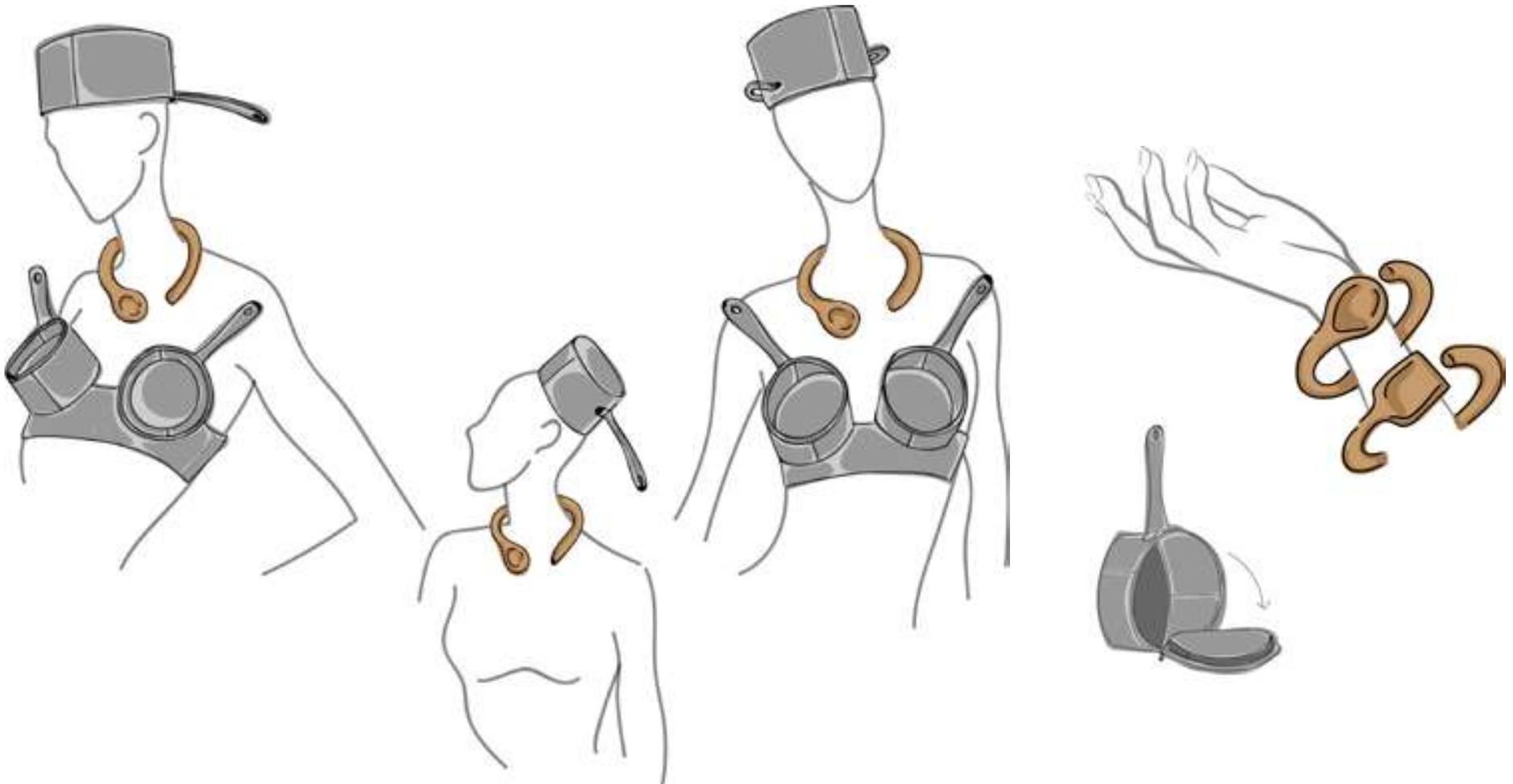


FIGURA N°4



# PRIMERAS PROPUESTAS

Los primeros indicios de diseño sirvieron como guía para el resto del proceso. Limitado por la escasez de material, los indumentos que surgían iban diseñándose y produciéndose al mismo tiempo que se realizaban; esto porque, al haber manipulado y maestreado la forma principal (El cilindro), el resto de piezas surgieron naturalmente al variar tamaño y agregándoles apéndices para su utilidad.





**PRODUCCIÓN**



# MOLDAJE

Debido a que las primeras experimentaciones de volumen y formas resultaron muy favorables, estas mismas sirvieron como moldes para cortar cada una de las piezas para la construcción.

Es importante mencionar que cada molde en si posee medidas reales de ollas que se encuentran en una cocina convencional, diámetro y altura. Incluso los mangos y orejas son construidas a partir de utensilios comunes y sus medidas.

# MATERIALES

Tras la investigación previa relacionada al volumen y planimetría de una olla convencional, se requirieron materiales con características muy específicas tales como cierta rigidez y estructura, un acabado brillante similar al aluminio, resistencia y de fácil manipulación.

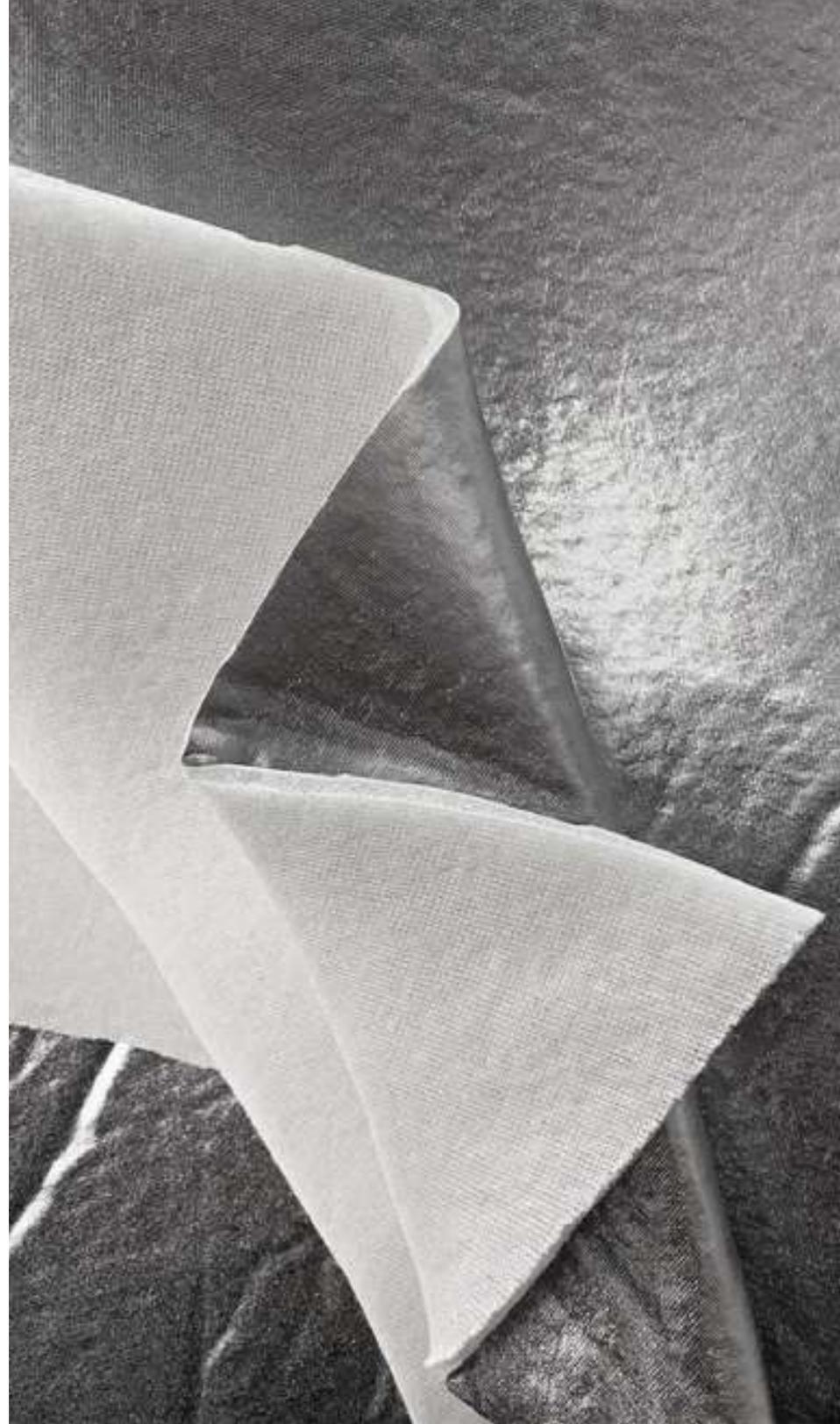
**Pana Lamé:** Se escogió esta mezcla de textiles preparada pues es un textil que une dos materialidades perfectas para la realización de este proyecto. Por un lado, lamé metalizado, cuyo acabado plateado es muy conveniente para simular la superficie de una olla común y corriente. Por la parte de atrás de aquella tela, esta adherida a una delgada capa de esponja de poliuretano lo suficientemente resistente para dar estructura a cualquier conformación.

**Cable:** Para mayor rigidez y mantener la estructura curva de las ollas, fue necesario un cableado de 3 mm a modo de guía en ambos extremos del cilindro. Para su unión fue necesario recubrir con una tira de sesgo del material principal (pana lamé).

**Cartón y mica:** En indumentos más rígidos como bolsos y viseras fue necesario utilizar una mezcla de cartones de diferentes grosores y micas de acetato para impermeabilizar.

**Broches, cadenas, uniones y forro:** Para garantizar la utilidad y funcionalidad de las piezas, fue necesario incorporar elementos extras para el acabado final. La mayoría de ellas fueron cosidas y únicas con pegamentos específicos en la manufactura de zapatos y sombreros.

**Cucharas de palo:** Como valor agregado y para la realización de accesorios se utilizaron diferentes medidas de cucharas de palo obtenidas en diferentes puntos de Santiago, desde ferias libres hasta bazares.





# MULTI SENSO RIALIDAD

Un factor importante dentro del diseño de este proyecto fue agregar el valor de multisensorialidad. Con esto se refiere a incorporar diferentes elementos que apoyen y refuercen la percepción de un cacerolazo convencional. Entre estas características se encuentra incorporar no solo el sentido de la vista, el tacto, sino que el sonido fue un desafío que intentó abordarse de igual manera.

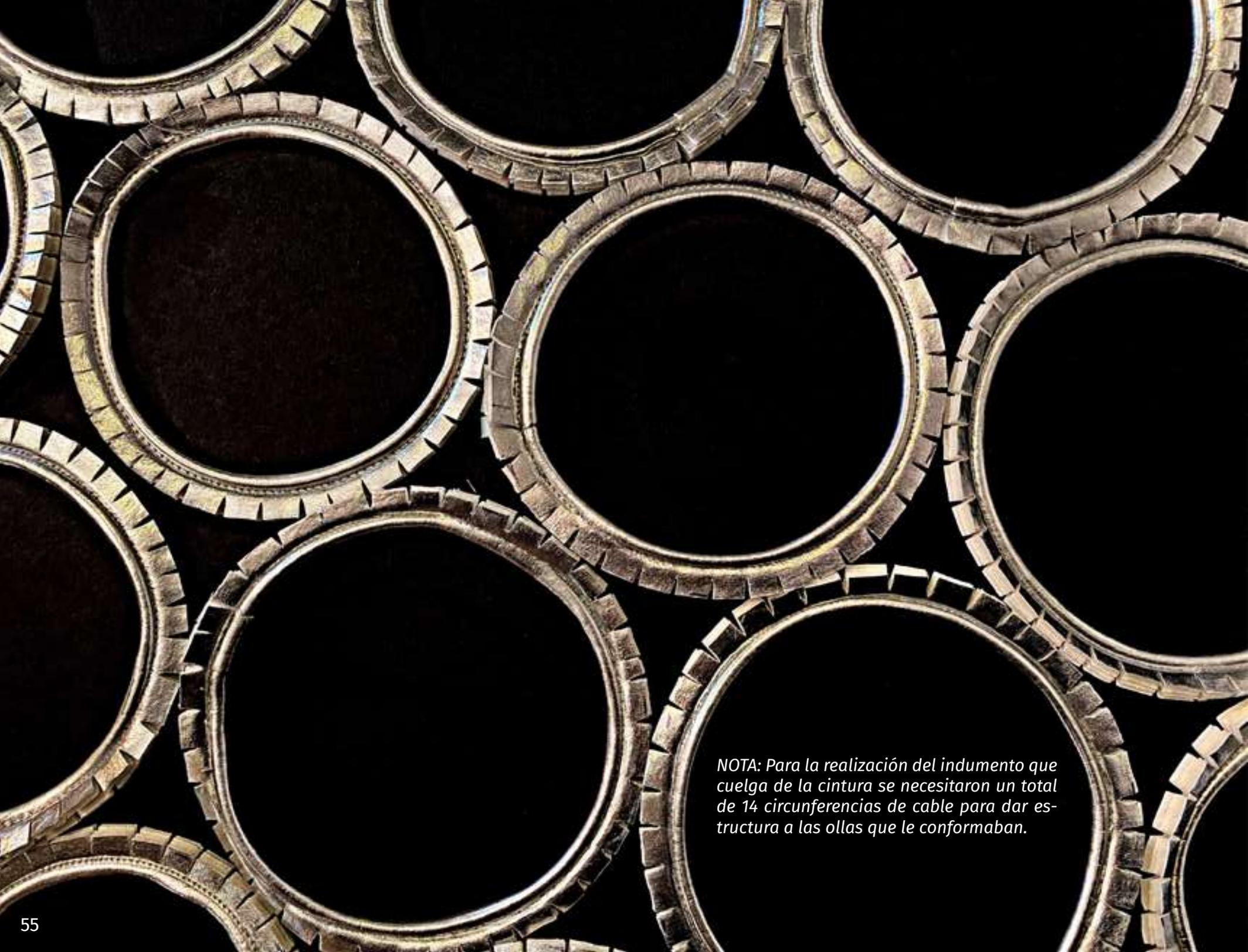
Para los primeros sentidos fue necesario un estudio volumétrico y de material que se pareciera a una cacerola, pero para emular el ruido emitido por una olla al ser abatida se optó por aplicar unas finas placas de aluminio como terminación en algunas de las bases de ciertos objetos.



# ESTRUCTURA

Como se menciona en el proceso de experimentación de materiales (pág. 46) Parte importante de la manufactura del proyecto se sostiene a través de una estructura a base de cableado de cobre recubierto en el borde de cada olla. Esta cualidad aporta soporte y tensión a cada figura elaborada, sirviendo como pilar fundamental para el desarrollo práctico. Además de ello, diferentes elementos estructurales como tapas y broches también aportaron a la estructuración de los objetos.

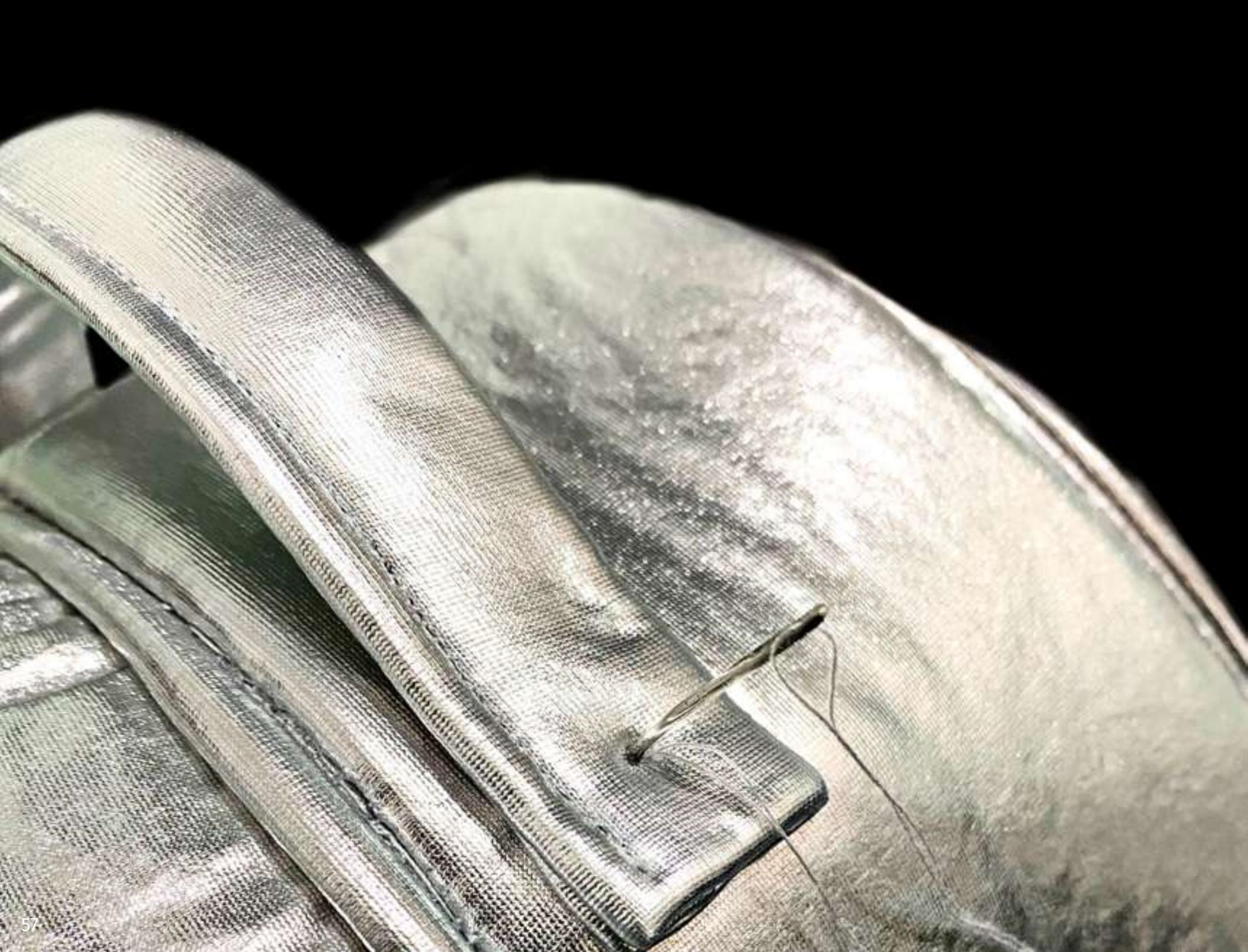




*NOTA: Para la realización del indumento que cuelga de la cintura se necesitaron un total de 14 circunferencias de cable para dar estructura a las ollas que le conformaban.*

*NOTA: La producción de los objetos se realizó utilizando herramientas de uso casero. Muchas costuras tomaron días completos pues las maquinas convencional no serían y muchas veces las puntadas debían hacerse a mano.*





# PRUEBAS Y FITTING

Durante el proceso se realizaron una serie de pruebas para determinar un perfecto calce y ajuste al cuerpo humano. Muchas de estas pruebas fueron claves para el acomode de ciertas piezas y para calcular el tamaño de ellas, ya que si bien las los moldes eran realizados bajo medidas de cacerolas convencionales, muchas de estas terminaban siendo intervenidas sobre el cuerpo de la modelo.







GA  
TA  
LO  
GO



AS  
AT  
OT  
OS





































# EDITORIAL

## “A LA CALLE”

La propuesta busca mediante la fotografía en plena calle una provocación política desde la moda. Utilizando como fondo, La Alameda, La Moneda y protestas en vivo, se apoyan las demandas sociales a través de una perspectiva elegante, atrevida y dinámica. Se propone además el término *“Cacerolear con estilo”* como la mezcla entre el cacerolear y el diseño editorial a modo de protesta.





## MAQUILLAJE

El maquillaje rindió homenaje a la violencia presente durante el “estallido social”. Se utilizaron tonos violetas y negros como referencia a los golpes y tizne de las barricadas. Además, como detalle extra se incorporó un cristal rojo en forma de lágrima bajo un ojo, aludiendo a la catastrófica pérdida ocular que se registró en aquel evento.



## BACKSTAGE

La producción total se realizó en un estudio bajo normas sanitarias totalmente controladas. Con un máximo de 6 personas incorporados asistentes, cada uno contaba con su visor y/o mascarilla propia. Solo al momento de fotografiar, se les permitió a los modelos presentes que desistieran de sus protecciones, por un período de no más de 5 minutos.

En la calle las medidas fueron iguales, sólo se permitió el retiro de mascarilla si existía un diámetro mínimo de un metro alrededor de quienes eran fotografiados. Cabe agregar que para asegurar aún más la salubridad por pandemia, todo el equipo participante debió hacerse un examen PCR previo al día de la sesión.









# IDENTIDAD DE MARCA

Debido a la identidad humanitaria que posee el proyecto, dotarle rasgos y características de índole comercial como un eslogan o paleta cromática no corresponden a la intención tras el trabajo. Por ello, se optó solo por otorgarle una imagen gráfica simple y sencilla que solo incorpore un logo para efectos de reconocimiento general.

Para este, se tomo en cuenta referencias de rayados en las paredes y graficas publicitarias y activistas de la historia chilena como “Quilapayún” y se utilizó la tipografía de origen chileno “Pincoya” para complementar la propuesta.

Por otro lado, el nombre “Olla común” hace referencia lo popular que se ha transformado la olla y al juego que tiene con las actividades de compartir comida entre comunidades conocidas como “ollas comunes”.

**OLLA  
COMÚN**

**QUILAPAYÚN**



# USUARIO

Quienes portan Olla Común son individuos seguros de sí mismos y de sus ideologías. Son personas consientes del contexto social chileno y hacen su parte para intentar visibilizarlo. Son Personas con un alcance social significativo, capaces de transmitir un mensaje y que por lo demás sean atrevidos con ello. Un participante de Olla Común debe tener hambre por alimentar conciencia colectiva respecto a un problema y/o carencia que el país no se ha hecho responsable. Así mismo, también son participes de Olla Común agentes quienes comparten y viralizan las propuestas, pues un clic o una compartida son quizás la herramienta más eficiente. Quizás más eficiente que cacerolear.

# CONTEXTO

## **COMO PROTESTA**

Portar una olla o un cucharón de olla común debe hacerse desde una perspectiva activista. Plataformas o circunstancias que permitan entregar claramente un mensaje o protesta pública. Situaciones sociales

## **COMO APORTE AL DISEÑO LOCAL**

El diseño de vestuario e indumentaria local tras el estallido social y posterior pandemia se ha visto indudablemente afectado en cuanto a comercialización y difusión. Este proyecto aporta no solo a la fomentación de producción de indumentos, sino a buscar nuevos ejes y plataformas para generar diseños que se adapten a la contingencia.

# IMPRESIONES

Para registrar las primeras impresiones de este proyecto se realizaron dos procesos. El primero de ellos fue salir a la calle y registrar las interacciones que a los transeúntes les provocaba la propuesta. De ello se obtuvo una serie de comentarios y registros expuestos a continuación.



# CÁCHATE SON OLLAS!



A través de este código se encuentra una galería de reacciones y producción del día de la sesión.

*“Cáchate son ollas”* – Transeúnte anónimo

*“La wea chora, yo quero una ollita”* – Transeúnte anónimo

*“Pa’ marchar con estilo”* - Transeúnte anónimo

*“Una fotito porfa. Esque está wena, la embarró”* - Transeúnte anónimo

*“Mira! En una teta lleva arroz y en la otra lleva dignidad, eeehh”* – Protestante anónimo

*“Foto pa’ que mi mamá me crea que andaban vestidas con ollas”* – Estudiante anónima

*“Ta bonita la ropa, ta bien hecha, prosiga”* – Carabinero anónimo

El segundo proceso ayudó no solo a registrar impresiones, sino que también sirvió para confirmar al usuario estratégico de la propuesta. Se comenzó por enlistar una serie de perfiles de redes sociales que cumplieran con ciertas características en común. Poseer más de cien mil seguidores y tener relación o conciencia por el proceso del “estallido Social”.

Luego, se realizó una encuesta a 100 personas para confirmar la percepción ciudadana respecto a los “íconos de la revuelta” que se encontraban en la lista. Se les indicó que marcaran a quienes “Sí” creían ellos que tuvieran relación con el suceso en cuestión. (anexo fig. 2)

Una vez analizados los resultados se prosiguió a ponerse en contacto con los personajes más votados de tal encuesta con fin de lograr alguna interacción con el proyecto. De los principales votados, tan sólo dos de ellos hasta la fecha se han referido a la propuesta. David Montoya, reconocido influencer nacional y Francesc Morales, connotado director de cine y activista por los derechos LGBTI+.



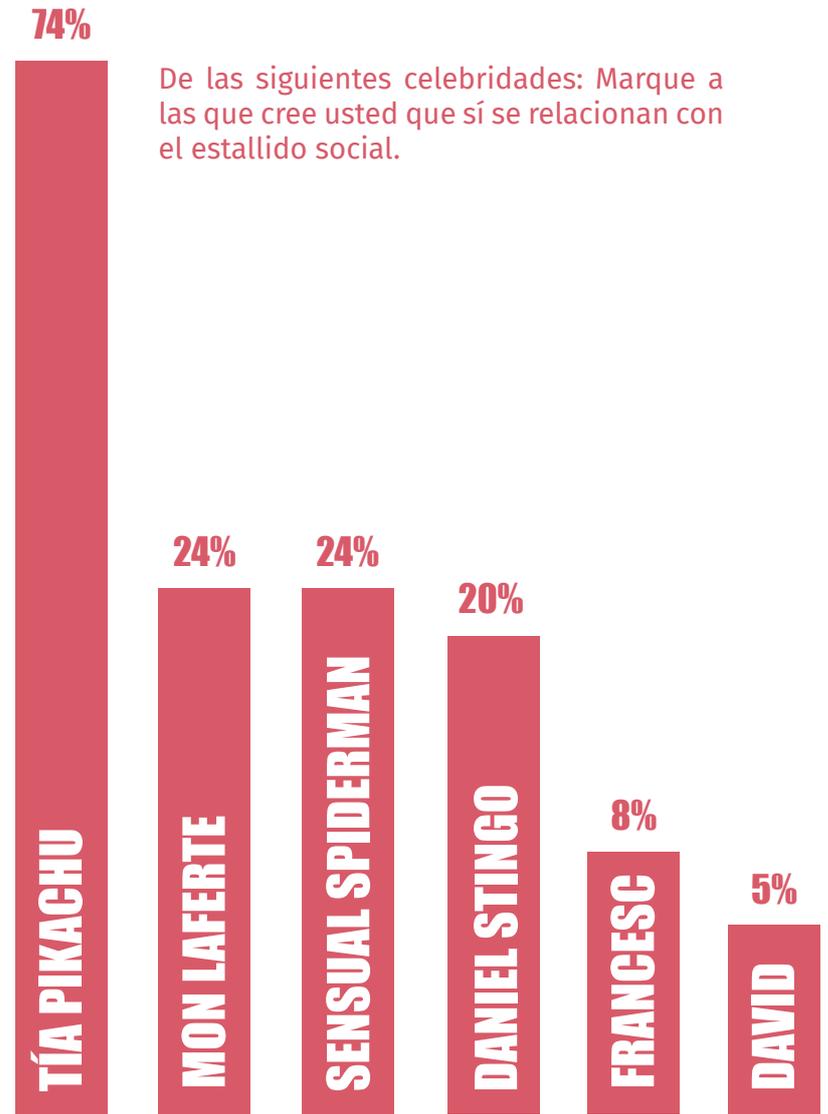
**FRANCESSC MORALES**

*“Están demasiado buenos para ir a Plaza Dignidad, los quiero para un video”*



**DAVID MONTOYA**

*“Que chori, dime y voy a ponerme los altiro. ¡Me encantaron!”*



De las siguientes celebridades: Marque a las que cree usted que sí se relacionan con el estallido social.

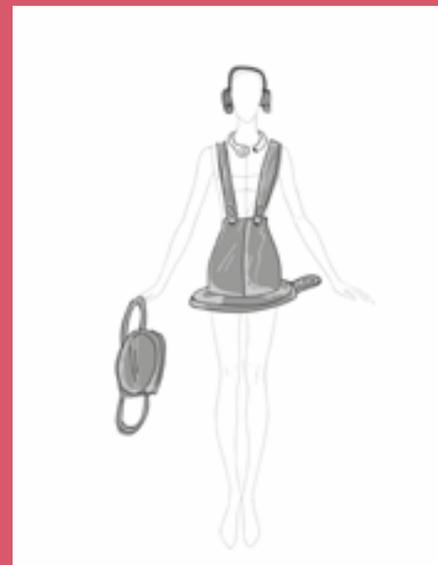
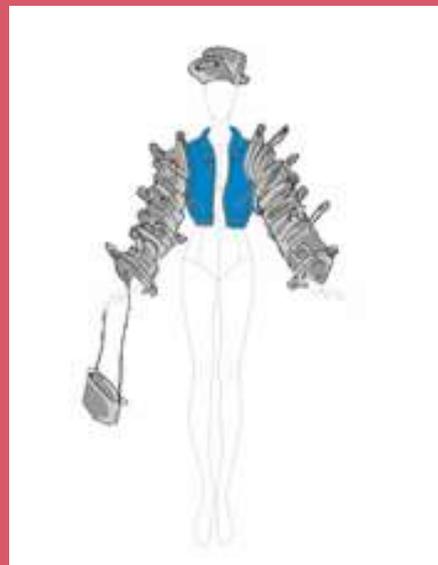
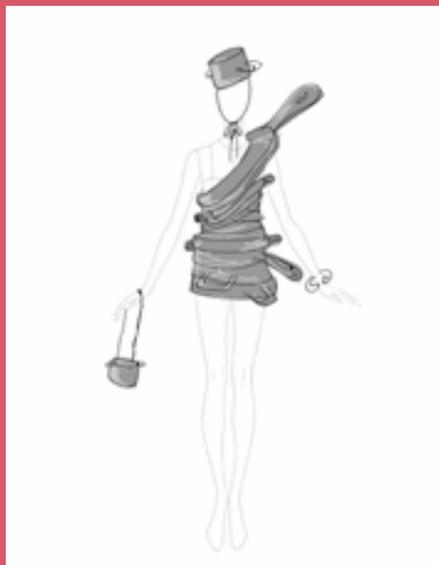
*Nota: David Montoya quedó tan motivado por la propuesta que se ofreció como modelo de campaña y editoriales.*

# IMPLEMENTACIÓN Y PROYECCIONES

A modo de proyección se propone la elaboración de una colección completa inspirada en la olla. Esto pues se infiere que, al acceder a mayor cantidad de material, mayor es la cantidad y posibilidad de propuesta. Así mismo se intuye que, a aumentar las posibilidades de seguir experimentando con formas de representar cacerolas mediante indumentos, podría provocar respuestas aun mayores e inmediatas de las personas.

En relación con la aplicación directa de lo que se encuentra hoy realizado, se propone la realización de una campaña de difusión en redes sin fines de lucro con el propósito de concientizar respecto al cacerolazo como forma de protesta eficiente.

## PROPUESTAS PARA LA COLECCIÓN



# REFERENTES DE CAMPAÑA

En materia de este proyecto, fue sumamente importante diseñar paralelamente a las propuestas de indumentaria, una campaña de difusión que permitiese cumplir con el objetivo principal. Generar conciencia y reflexionar de un fenómeno contemporáneo importante para Chile.

Comencé por identificar campañas tanto publicitarias como propagandísticas que tuviesen un alto impacto en la población.

Se identificó algunos de los movimientos más controversiales que por su innovación y objetividad, lograron cautivar la atención de la población con elementos de fácil reconocimiento, incorporando moda, pop y por supuesto composición visual.



## SAVE THE ARCTIC

La campaña Save The Arctic de Greenpeace se apoderó de la estación de metro de Waterloo en Londres en 2013.

La exposición mostró 60 retratos en colores apagados de celebridades fotografiados durante un período de dieciocho meses por Andy Gotts MBE.

Cada persona llevaba una camiseta de algodón orgánico sin blanquear de Vivienne Westwood Save The Arctic y todos los beneficios de las camisetas iban directamente a Greenpeace.

La exposición tenía como objetivo crear conciencia sobre la protección del Ártico único y frágil y se situó a lo largo de las escaleras mecánicas que conducen a la sede de Londres de la compañía petrolera Shell, que había comenzado a perforar en el Ártico.

(Fuente: [viviennewestwood.com](http://viviennewestwood.com))





“Esta locura de perforación en el Ártico tiene que terminar. Hay 7 millones de personas inscritas en Save the Arctic, y la opinión pública mundial sigue creciendo; debemos continuar con este impulso hasta que se convierta en un torrente que no puedan permitirse ignorar “

(V. Westwood, 2015).

# got milk?

Got Milk? (en español ¿tienes leche?) es una campaña publicitaria estadounidense para promover el consumo de leche de vaca. Fue creada por la agencia de publicidad Goodby Silverstein & Partners para California Milk Processor Board en 1993, y posteriormente se permitió su uso a otros productores lácteos. La campaña consiguió recuperar las ventas de leche. (Wikipedia, 2021).

A woman with dark braids and glasses is smiling and holding a glass of milk. She is wearing a dark top. The background is plain white.

Hear the  
one about the  
comedian who  
never drank  
milk?

She had a  
weak funny bone.  
Lucky for us  
lactose-intolerant  
folks, there's  
lactose-free milk.  
It's available  
everywhere, and  
it has all the calcium  
of regular milk.  
Good thing. I'm here  
to crack you up—  
not myself.

got milk?

# got milk?

Esta campaña fue tan popular y eficiente que la iniciativa se ha replicado en muchos países al redor del mundo acompañado por cientos de celebridades que han participado abiertamente.

Read the sign  
 You can have 100% of the benefits  
 that it doesn't matter what  
 you're doing if you're not doing it  
 the right way.

When that happens,  
 it's a good thing.  
 That's what it's all about.  
 And you know  
 how much I love shopping.  
 www.kith.com

got kith?

A good education  
 is a good investment.

Success doesn't  
 just happen. It's earned.  
 You can't get it if you're not doing it  
 the right way.

got kith?

Grow up.

got milk?

10% of your height is added during your teen years and milk can help make the most of it.

www.gotmilk.com

# PROYECTO OLLA COMÚN

Tras analizar los referentes de campaña, se llega a la propuesta denominada “Proyecto Olla Común”. El proyecto propone en primer lugar reunir diferentes rostros populares que posean conciencia y criterio respecto al contexto sociopolítico chileno, luego listar una serie de motivaciones públicas como por ejemplo el apoyo a las diversidades, y mediante la preposición “CACEROLEA + UNA MOTIVACIÓN” se pretende realizar una serie de afiches para repartir por el país de manera física y digital. Cabe mencionar que los individuos reunidos para el proyecto llevarán consigo alguno de los indumentos realizados en el proyecto. El fin de esto es motivar a la población a generar conciencia mediante el cacerolazo, haciendo énfasis en la ironía del portar una olla como indumento a través de personajes conocidos.

# CACEROLEA DIVERSIDAD



DAVID MONTOYA  
INFLUENCER

PROYECTO  
OLLA  
COMÚN

# REFLEXIONES

## **De la Olla:**

La olla es efectivamente un elemento que ha marcado la historia. Su viaje desde las cocinas hacia las calles ha brindado valor y sentido a un invento que posee infinidad de propósitos. Chile a su vez, ha sabido utilizar este artefacto para unir a su nación ante muestras de hostigamiento político y administrativo. Es curioso pensar como un trozo de aluminio cóncavo se ha transformado en un arma imponente al momento de alzar la voz e interpelar figuras públicas. Solo pensar que para un gobierno una olla y una cuchara son incluso más poderosas que un arma habla por sí solo del valor de este objeto.

## **Del Diseño de indumentaria:**

Diseñar indumentaria no es un procedimiento fácil, menos aún en el contexto en el cual se desarrolla este proyecto. Sin embargo, rescatar el poder encontrar soluciones y maneras de llevar a cabo una propuesta pese a la adversidad, es sin duda el valor más grande que se rescata de esta experiencia. Siempre va a haber una manera, siempre va a haber un material, lo importante es abrir los ojos y la imaginación, pues como se refleja en este proyecto, una olla puede venir desde cables de teléfonos hasta viejos uniformes de colegio.

## **De la protesta:**

Este proyecto queda como evidencia que existen formas de protestar y expresarse de manera potente y pasiva. Sin restar importancia a la fuerza callejera que se ha visto este último periodo, este proyecto invita a expresar su inquietud social mediante las herramientas que uno más conoce, aportando desde aristas poco exploradas en el contexto contemporáneo. Se puede protestar desde la distancia. Se puede protestar desde el diseño.



# AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi madre, quien estuvo diariamente acompañándome en este proceso y me brindó las habilidades y conocimientos para coser.

Agradezco a mi padre y su esposa por apoyarme cuando más lo necesité en este último período.

Agradezco a mi abuela por prestarme sus herramientas para poder realizar este proyecto.

Agradezco a mi hermana por ayudarme como soporte físico para materializar los objetos de diseño.

Agradezco a mis tíos y tías.

Agradezco a mis primos.

Agradezco a mis mejores amigas que estuvieron constantemente monitoreándome y me dieron la mano cuando lo requería.

Agradezco a todos quienes participaron de este proyecto sin ningún interés de por medio.

Agradezco a mis profesoras de universidad por ven en mí las ganas de crear.

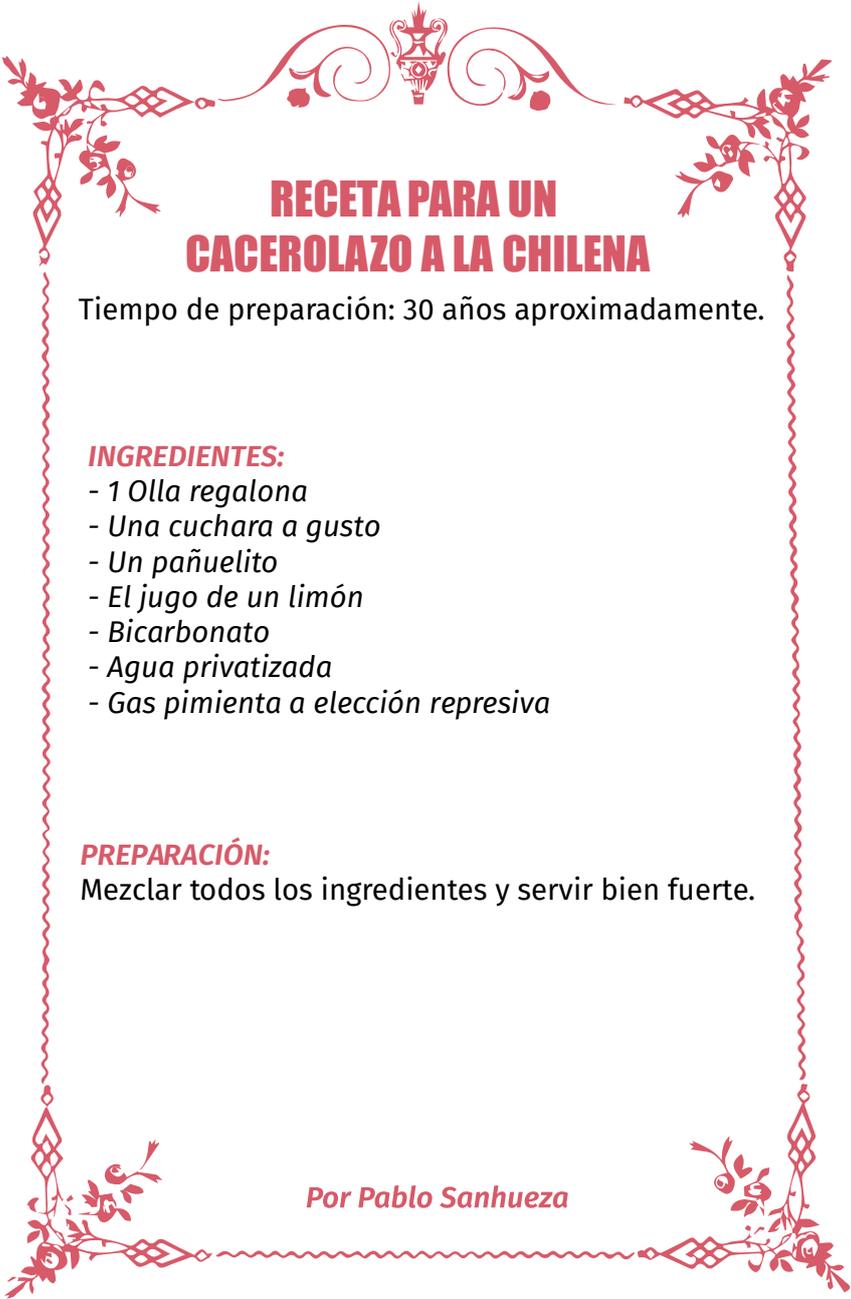
Agradezco a todos quienes han creído en mí.

Agradezco a la universidad por brindarme la oportunidad de estudiar.

Agradezco a todos quienes lucharon porque hoy se esté redactando una nueva constitución.

Agradezco a Chile.

Agradezco a la olla.



## RECETA PARA UN CACEROLAZO A LA CHILENA

Tiempo de preparación: 30 años aproximadamente.

### **INGREDIENTES:**

- 1 Olla regalona
- Una cuchara a gusto
- Un pañuelito
- El jugo de un limón
- Bicarbonato
- Agua privatizada
- Gas pimienta a elección represiva

### **PREPARACIÓN:**

Mezclar todos los ingredientes y servir bien fuerte.

Por Pablo Sanhueza

# ANEXOS

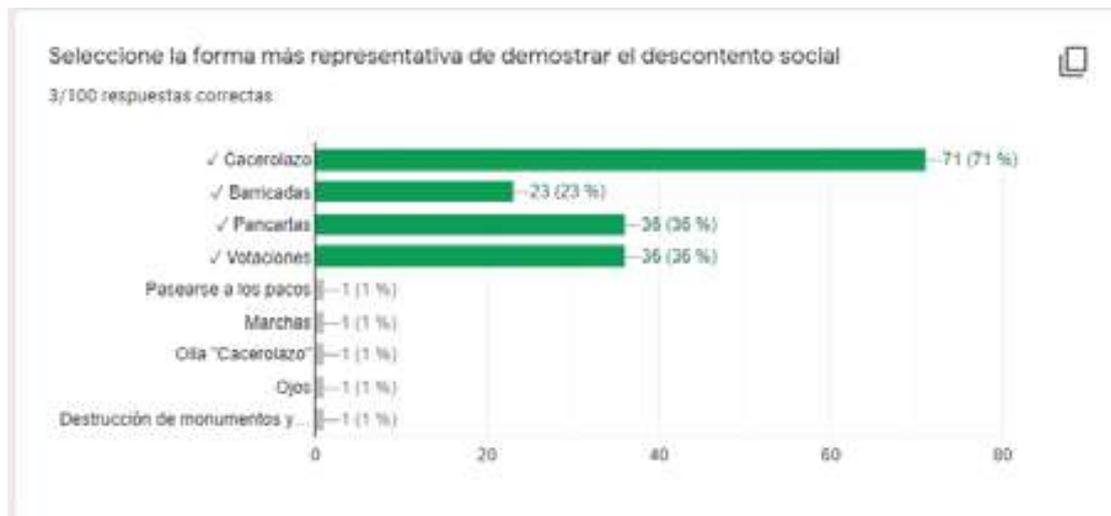


Fig 1

De las siguientes celebridades: Marque a las que cree usted que sí se relacionan con el estallido social.

100 respuestas

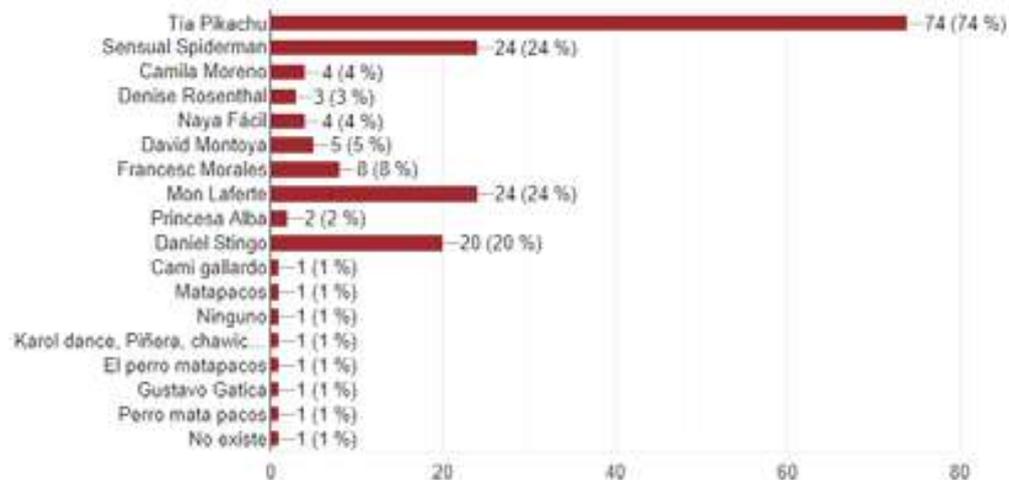


Fig 2

# REFERENCIAS

- A. Michele (2019). Vogue.com/ Qué es el Camp que explora el MET y por qué es tan necesario en 2019 <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/que-es-el-camp-exposicion-gala-met-2019-moda/39702>
- C. Hardy (2020). Hambre + Dignidad = Ollas comunes. Programa para la cohesión social en América.
- CIDH (2019). Protesta y derechos humanos. Edison Lanza Relator Especial para la Libertad de Expresión
- D. Lynn Scott (S.F). Bonustrack Titanic. Paramount pictures.
- Doria, P. (2017) (pág.23). El vestido de novia: Ritual, símbolo y consumo. Buenos Aires: Diseño.
- EFE (2019). Una muestra glosa sobre el arte social, rebelde y profético de Keith Haring <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/una-muestra-glosa-sobre-el-arte-social-rebelde-y-profetico-de-keith-haring/10005-4121375>
- España, Sergio y Fuentes S, Claudio (2020). El momento constituyente en Chile: entre la esperanza y la sospecha. El Mostrador. Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/destacado/2020/11/04/el-momentoconstituyente-en-chile-entre-la-esperanza-y-la-sospecha/>.
- Fenoglio Carrizo, Chiara (2015). El humor en el diseño de moda contemporáneo. Su transgresión, estrategia y objetivo. Ensayo
- Fundación Gente de Calle (2020). La olla común patrimonio cultural <https://www.gentedelacalle.cl/la-olla-comun-patrimonio-cultural/>
- Gobierno de Chile (2020). Plan Paso a Paso. Página oficial. <https://www.gob.cl/pasoapaso>
- González, Mónica (2020). Caso Corpesca: “La justicia tiene el deber de mostrar donde están los vacíos de las leyes”. Pauta Libre. La Red. [https://www.youtube.com/watch?v=e6WleY0bKbk&ab\\_channel=PautaLibreLaRed](https://www.youtube.com/watch?v=e6WleY0bKbk&ab_channel=PautaLibreLaRed)
- INDH (2019). Informe sobre violaciones a los DDHH. Instituto Nacional de Derechos Humanos.
- J. Iglesias (2015). El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal. Tesis doctoral.
- J. Lozano (S.F). Simmel: La moda, el atractivo formal del límite
- M. Moguel (2013). La protesta como derecho ciudadano. <https://www.animalpolitico.com/res-publica/la-protesta-social-como-derecho-ciudadano/>
- Mac-Clure, Oscar, Barozet, Emmanuelle y Conejeros, José (2020). Escuchando a los chilenos en la pandemia: ¿Qué pasó con las emociones que emergieron el 18/O?. Ciper. Recuperado de <https://www.ciperchile.cl/2020/08/16/escuchando-a-los-chilenos-en-la-pandemia-que-paso-con-lasemociones-que-emergieron-el-18-o/> Burgos S 2019

- Memoria chilena (S.F). Familia y alimentación en Chile <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-542754.html>
- Memoria Chilena (s.f). Los Prisioneros (1983-2006). Temas: Cultura pop y medios masivos / Música. Biblioteca Nacional de Chile (Servicio Nacional del Patrimonio). Recuperado de: <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-3574.html>
- Oxford Lenguajes (2019). Definición de protesta.
- Pinto Husch, María Sofía (2014). Suelta la pepa. Figurines de moda que retratan con humor la sociedad chilena actual. Pontificia Universidad Católica de Chile. Tesis.
- Quintatrends.cl (2020). Orfebres chilenos responden al estallido social. <https://www.bloglovin.com/blogs/quinta-trends-4884617/orfebres-chilenos-responden-al-estallido-7302478527>
- R.Gómez de Travesedo Rojas y M. Gil Ramírez (2019). Vestir la política: la indumentaria como estrategia en comunicación electoral. Revista Internacional de Relaciones Públicas.
- Revista de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Nacional del Litoral, (S.F).
- Sontag, Susan (1966). "Notes on Camp". Ensayo.
- Torres Fernández, Inmaculada (2015). Diseño Crítico: de la transgresión a la autonomía.
- Vargas. G (2020) Sourmagazine.com/La moda social por Paulo Méndez
- VivienneWestwood.com (2021). Save The Artic <https://www.vivienne-westwood.com/en/westwood-world/save-the-artic-campaign/>
- Vogue (2018). Todas las veces que la moda se ha convertido en política <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/moda-y-politica-mensajes-de-tras-de-los-vestidos-melania-letizia/35510>
- Wikipedia (2021). Josephine Baker [https://es.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9phine\\_Baker](https://es.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9phine_Baker)
- Wikipedia, (2021). Got milk? [https://es.wikipedia.org/wiki/Got\\_Milk%3F](https://es.wikipedia.org/wiki/Got_Milk%3F)

# OLLA COMÚN

## “Olla Común”

Propuesta de indumentaria inspirada en la olla como símbolo del contexto sociopolítico chileno contemporáneo.

Por Pablo Sanhueza

Profesor guía: Soledad Hoces de la Guardia  
Julio, 2021 - Santiago

Tesis presentada a la escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de diseñador



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

