



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



DE LA PANTALLA *al clóset*

Exposición que visibiliza el rol del vestuario de telenovelas, y
su influencia en el desarrollo de la identidad local.

Autora: Margarita Peirano

Profesor guía: Nicolás Morales

Tesis presentada a la Escuela de
Diseño de la Pontificia Universidad
Católica de Chile para optar al título
profesional de Diseñadora

Agosto, 2023
Santiago de Chile

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi familia, especialmente a mis papás, quienes son un pilar fundamental en mi día a día y me han apoyado en todo, siendo la confianza y energía que a veces uno pierde.

A mi profesor guía, Nicolás Morales, por guiarme de la mejor manera, y por creer y confiar siempre en mí, siendo un apoyo más allá de lo académico.

A mis amigas, hermanos y Diego, por la paciencia y compañía incondicional en todo este tiempo, sobre todo en los momentos más difíciles, y por la contención que me entregaron.

A todas mis colaboradoras, por creer y confiar en mí, por abrirse y darse el tiempo de compartir su conocimiento, y por su paciencia.

Índice

| | | | | | |
|---|----|--------------------------------------|----|------------------------|----|
| C.1. Introducción | 5 | C.3. Formulación del proyecto | 25 | C.5. Cierre | 84 |
| a. Abstract | 6 | a. Oportunidad de diseño | 26 | a. Difusión | 85 |
| b. Motivaciones personales | 7 | b. Qué, por qué y para qué | 28 | b. Costos | 86 |
| C.2. Marco Teórico | 8 | c. Objetivo general | 29 | c. Proyecciones | 87 |
| a. Cultura de una sociedad | 9 | d. Objetivos específicos | 30 | d. Conclusiones | 88 |
| b. Industria de la moda | 13 | e. Público objetivo | 31 | C.6. Datos | 89 |
| c. Moda: cambios sociales y valores transmitidos | 14 | f. Contexto de implementación | 32 | a. Bibliografía | 90 |
| d. Indumentaria como forma de comunicación | 16 | g. Metodología | 33 | b. Anexos | 94 |
| e. Industria televisiva: el rol de la telenovela | 18 | h. Estado del arte | 38 | | |
| f. La telenovela desde la perspectiva de la moda | 19 | i. Patrón de valor | 44 | | |
| g. Industria de la moda en Chile | 21 | C.4. Desarrollo del proyecto | 45 | | |
| h. Telenovela chilena y su discurso social | 22 | a. Descubrir | 46 | | |
| i. Identidad Chilena | 23 | b. Reconocer | 56 | | |
| j. Diseño de exposición | 24 | c. Entender | 64 | | |
| | | d. Definir | 73 | | |
| | | e. Proyectar | 79 | | |

Abstract

Según Keeising (1993) la cultura es un sistema que rige y ordena la interpretación de las cosas, las pautas de conducta y un conjunto de normas que organizan a la sociedad frente al mundo, transmitiendo este conocimiento a lo largo de las generaciones. Dentro de dichas pautas de conducta, se considera el vestuario como una de las manifestaciones culturales que los seres humanos han utilizado a lo largo de la historia para definir roles dentro de sus comunidades, los cuales varían de acuerdo a valores, estéticas, técnicas de producción y desarrollo tecnológico, los cuales a su vez son influenciados también por las corrientes que rigen el mercado y los medios de comunicación a nivel global y local. Dentro de lo anterior, desde los inicios del siglo XX la industria televisiva y de la Moda (entre otras) han jugado un papel preponderante en la deconstrucción de modelos y valores sociales y junto con lo anterior, han promovido la creación, desarrollo y consolidación de otros

nuevos imaginarios, identidades y estereotipos globales. Aspectos que también han influenciado el desarrollo de identidades e industrias nacionales, locales e individuales. De la pantalla al closet, a través de la investigación, pone su foco en el análisis de las interrelaciones simbióticas que existen entre la televisión y la Moda y cómo han impactado al desarrollo de la cultura local (Chile) desde la década de 1990 hasta el 2005. En esta línea, se busca identificar y documentar piezas de vestuario dentro de las telenovelas que se constituyan como símbolos del desarrollo de la moda y también de la memoria colectiva de nuestro país. Lo anterior, mediante el diseño enfocado en la investigación para el estudio de los fenómenos, complementándose con un análisis especulativo que permita tangibilizar la investigación en una exposición.

Motivación personal

Mi interés y curiosidad por la moda surgió a partir de mi intercambio el año 2022 a la ciudad de Milán, Italia. Donde tuve la oportunidad de estudiar en la Nuova Accademia Di Belle Arti, Fashion Design y Styling. Fue gracias al programa y mi estadía en Milán que se me abrieron las puertas a este mundo y donde me surgió un interés en particular por el entendimiento de las tendencias de moda llevando a preguntarme ¿De dónde nacen las tendencias? ¿Quién las impone? y ¿Por qué algunas trascienden y otras no? Por otro lado, a lo largo de mi estadía a modo de entretenimiento y debido a la fascinación que sentía por todo el arte

que veía en las calles, me cree una cuenta en Instagram -@_mpd.styling – como medio de comunicación de un cool hunting. En esta cuenta yo me dedicaba a subir outfits de personas que yo me encontraba en las calles o que veía entrando a los desfiles en la semana de la moda. Para mí fue muy emocionante la recepción que tuvo la cuenta, donde mis amigos, familiares y personas que no conocían me empezaron a pedir más fotos y comentar lo mucho que les gustaba el perfil. Es por ello que mi proyecto de título fue un impulso más para indagar y comprender más sobre este gran mundo de la moda y sus influencias.

Cultura de una sociedad

En los siglos XX y XXI, la palabra cultura se utiliza para abarcar todo aquello que es intangible dentro de la sociedad global y a niveles locales, siendo capaz de definir grupos y subgrupos y articular cuerpos de conocimiento. Si bien existen múltiples aproximaciones al entendimiento del término cultura, esta ha adquirido una propiedad conceptual que se auto define al momento de articularla, comprendiéndolo como menciona Harris (2011) desde una perspectiva de ese “todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que es miembro de la sociedad.” Por ende, se puede decir que los seres humanos, de forma individual y colectiva, son los actores principales en el desarrollo, mutaciones y entendimiento de lo que abarca el concepto cultura.

Para una mejor comprensión del foco, es necesario considerar el término ‘cultura global’ que como menciona Hannerez:

“se caracteriza por una organización de la diversidad más que por una repetición de uniformidad. Hasta ahora no se ha dado ninguna homogeneización total de sistemas de significado o de expresión, ni parece que la habrá pronto. Pero el mundo se ha convertido en una red de relaciones sociales, y entre sus diferentes regiones existen flujos tanto de significados como de personas o de bienes”(2014: 107).

A partir de esta definición, se abre paso al concepto de globalización, ya que parte importante del entendimiento de lo ‘global’ influye en los diferentes procesos de homogeneización cultural y se origina en parte de las interacciones de distintas culturas locales. Desde la visión de Giménez, la globalización

implica “la reorganización (al menos parcial) de la geografía macrosocial, en el sentido de que el espacio de las relaciones sociales en esta escala ya no puede ser cartografiado sólo en términos de lugares, distancias y fronteras territoriales” (2005: 484). Por lo tanto, el término global en el presente contexto se aborda desde una dimensión de interconexión universal, cuya base son las tecnologías de comunicación e información. Desde el punto de vista histórico la cultura global influye e impacta el desarrollo de otros procesos histórico-sociales futuros, por ejemplo, el origen del “American way of life” que surge como consecuencia del término de la Primera Guerra Mundial, donde posiciona un ideal e imaginario enfocado en la abundancia, conduciendo a un mayor consumo a nivel social, el cual posteriormente se convirtió en una aspiración y modelo a seguir por otros países.

De esta forma, según lo sentado por Grimson (2008), se puede decir que "siendo el ser humano un denominador común en un ente cultural, los hechos que acontecen la vida de este evidencian la existencia de diferentes y múltiples culturas" (Luna, 2013)..

Cultura de una sociedad



Fig.1

Asimismo, en consecuencia de esta interconexión, surgen los 'íconos culturales' en referencia a un fenómeno reconocible y categorizado por el ser humano, el cual es capaz de trascender en la historia. Como Elia Kazan (1951) señala, "Marlon Brando es ícono de belleza y contribuyó a popularizar el uso de prendas usadas por su personaje de Stanley Kowalsky en 'Un tranvía llamado deseo'".

De lo mencionado anteriormente, se puede inferir que la cultura global se interconecta con todas las culturas (mediáticas), con la información, creando nuevos códigos y símbolos a nivel mundial. Es así como, por ejemplo, se pueden identificar las "metrópolis mundiales", las cuales se caracterizan por tener una influencia directa y evidente en los asuntos internacionales, concentrando además las corporaciones y compañías de productos y servicios más importantes, así como también organizaciones mediáticas transnacionales y

las mayores industrias culturales. En relación a las últimas mencionadas, se hace referencia a todas aquellas áreas de creación, producción, exposición y difusión de servicios y recursos culturales como el arte, diseño, entretenimiento, publicidad, gastronomía, turismo entre otros. Estas industrias desempeñan un rol clave en el desarrollo cultural dentro de la sociedad, donde a partir empresas editoras, casas de música, talleres de indumentaria, cine, televisión entre otros, colaboran con la creatividad, memoria histórica y el desarrollo ideológico.

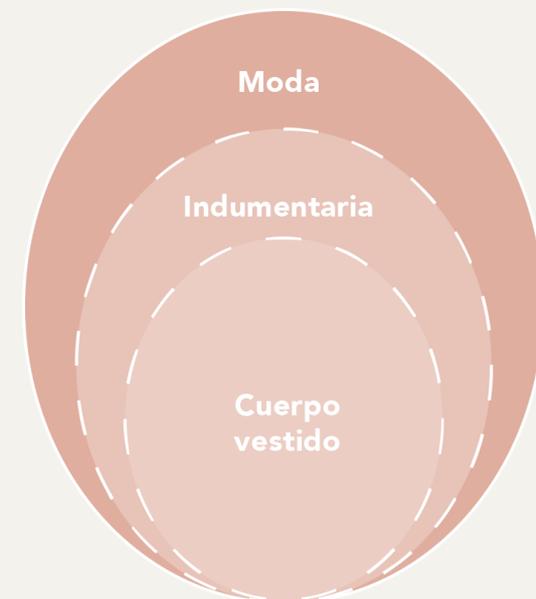
Industria de la moda

La industria de la moda es un área de creación, que surge en una de las metrópolis mundiales y que hoy en día se encuentra en cada capital global es la industria de la moda. Esta es conformada por 3 sub-industrias; (a) textil, que consiste en el trabajo del material crudo, producción y suministro. (b) indumentaria, en donde se trabaja el diseño y confección para la prenda que adorna el cuerpo. Y por último, (c) retail, que consta en la distribución y venta de la prenda.

En términos generales, la industria de la moda es considerada como una expresión artística que genera identidades, ya sea a través de prendas que denotan estatus o por intermedio de indumentarias que son parte de una estilística subcultural (Retana, 2014). En ese sentido, esta investigación

analiza de **forma macro** la industria, entendiendo que la moda incide directamente en la identidad individual y colectiva en una sociedad global, que según Doria (2012), los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, y único. Dicho esto, puede ser considerada como una imagen visual capaz de incidir en la percepción social, generando pautas de identidad que producen una segmentación de grupos.

Un foco de estudio para el entendimiento de lo mencionado anteriormente es la indumentaria -que hace referencia a la prenda de vestir-, entendiéndolo como una forma especial de adornar y significar el **cuerpo vestido**, el cual va evolucionando y metamorfoseándose en estilos culturales en el tiempo.



Esquema realizado por la autora

Moda: Cambios sociales y valores transmitidos a través de la indumentaria

El concepto de moda ha adquirido diferentes significados a lo largo del tiempo por lo que es difícil establecer una definición única para ello. Su significado intrínseco ha ido transformándose en base a los cambios sociales y a los hábitos de los individuos dentro de la sociedad, de forma que, para efectos de este proyecto hablar de moda no hace referencia a hablar de indumentaria, si no que hace alusión a todos los elementos invisibles que engloba el vestir (Kawamura, 2004).

Siguiendo la misma línea, la indumentaria es un reflejo de las ideologías de la sociedad y se relaciona con las conductas que manifiesta el ser humano, "contribuyen a crear la atmósfera global, el «espejo de una época», que caracteriza la mentalidad de los tiempos" (Sposito, 2016:5).

Tomando lo recién mencionado, para poder describir y desarrollar la historia de la

moda, es sumamente relevante considerar el contexto histórico, porque la indumentaria está condicionada por estos, siendo su representación inmediata. Además, cabe mencionar que mediante la moda se ratifican valores morales como el poder, la austeridad, modestia, bienestar, entre otros, lo que convierte a la indumentaria en un medio artístico y cultural para transmitir un mensaje en base a las exigencias y a las circunstancias de uso. Por ejemplo; en la moda de la década de 1960 la indumentaria de la minifalda es considerada como una revolución en el vestir, donde es un símbolo de la liberación femenina. Mostrando al descubierto las piernas, un elemento de la seducción femenina y que hace referencia a la libertad sexual y comportamientos que afrontan el sistema social (Sposito, 2016).



Fig.2



Indumentaria como forma de comunicación



Fig.5

“Desde hace miles de años el primer lenguaje que han utilizado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria. Mucho antes que yo me acerque a usted por la calle lo suficiente para que podamos hablar, usted ya me está comunicando su sexo, su edad y la clase social a la que pertenece por medio de lo que lleva puesto” (Lurie, 1994:21)

En otras palabras, la indumentaria se refiere a un lenguaje de signos, el cual tiene un vocabulario y una gramática como lo tienen las otras lenguas. Este vocabulario no abarca únicamente las prendas de vestir sino que también incluye los accesorios, calzado, formas de peinar, maquillaje y cualquier objeto que se considere adorno corporal. Al ser un vocabulario amplio, para efectos de esta investigación, se enfoca únicamente en las prendas de vestir.

Indumentaria como forma de comunicación

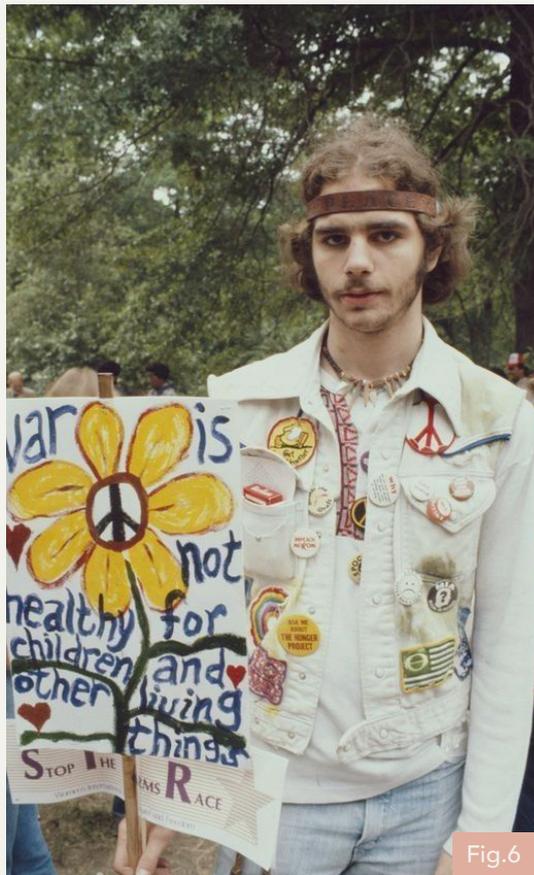


Fig.6



Fig.7

Las prendas de vestir como lenguaje tiene una amplia gama de expresiones, manifestado a partir de diferentes procedencias. Un ejemplo es el cliché; la cual como menciona Lurie (1994) sigue un estilo que esta preestablecido en cada detalle y se es capaz de identificar de manera inmediata a el que la lleva como doctor, hippie o artista.

Estas prendas de vestir son frecuentes ya que entre más importante sea el rol social para un ser humano dentro de la sociedad, más valor le otorga al momento de vestir. De esta forma se llega a una estandarización de la indumentaria como por ejemplo; los jeans vaqueros en complemento con las camisetas en los estudiantes o el traje a rayas del hombre de negocios.

Industria televisiva: el rol de la telenovela

La televisión surge en los años 20, en donde las primeras transmisiones públicas fueron emitidas en 1927 en Inglaterra por la BBC, impactando en la cultura a nivel mundial generando grandes cambios sociales y culturales. Donde no solamente se inauguró un nuevo medio de comunicación, sino que también influyó en la manera de informarse de las personas, entretenerse y relacionarse con la sociedad que los rodea.

La televisión en los años 60, si bien iba llegando a más hogares, aún no lograba reemplazar al cine como el principal medio de entretenimiento. Sin embargo, a medida que fue pasando el tiempo fue obteniendo una mayor cuota en el mercado y con ello una

mayor influencia en la sociedad, alcanzando a tener un puesto irrevocable en el tiempo libre de las personas en los años 80, y por consecuencia, provocando como menciona Lehnert y Delius (2000) una globalización de conocimiento y de distintos estilos de vida.

Dentro de la industria de la televisión, se encuentra la telenovela, la cual se da origen en 1967, y es considerada "como uno de los productos televisivos más valorados por las audiencias y con mayor sintonía." (Camponavo, 2001:1). Bajo este contexto, la televisión actúa como actor sociocultural, donde a través del paso del tiempo va obteniendo un aspecto multifacético y cambiante, producto de los cambios tecnológicos y las constantes

mediaciones socioculturales, dando origen a la formación de imaginarios colectivos que sedimenta como sentido común (Santa Cruz, 2003), este otorga una explicación de nuestro pasado, presente y lo que puede ser nuestro futuro por el camino de la entretención.

En base a lo mencionado, la investigadora italiana Milly Buonanno nombra el término de familiarización con el mundo social en la funcionalidad de la narrativa de la telenovela, en donde se trabaja para "preservar, construir y reconstruir un «sentido común» de la vida cotidiana, un substrato de creencias y aceptaciones compartidas" (Buonanno, 1999) para familiarizarnos con el mundo social al momento de transmitir la telenovela.

La telenovela desde la perspectiva de la moda



Desde el punto de vista de la moda, la televisión comenzó a definir ciertas pautas en el desarrollo de la industria de la moda como se refleja en la serie 'Los Vengadores' la cual "constituyó un desfile de modas con todas las de la ley: los atuendos de cuero que exhibía Emma Peel se consideraron la primera moda de inspiración fetichista, pues gracias a ellos parecía una mujer poderosa e imbatible" (Lehnert & Delius, 2000:60). Dicho esto, cabe destacar la variedad de roles que



cumple la moda en la televisión donde se hace partícipe en el desarrollo de creación de prendas en tendencia en conjunto con el poder de formación de un ícono de moda como lo es Emma en este caso, en el estilo fetichista. Este personaje, de forma implícita a través de sus prendas define una percepción de valores sociales, que logra desafiar y cambiar las percepciones culturales establecidas, impulsando la evolución de las normas sociales y estéticas.



Es relevante mencionar que, desde la perspectiva de la moda, la influencia de la televisión no se limita únicamente a las series de televisión, sino que abarca todos aquellos programas e imágenes que son transmitidos. Dicho esto, para efectos de este proyecto el foco de investigación se centra en las telenovelas, sin desestimar las influencias nombradas anteriormente.

Industria de la moda en Chile

La industria de la moda en Chile, desde el proceso de industrialización en los años 40' que dió auge a la confección nacional, ha ido evolucionando tanto a nivel conceptual como a nivel de la prenda misma en el transcurso del tiempo. En los 60' fue el auge de la industria textil nacional, donde si bien la indumentaria comercializada en el periodo poseía una fuerte influencia extranjera, casi la totalidad de los modelos eran confeccionados con telas fabricadas en Chile y manufacturados en talleres locales (Miranda, 2017). No obstante, al igual que la industria televisiva, se vió afectada por el régimen militar entre 1973 y 1990, donde hubo un cambio de discurso acerca valores y rol del individuo dentro de la sociedad. En consecuencia, la moda sufrió un retroceso en términos de desarrollo de nuevos estilos, como lo aclara Pía Montalva en su libro acerca de la moda y sociedad en Chile entre 1960-1970, donde menciona que se rescatan durante toda la

década de los 70' estéticas provenientes de los 30' -culto al cuerpo y el deporte-, los 40' -militarismo- de la belle époque tardía -orientalismo y exotismo- y de los 50' -acento en las curvas en función de la reproducción como necesidad de posguerra-, (Montalva, 2004:309-310) excluyendo claramente las décadas de los 20' y de los 60' debido a que son consideradas como épocas rupturistas.

En la vuelta a la democracia, si bien los 90' trajeron consigo su propia identidad, todavía se podía notar influencia de los 80'. Un ejemplo de ello son las hombreras, los colores entre otros. Por otro lado, la moda se posicionó como un asunto que superó las revistas femeninas, incluso la televisión incluyó la moda en su pauta. De esta forma, la industria de la moda -a nivel nacional como internacional- experimentó un crecimiento significativo y una gran apertura a influencias internacionales, en donde después de las reformas

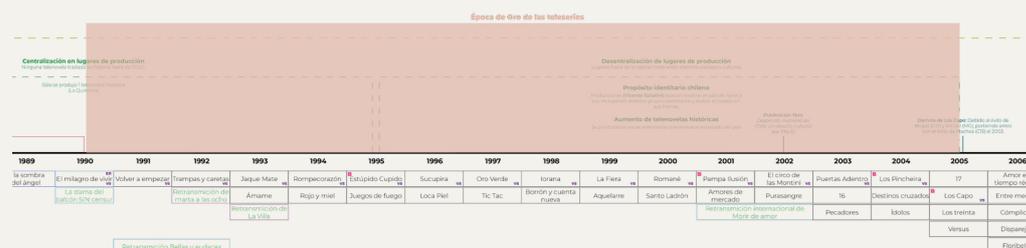
económicas, hubo un aumento en el poder adquisitivo dentro de la población, lo cual generó por consecuencia un aumento en el nivel de consumismo.

En Chile, a medida que avanzaban los años y llegaban los 2000, la industria de la moda experimentó una transformación significativa impulsada por la globalización y la proliferación de internet. Estos factores abrieron nuevas puertas para la exposición y adquisición de tendencias internacionales, permitiendo que diseñadores y consumidores chilenos accedieran a una amplia gama de estilos y culturas. La moda en Chile se volvió más diversa y cosmopolita, fusionando influencias locales y globales en creaciones únicas y reflejando la interconexión de la era moderna. Sobre la base de lo recién mencionado, la siguiente investigación abarca el desarrollo de la industria de la moda de los años 1992 y una década después; 2002.

Telenovela chilena y su discurso social

La telenovela chilena según Santa Cruz (2003) desde sus inicios hasta comienzos de la década de 1980 se considera como la época prehistórica de la telenovela chilena debido a la intermitencia de las producciones a partir del régimen militar de 1973. Luego, con el retorno a la democracia en la década de los '90 volviendo a la democracia, se marca el inicio de la posmodernidad de la telenovela chilena. En esta nueva etapa, con énfasis en Televisión Nacional de Chile, las telenovelas se dirigieron al mercado nacional, y abordaron narrativas y temáticas identificables más cercanas y representativas en relación a la sociedad chilena.

Siguiendo con lo anterior, en la época de los 90', la discursividad de la telenovela dentro del ámbito televisivo adquirió un papel crucial, estableciendo una "compleja relación con otros discursos y contextos sociales y culturales, contribuyendo a sedimentar visiones



Esquema realizado por la autora

y lecturas de la sociedad chilena actual" (Santa Cruz, 2003:51), en donde se incluyeron temáticas y reinterpretaciones del presente y del pasado. Dentro de este coyuntura, la telenovela opera como actor sociocultural donde se le es requerido atravesar procesos de segmentación para detallar y orientar de manera más precisa las interpretaciones de la sociedad. Esto significa que las producciones televisivas adoptaron sus enfoques y contenidos para conectar con diferentes segmentos de la audiencia, tratando de abordar y representar a la diversidad que conforma la sociedad chilena.

Dentro de la televisión chilena, surge la llamada Época de Oro de la telenovela chilena, también conocida como la era dorada de las teleseries, la cual se extiende desde el año 1990 hasta el 2005, esta época fue un período histórico relevante para la televisión chilena, en donde la industria de Televisión Nacional de Chile (TVN) experimentó cambios y transformaciones que llevaron a la creación de telenovelas con contenidos diversos y enriquecedores, basados en temáticas sociales que reflejaban la cultura local.

Identidad Chilena

“Las identidades nacionales, y por lo tanto la identidad chilena, no son inmutables, se construyen en el tiempo y van cambiando” (Larraín, 2001:6). Estas, no son un fenómeno simple si no que se constituyen por varias dimensiones entrelazadas, manifestando por un lado una afección de unidad y lealtad entre los individuos partícipes dentro de una sociedad, y por otro lado, expresan una diversidad de discursos que construyen la historia sobre la sociedad, en su inicio y en lo que podría ser su futuro.

Una dimensión importante dentro del desarrollo de identidad es la cultura nacional, la cual “es algo más general porque incluye todas las formas simbólicas y la estructura de

significados incorporados en ellas. Todos los actos lingüísticos, acciones humanas y cosas materiales que se intercambian caben en ella” (Thompson, 1990:132). Por consecuencia, las culturas son sistemas abiertos que comprenden un gran abanico de de significados y símbolos provenientes de diversas fuentes, las cuales están en constante cambio, incorporando nuevas formas simbólicas y significados debido a la globalización que produce una intensificación de intercambios culturales. De esta forma, La identidad utiliza y elige ciertos símbolos y emociones que ya han sido cargados de significado por la cultura, para construir una narrativa específica sobre el individuo mismo.

Diseño de exposición

Según Hughes (2010) el diseño de las exposiciones y espacios públicos de exhibición cada día tienen una mayor presencia en todo el mundo. En donde, exponer se convierte en una tendencia innata de los individuos ya que en gran parte de los hogares existen muestras informales de productos o imágenes atesoradas por sus propietarios. Del mismo modo, tomando lo que postula Frisa (2020), exponer la moda es una manera de rendirle homenaje y a la vez realizar una lectura crítica de todo lo que esta abarca. La muestra utiliza la moda como medio para una lectura de la sociedad en su pasado y presente.

Dicho esto, se decide hacer una exposición como forma de oda y de visibilizarían al análisis crítico que existe por detrás de la moda dentro de la televisión chilena. Se escoge la 'Epoca de Oro de la telenovela chilena' como objeto de estudio al ser el ejemplo más concreto de lo que se busca dar a conocer a través de la exposición.

Oportunidad de diseño

Desde comienzos del siglo XX, la moda se ha introducido en la industria televisiva creando vínculos que van más allá de lo visual, influenciando las percepciones del ser humano en la sociedad y ampliando la capacidad de formar modelos de vida y comportamientos sociales.

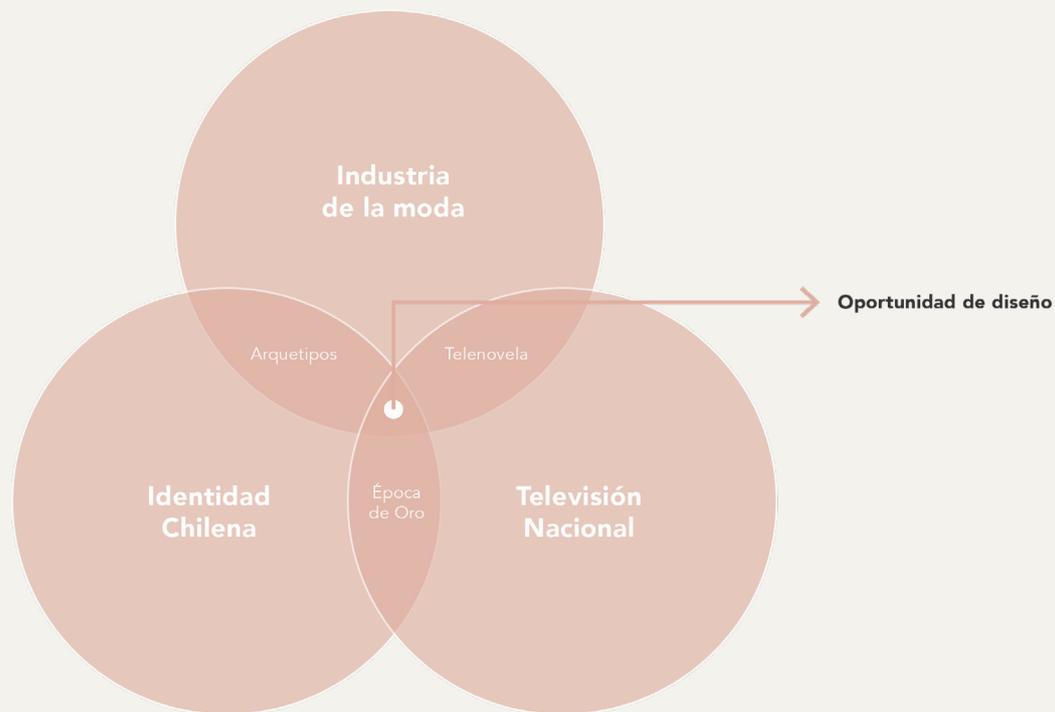
Esta correlación puede ser analizada desde dos perspectivas. En primer lugar, desde la observación del diseño del vestuario televisivo de cada época, examinando el rol del ropaje como manifiesto del tiempo histórico y representación del conjunto de normas determinadas en una estructura social. Y en segundo lugar, desde el análisis de la televisión como medio de difusión de la industria de la moda, popularizando formas de vestir ya sea a través de la promoción del uso de ciertas prendas, imponiendo nuevas tendencias, o eliminándolas, considerando la influencia que tienen los diseñadores destacados de la moda en la creación de vestuario televisivo y

el rol que tienen los actores de telenovelas como creadores de estilos, cánones belleza y referentes dentro de la sociedad.

En el marco de lo anterior, María Luisa Frisa señala que “reconocer el valor de la moda no solo como motor de desarrollo puede definir un sistema que tiene la capacidad de funcionar como sismógrafo, pero sobre todo como catalizador y traductor de los impulsos que atraviesan la contemporaneidad” (Frisa, 2020:23). Dentro de esa misma línea surgen preguntas en torno al cuestionamiento del estudio de la moda tales como ¿cuál es su rol dentro de la sociedad? ¿Existe una influencia del cuerpo vestido en el desarrollo de la identidad chilena?. Así, es importante abordar el estudio de la moda dado que, al observar y analizar la indumentaria de una época, es posible comprender los comportamientos y formas de vidas de esa sociedad. Un ejemplo de ello es el uso cotidiano de sombreros y corbatas en hombres durante

los años veinte, donde se puede entender dado al contexto social, económico y cultural de la época, que se usaban esos elementos para mostrar cierto estatus social y de poder frente a los pares. Por consiguiente, la moda no es solo cosa del presente o del futuro con una fecha de expiración, sino que es un fenómeno dinámico que se transforma y evoluciona a través del tiempo, el cual puede ser analizado durante la época en cuestión, como también de épocas pasadas. En ese mismo sentido, el análisis de esta correlación entre la industria televisiva y la de moda es capaz de formar un escenario que permite comprender la cultura del diseño en procesos de configuración de productos tangibles e intangibles, asociados a movimientos y transformaciones de los valores sociales y a evoluciones tecnológicas.

Oportunidad de diseño



Esquema realizado por la autora

A raíz de lo anterior, surge el interés por profundizar en el estudio y análisis de las interacciones y puntos de convergencia existentes entre la industria televisiva y la moda. Esto, desde una perspectiva capaz de entender los aportes e influencias de una industria en la otra y, al mismo tiempo en los aportes de ambas hacia la cultura tanto global como local cuáles son los aportes de ambas industrias en la cultura global y local. Para ello, se identifican actores claves que inciden en el comportamiento y transformaciones de la sociedad en diferentes escalas y dimensiones.

Formulación del proyecto

Qué

Exposición que visibiliza el rol modelador que cumple el cuerpo vestido de dos telenovelas de la 'Época de Oro', representando la reconstrucción de estereotipos de clase social media-alta dentro de la sociedad chilena y a la vez como esta influye en el desarrollo de la identidad local.

Por qué

Existe un rol de familiarización con la sociedad dentro de la narrativa de las telenovelas, donde se construyen estereotipos capaces de representar de forma simbólica el funcionamiento de la sociedad chilena. Dentro de esta función, la práctica del cuerpo vestido es parte de la puesta en escena de la construcción de identidades sociales y la evidencia de cambios generacionales dentro de una década.

Para qué

Visibilizar el vestuario televisivo como actor analítico de la historia de Chile y constructor de identidades sociales, entendiéndolo un medio para comprender los cambios sociales del pasado, presente y futuro.

Objetivo general

Generar una exposición que revele el vestuario televisivo de las telenovelas Trampas y Caretas y Purasangre como código material y semiótico que permite comprender los roles y actores de la sociedad chilena media-alta en Santiago de Chile, como influenciador e intérprete en el desarrollo de la identidad local.

Formulación del proyecto

- | | | |
|--------------------------------------|--|---|
| <p>1. Objetivo específico</p> | <p>→ Identificar y caracterizar los roles de los protagonistas de clase media-alta de las telenovelas en estudio.</p> | <p><i>I.O.V: Por medio de una investigación, revisión bibliográfica y análisis crítico.</i></p> |
| <p>2. Objetivo específico</p> | <p>→ Comprender cómo la contingencia nacional e internacional en los años de estudio impactó en el desarrollo del cuerpo vestido dentro de la caracterización de los estereotipos en las telenovelas.</p> | <p><i>I.O.V: Por medio de una búsqueda de imágenes en documentos visuales, ya sea revistas o diarios de la época.</i></p> |
| <p>3. Objetivo específico</p> | <p>→ Rescatar prendas utilizadas por los estereotipos caracterizados en las telenovelas en estudio y piezas gráficas de la época para la consolidación de la escena cultural.</p> | <p><i>I.O.V: Visita a la bodega de vestuario de TVN y recolección de fotografías.</i></p> |
| <p>4. Objetivo específico</p> | <p>→ Desarrollar la narrativa de exposición y los prototipos iniciales de los objetos en el espacio expositivo, a modo de una primera exploración.</p> | <p><i>I.O.V: El desarrollo de diseño y testeo de los elementos en el espacio expositivo.</i></p> |

Público objetivo

La exposición de este proyecto va dirigida a un público primario y secundario. El primero mencionado, se refiere a estudiantes, académicos o cualquier individuo interesado en el entendimiento del cuerpo vestido del vestuario televisivo y su influencia en la reconstrucción de estereotipos sociales, junto con el poder de la indumentaria como influencia dentro del desarrollo de la identidad de una sociedad. Cabe decir que en cada exposición, como menciona Hughes (2010), es difícil definir el público porque muchos visitantes atraen a otros visitantes, por lo que se habla de un público secundario a todo aquel usuario interesado en exploración de la sociedad chilena en búsqueda de un entendimiento de esta, en conjunto con personas que puedan llegar acompañadas del público descrito anteriormente.

Contexto de implementación

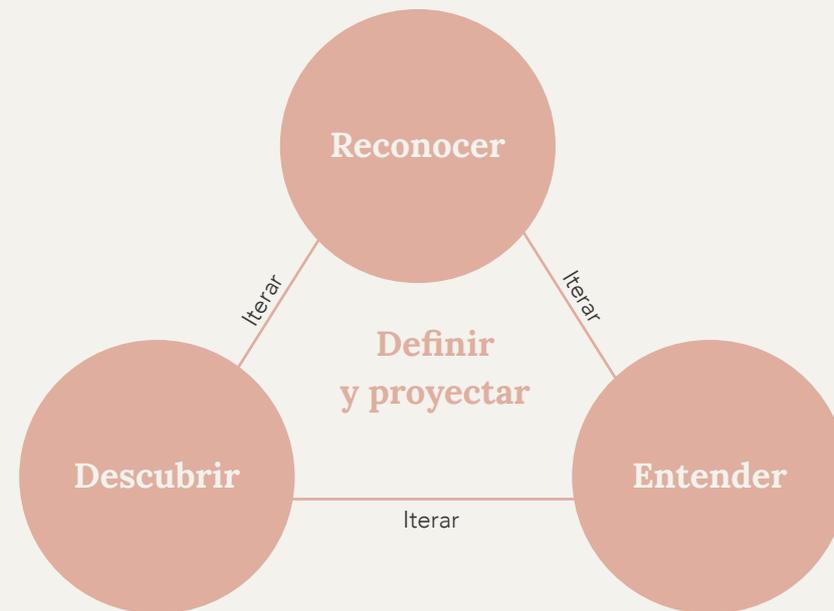
El diseño expositivo posee un carácter simbiótico y experimental, el cual reúne gran variedad de temas de diseño con el objetivo de transmitir información previamente determinada de manera clara (Locker, 2013). Por consecuencia, se convierte en un agente reflexivo que además de visibilizar la temática propuesta, abre un espacio de debate, en donde por medio de la narrativa expositiva se transmite un mensaje.

Este proyecto busca ser una contribución acerca del entendimiento del desarrollo de la industria televisiva y de la moda en la cultura chilena, comprendiendo los factores externos de la cultura global como modeladores de lo local –y a veces viceversa–, tomando en cuenta los hechos contingentes vividos en el periodo de estudio a nivel país. Dicho esto, este proyecto busca ser un aporte en el ámbito académico del diseño, enfocándose en contribuir en el área investigativa

de la Facultad y la Universidad. Dentro de la línea de investigación se realizó un proceso riguroso de búsqueda de piezas que permiten profundizar el análisis y evidenciar el rol modelador del vestido en el desarrollo de la identidad local, que se hace tangible en una prenda física y en piezas gráficas. Por otro lado, relativo al diseño expositivo, gracias a la colaboración de TVN se realizó una exposición compuesta por prendas y piezas gráficas que dan cuenta de ciertos estereotipos de la sociedad chilena en las épocas estudiadas, en conjunto con la influencia del vestido televisivo como modelador del desarrollo de la identidad chilena. El objetivo de esta fue comunicar el imaginario visual y cultural del período estudiado junto con los cambios acontecidos, poniendo en valor las producciones desarrolladas por Televisión Nacional entre los años 1992 y 2002.

Metodología

Para el desarrollo de este proyecto, en una primera etapa se utilizó la metodología de triangulación de métodos para el logro de los objetivos anteriormente planteados. El primer método consistió en descubrir, donde se propuso una investigación con una técnica de carácter cualitativo para examinar la percepción del ser humano, a través de una "indagación de fenómenos sociales y comprensión de los pensamientos, sentimientos o interpretaciones de las personas sobre diversos significados y procesos" (Given, 2014) en toda su complejidad, logrando establecer conexiones que no se encuentran de manera explícita. Esta metodología no busca simplificar las cosas, si no que reconocer las diferentes dimensiones y capas que componen el problema en su profundidad, otorgándole al diseñador una nueva o más detallada comprensión del asunto en cuestión.

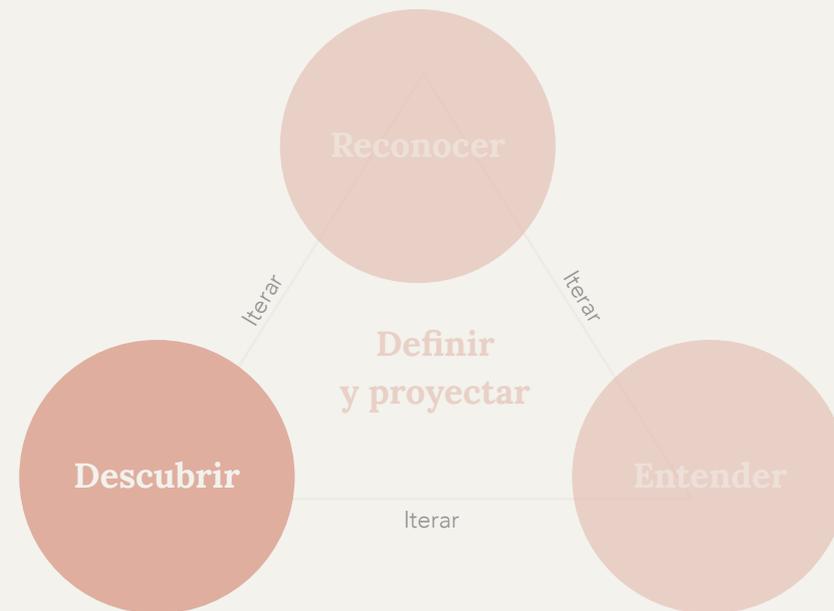


Esquema realizado por la autora

Metodología

1. Descubrir

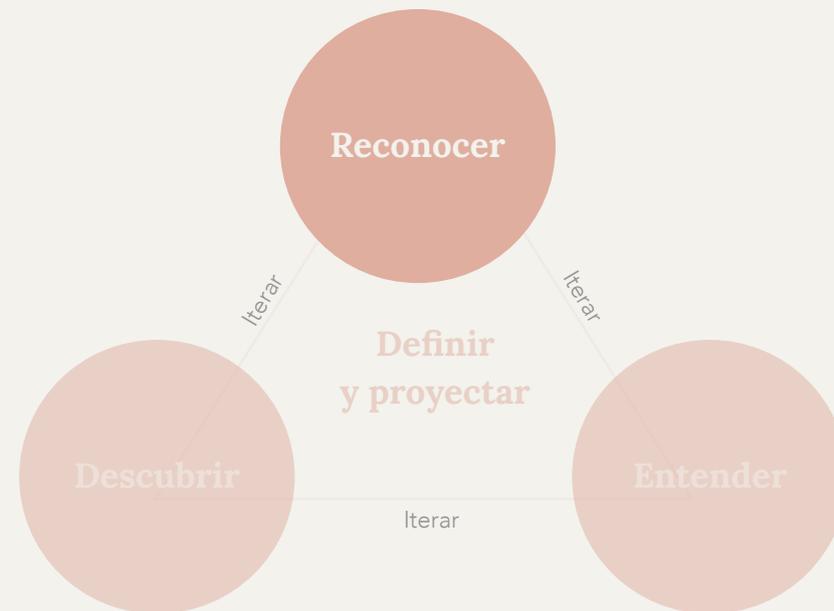
La primera etapa del estudio se centró en descubrir desde la perspectiva planteada por Muratovsky (2016) en el módulo de historical research, la cual busca realizar una investigación literaria y etnográfica para estudiar la secuencia de los acontecimientos y sucesos junto con el contexto que lo rodea. Si bien, la fuente central del análisis cualitativo son las interacciones humanas, este puede ser también aplicado a material no lingüístico como lo son los archivos fotográficos; episodios televisivos, carátulas de películas, objetos, revistas, etc. De ahí que esta investigación considera el uso del material recién nombrado como evidencia histórica e instrumento para el levantamiento de saberes, hábitos y estilos del período en estudio.



Metodología

2. Reconocer

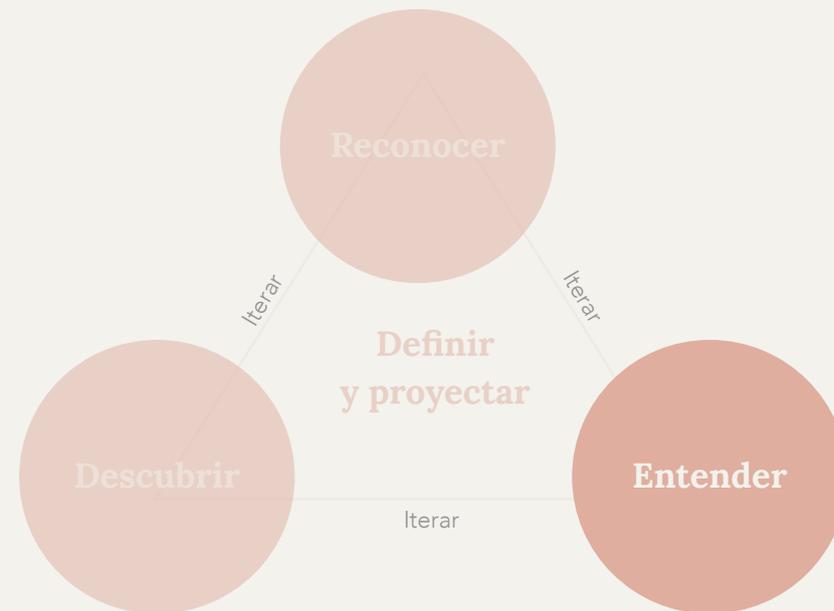
La segunda etapa se enfocó en reconocer, a través de un análisis especulativo a partir de la información recopilada para poder identificar y caracterizar patrones y significados existentes en el contexto de estudio.



Metodología

3. Entender

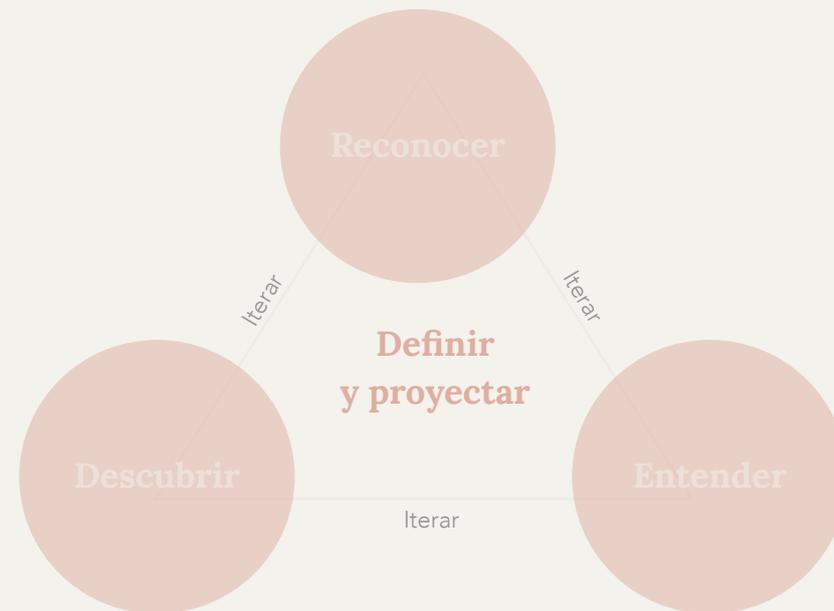
La tercera etapa se centró en entender, donde para efectos de este proyecto fue necesario contar con documentos visuales, para lo cual se recopiló fotografías como imaginario visual y cultural basadas en un estudio de gabinete pertenecientes al periodo de estudio, las cuales permitieron identificar los aspectos relevantes de la época pertinente a la investigación. Además de ello, se realizó una recolección de prendas de vestuario de telenovelas en la bodega de TVN.



Metodología

4. Definir y proyectar

Por último, para la etapa de definir y proyectar, con el inventario de fotografías e indumentaria recopilada y un profundo análisis e investigación de la relación entre telenovelas - indumentaria - identidad, se comenzó con el desarrollo de la exposición, lo cual implicó la definición del espacio expositivo, la narrativa y la organización en general, de forma que se pudiera proyectar una propuesta de diseño enfocada en el análisis y las interrelaciones de las industrias estudiadas.



Estado del arte: Antecedentes



1. American Woman: Fashioning a National Identity:

Esta exposición del "Met Museum" explora las diferentes percepciones existentes en el desarrollo de la identidad de la mujer moderna estadounidense desde 1890 hasta 1940 y cómo esta ha influido en la forma en que se a las mujeres americanas el día de hoy.

En esta exposición se centran en los arquetipos de una feminidad estadounidense definida por la autora, a través de la vestimenta, ésta muestra como la mujer comenzó revoluciones de estilo que evidenciaron su independencia social, sexual y política. Algunos estilos como como "Gibson Girls", "Bohemians" y "Screen Sirens", ayudaron a desarrollar y consolidar las bases para la identidad de la mujer estadounidense de hoy.

Estado del arte: Antecedentes



Fig.12

2. Siendo el futuro: 1889 – 1918/1989 – 2018:

Esta exposición llevada a cabo en el Museo de la Moda en Santiago de Chile, confronta 2 épocas, en donde ambas son periodos de cambio de siglo, evidenciando cómo los avances tecnológicos de un período se traducen en temas sociales, develando historias y situaciones que exponen lo que estaba sucediendo en torno a temas sociales, culturales y políticos que por consecuencia se representan en la vestimenta.

Estado del arte: Antecedentes



3. Volver a los 80' I y II:

Ambas exposiciones realizadas por el Museo de la Moda en los años 2015 y 2016 fueron desarrolladas con el fin de mostrar y poner en valor la década de los 80' dentro del desarrollo de la moda, estilos y tendencias. Lo que se rescata de esta muestra es la identificación de aspectos globales, teniendo en exhibición piezas internacionales y nacionales.

Estado del arte: Referentes



Fig.14

1. Julien's Auctions: Hollywood Legends

Esta exhibición fue realizada en Julio del 2022 en Beverly Hills, CA. y presentada por "Turner Classic Movies" y la casa de subastas "Julien's Auctions", con el objetivo de memorar la historia de Hollywood. Los aspectos rescatables para este proyecto es la valorización del vestuario y la identificación y caracterización de los actores significativos dentro de la industria cinematográfica.

Estado del arte: Referentes



2. Señal TVN 3

El miércoles 26 de julio de este año 2023, Televisión Nacional de Chile lanzó una nueva señal que transmite contenido histórico del canal estatal como teleseries, programas culturales, espacios franjeados de entretenimiento y eventos deportivos, entre otros con el objetivo de revivir historias clásicas, personajes inolvidables y recuerdos que marcaron a la sociedad chilena.

Estado del arte: Referentes



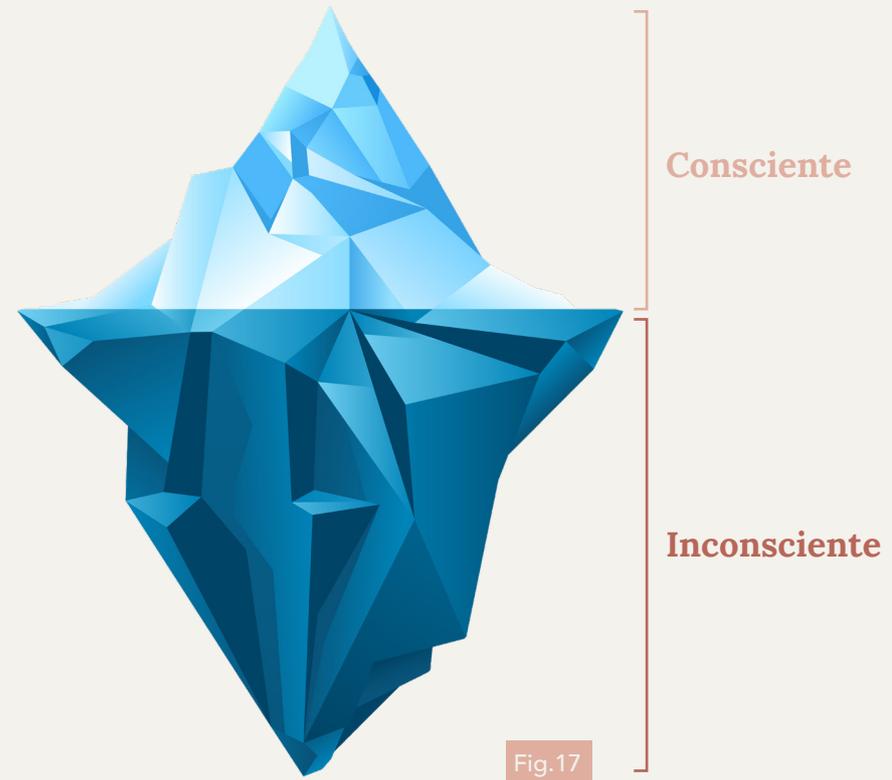
3. About Time: Fashion and Duration

Exhibición realizada en el MET en el año 2021, en donde se hace una documentación y catálogo de las modas desde 1870 al 2020. Lo que se rescata particularmente es la manera que explora cómo la ropa genera asociaciones temporales que combinan pasado, presente y futuro. Exhibiendo dos vestidos uno de 1895 y otro del 2004, diseñado por diferentes artistas pero que están conectados a través de la forma, el motivo, el material, el patrón, la técnica o la decoración.

Patrón de valor

Ante todo lo estudiado previamente, se puede decir que la moda se ha introducido en la televisión, creando un vínculo que va más allá de lo visual, influenciando las percepciones del ser humano dentro de la sociedad. Este fenómeno es como la metáfora “la punta del iceberg” donde solo uno ve una pequeña parte de todo lo que hay por debajo de la superficie.

El vestuario cumple un rol multidimensional y juega un papel muy importante dentro del desarrollo de la identidad chilena, sin embargo, somos testigos de su poca visibilidad como protagonistas en la historia, siendo esta una dimensión poco explorada. Por otro lado, este proyecto busca ser un aporte al entendimiento de todo lo que hay por debajo del iceberg –vestuario- y que no se ve, a través de establecer un análisis de las telenovelas y el rol que cumple el vestuario en el desarrollo de la identidad chilena.



Descubrir

Al comenzar la investigación se abarcó el estudio de la industria de la moda y cinematográfica, sin embargo, hubo un quiebre que será mencionado más adelante, por lo cual se decidió sustituir la industria cinematográfica por la televisiva, considerando esta última una mejor oportunidad investigativa bajo el marco del objeto de estudio principal –la indumentaria–.

Proceso de investigación

A raíz de esta línea del tiempo, se detectaron las siguientes interacciones claves:



1. Hay individuos que de una u otra forma han logrado trascender a lo largo de la historia.



2. El vestuario cinematográfico y la indumentaria tienen una influencia recíproca.



3. Existen piezas físicas que trascienden al paso del tiempo, pero se van modificando según los cambios que va experimentando la sociedad.

Caracterización dentro del estudio



Esquema realizado por la autora

Símbolo

Individuo que trasciende en el tiempo y que sigue estando presente y siendo referente (de estilo, por ejemplo) para la sociedad de hoy, a pesar de transcurrir siglos.

Celebridad

Toda aquella persona conocida por una gran cantidad de personas dentro de la sociedad, la que se puede considerar como famoso/a.

Ícono

Es la creación de algo diseñado para ser reconocible, y es característico de la época. Donde en el caso de las películas las personas suelen referirse al ser humano por el nombre de su personaje en vez del nombre del actor/actriz en la vida real.

Entrevistas

Objetivo

Para comprender cómo se relaciona la indumentaria y el vestuario cinematográfico se hace tangible en objetos, producciones, cánones y conductas; se desarrolló una investigación etnográfica donde se realizaron entrevistas no estructuradas de manera online y presencial.

1. Muriel Parra

Primero se entrevistó a Muriel Parra, diseñadora de vestuario chilena que ha trabajado en el desarrollo de las películas «Una mujer fantástica» «El regalo» y «Neruda», en esta última ganó el premio Fénix el año 2016 de mejor vestuario.



Fig.18

Resultados

Como resultado de la entrevista con Muriel se logró conocer y entender los procesos de diseño por detrás del desarrollo del vestuario para las pantallas. Para inspirarse, ella investiga en pasarelas de “fashion weeks”, revistas y se fija en los “outfits” de varias fuentes. Pero lo más interesante y enriquecedor para este proyecto fue conocer el proceso de asimilación que crea Muriel con la sociedad, donde cuenta que, al leer el guion y la caracterización del personaje, siempre trata de relacionarlos con personas reales que conoce. Por ejemplo, piensa en una amiga que se parece mucho a la descripción del guion, por lo tanto, luego, al momento de desarrollar el vestuario, reflexiona cómo su amiga se comportaría en esa situación y utiliza esa inspiración para crear atuendos más auténticos y cercanos a la vida real.

2. Acacia Echazarreta

En segundo lugar, se entrevistó a Acacia Echazarreta, curadora del Museo de la Moda de Santiago de Chile de manera presencial. Esta entrevista fue un quiebre para el proceso de investigación del proyecto.



Fig.19

Resultados

A raíz de entrevistas con Acacia Echazarreta se llegó a que la industria cinematográfica no se alineaba adecuadamente con el contexto local chileno. Por lo tanto, se decidió cambiar el enfoque de la investigación y considerar a la industria televisiva, ya que esta se ajusta mejor a la realidad y las necesidades del desarrollo local en Chile. Al hacer este cambio, se pudo adaptar el estudio para abordar cuestiones más pertinentes y relevantes para la sociedad chilena, y así obtener conclusiones y resultados más significativos para el ámbito televisivo del país.

3. Emilia Müller

Por último, se entrevistó de manera presencial a Emilia Müller, curadora del Museo Histórico Nacional de Chile y autora de la exposición temporal «Pasado de Moda: Historias de una colección».



Fig.20

Resultados

Como resultado de la entrevista se logró entender el valor de la exhibición del vestuario como una forma de entender el mundo a través de la cultura material, una manera de hacer historia, mostrar procesos, transformaciones sociales, fenómenos, entre otros. En donde la indumentaria es un punto de vista que ha sido trabajado, pero no tanto y que te permite acceder a espacios, a historia a momentos históricos que otro tipo de fuentes no te lo permiten.

Por otro lado, se conversó y comprendió cómo la televisión, específicamente las telenovelas, construyen realidades y las contextualiza a través de la ambientación, el diálogo y la indumentaria. Es aquí donde se decidió el estudio de las telenovelas en la llamada "época de oro de TVN".

Conclusiones preliminares

A partir del proceso de investigación realizado anteriormente, se determinaron ciertos requerimientos para seguir el desarrollo del proyecto. En primer lugar, se decidió limitar la investigación a un contexto local, específicamente la industria televisiva chilena, la cual no fue abarcada anteriormente. Esta elección se fundamentó en los factores culturales, sociales y económicos chilenos, siendo una influencia directa en la producción, distribución y consumo del medio televisivo.

En segundo lugar, se optó por acotar el contexto de estudio a la “época de oro de TVN”, debido a que durante ese periodo se experimentó una innovación en la creatividad de la producción televisiva chilena. Por otro lado, al centrarse en esta época en particular, se puede comprender con mayor profundidad el comportamiento de la televisión actual y su influencia en la cultura y la percepción de la sociedad. Otro factor que influyó en la toma de decisión fue el interés y apoyo que brindó Televisión Nacional al momento del contacto de la estudiante con el canal.

Reconocer

Identificación de elementos en las telenovelas chilenas

Para la definición de las telenovelas se hizo un análisis basado en el rating de las 10 telenovelas más vistas dentro época de oro de Televisión Nacional, en donde al ser el rating una medida objetiva y cuantitativa, nos permite identificar patrones y tendencias en la audiencia, como los temas y géneros que resuenan más en el público, la importancia de los actores y actrices, entre otros.

| Año | Teleserie | Director | Rating | Nºr |
|------|-------------------|------------------------|--------|-----------|
| 1992 | Trampas y Caretas | Vicente Sabatini | 30,5 | 10 |
| 1993 | Jaque Mate | Vicente Sabatini | 13,3 | 27 |
| 1993 | Ámame | María Eugenia Rencoret | 21,9 | 19 |
| 1994 | Rompecorazón | Vicente Sabatini | 24,7 | 17 |
| 1994 | Rojo y Miel | María Eugenia Rencoret | 21,6 | 20 |
| 1995 | Estúpido Cupido | Vicente Sabatini | 22,5 | 18 |
| 1995 | Juegos de fuego | María Eugenia Rencoret | 17,4 | 25 |
| 1996 | Sucupira | Vicente Sabatini | 27,6 | 12 |
| 1996 | Loca Piel | María Eugenia Rencoret | 20,9 | 21 |
| 1997 | Oro Verde | Vicente Sabatini | 25,0 | 15 |

Esquema realizado por la autora (Anexo)

| Rating | Teleserie | Años: producción vs ambientación |
|--------|-------------------------|----------------------------------|
| 1 | Amores de mercado | 2001-2001 |
| 2 | Romané | 2000-2000 |
| 3 | Los Pincheira | 2004-1917 |
| 4 | Pampa ilusión | 2001-1935 |
| 5 | El circo de las Montini | 2002-2002 |
| 6 | Puertas Adentro | 2003-2003 |
| 7 | Purasangre | 2002-2002 |
| 8 | La Fiera | 1999-1999 |
| 9 | Aquelarre | 1999-1999 |
| 10 | Trampas y Caretas | 1992-1992 |

Esquema realizado por la autora

Dentro del análisis se realizó un filtro adicional con el objetivo de verificar la correspondencia de la época de producción versus la ambientación de la telenovela, siendo este de gran relevancia, debido a que nos permite asegurar que la época de producción en la que se realizó la telenovela coincida con el periodo histórico y contexto social en el que se desarrolla la narrativa.

La congruencia entre ambas épocas se consideró como un aspecto crucial para garantizar la autenticidad y la coherencia de la narrativa, debido a que, al producir una ambientación de una telenovela en una época específica, se busca recrear lo más parecido posible los escenarios, la vestimenta, el lenguaje y las costumbres de esa época. En cambio, si la producción de una telenovela se realiza en un período diferente al que se busca representar, podrían surgir incoherencias históricas o culturales que afecten la credibilidad de la historia.

Caracterización de personajes protagonistas

Una vez realizado el filtro se llevó a cabo la caracterización de los personajes, específicamente de aquellas telenovelas que fueron desarrolladas en Santiago de Chile. Esta caracterización se basó en los protagonistas, debido a que son el eje central de las tramas y su correcta construcción es crucial para lograr conectar y mantener la atención del público.



1. Carmen

Representada por Jael Unger.

Carmen es una mujer de la alta sociedad, adinerada y pretenciosa.

2. Felipe

Representado por Bastián Bodenhöfer.

Felipe es un soltero empedernido, amante de la vida bohemia y las mujeres.

3. Mariana

Representada por Claudia Di Girolamo.

Mariana es una ejecutiva atractiva, empoderada de si misma.

4. Maximiliano

Representado por Francisco Reyes. Serio y conservador, estudia violín y música clásica.

Arquetipos reconocidos

Como resultado de la caracterización, se logró identificar cuatro arquetipos recurrentes que se repiten en dos telenovelas: “Trampas y Caretas” del año 1992 y “Pura Sangre” del 2002. A pesar de estar diferenciadas por una década de producción, ambas telenovelas comparten estos arquetipos en sus protagonistas. Esta observación resultó crucial para la definición de las telenovelas que se van a estudiar en el desarrollo del proyecto.

1. La socialité

Mujer de 70-80 años, madre de familia adinerada, destacan en la vida social y cultural y participan en eventos sociales, con una amplia red de contactos y están al tanto de las últimas tendencias en moda y estilo de vida.

2. El conservador

Hombre de 30-35 años, integrante de una familia adinerada, valora y defiende las tradiciones y lo clásico y se resiste a los cambios sociales y culturales.

3. El moderno

Hombre de 30-35 años, suele tener una actitud relajada, extrovertido y sociable, suele vestir prendas modernas para seguir las últimas tendencias y está interesado en las formas de expresión cultural.

4. La contemporánea

Mujer de 25-35 años, con una fuerte creencia en sí misma, consciente de su belleza y sus capacidades. Tiene un estilo de vida contemporáneo, siguiendo las últimas tendencias moda, arte, música y cultura.

Es importante destacar que estos arquetipos son representaciones simbólicas y no deben tomarse como una descripción precisa de individuos

Es importante destacar que estos arquetipos son representaciones simbólicas y no deben tomarse como una descripción precisa de individuos

Análisis de arquetipos

Tomando en cuenta los arquetipos definidos, se realizó un análisis cualitativo para cada uno de los personajes, en donde se revisaron 40 capítulos de cada una de las telenovelas "Trampas y Caretas" y "Purasangre". En la matriz (anexo), se consideraron elementos como la silueta, los colores, las telas y los accesorios que conformaban la imagen del personaje respectivo, en donde cada aspecto visual permitió poder reforzar la coherencia del personaje con el arquetipo.

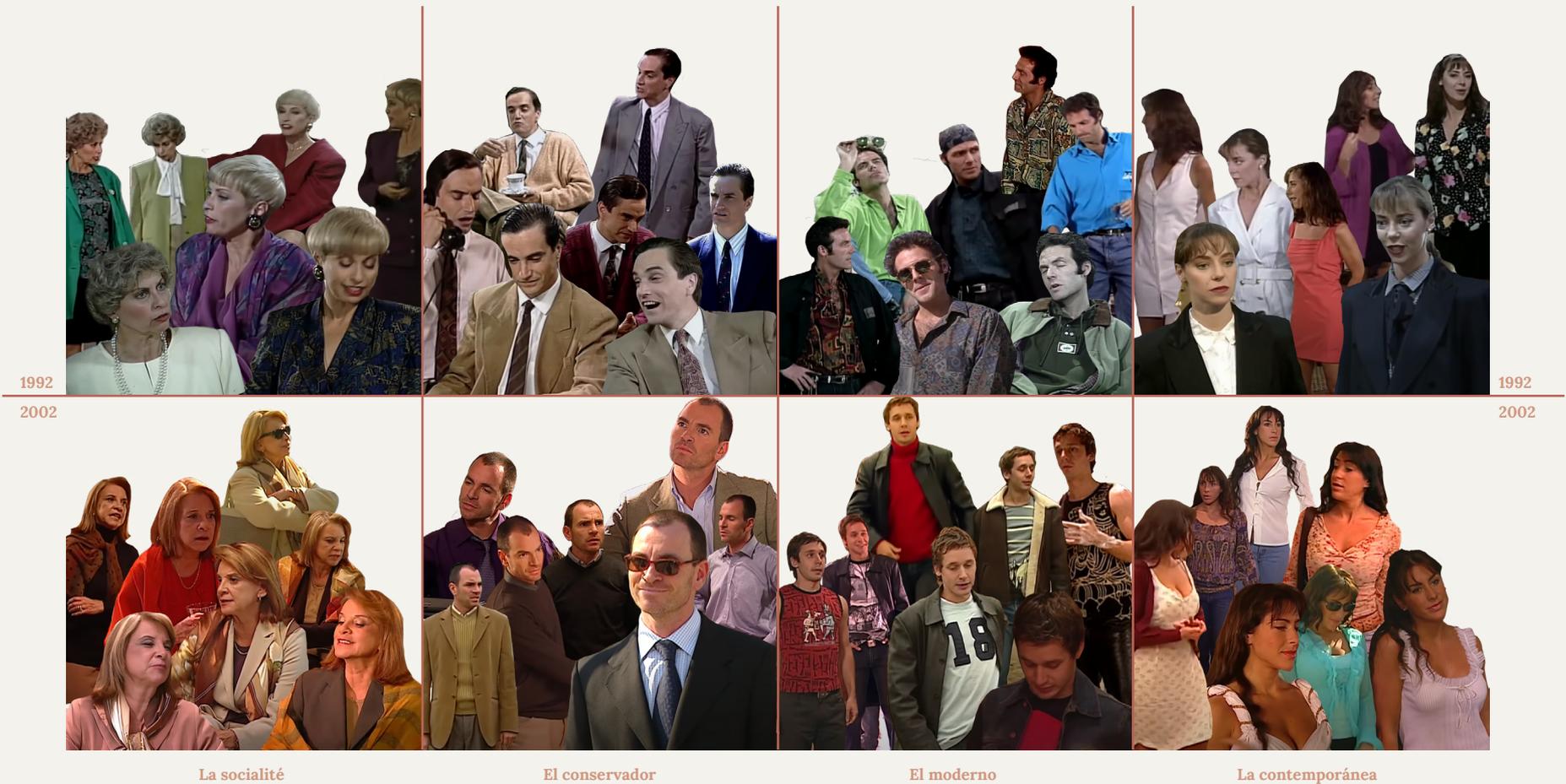


Moodboard capítulos de Purasangre



Collage de outfits de los personajes

Análisis de arquetipos



Entender

Recolección de revistas

Objetivo

Para comprender y contrastar cómo el contexto global y local impacta en el desarrollo de la identidad chilena, se realizó una búsqueda de revistas de cada época respectiva dentro de la categoría de entretenimiento, estilo de vida y moda en donde se abordan temas como la cultura, la política, la sociedad global y local.



Resultados

Como resultado de la búsqueda de revistas, se logró obtener un conocimiento más completo de las tendencias existentes en cada periodo de la historia en estudio, de la mano con un mayor reconocimiento y reafirmación de los arquetipos presentes en las telenovelas. Por consecuencia, esta identificación de arquetipos proporciona un marco de referencia para poder comprender cómo las formas de comportamiento se entrelazan con las percepciones de la audiencia en cada época.

Recolección de revistas

Telenovela



"Trampas y Caretas" - 1992

Carmen - representada por Jael Unger



"Gente" - Revista Caras - 1991

Recolección de vestuario

Objetivo

Para rescatar prendas utilizadas por los arquetipos caracterizados en las telenovelas en estudio se realizaron 8 visitas a la bodega de vestuario de Televisión Nacional de Chile.



Resultados

Como resultado de la recolección de vestuario en las visitas a la bodega de Televisión Nacional, se pudieron encontrar piezas iguales o parecidas a las utilizadas por los actores en sus respectivas telenovelas.

Recolección de vestuario

Telenovela



"Trampas y Caretas" - 1992
Capítulo 81.



Recolección de vestuario



Trampas y Caretas

Purasangre

1992

2002



Recolección de imágenes

Objetivo

Una vez seleccionado el vestuario de TVN, se realizó una búsqueda de documentos visuales, realizando un estudio de gabinete pertenecientes al periodo de estudio, recopilando fotografías como imaginario visual y cultural, para poder identificar y reconocer cómo se vestían ciertos individuos dentro de la sociedad chilena, que comparten características con los arquetipos definidos en las telenovelas.



Resultados

Estas imágenes capturan a personas usando el mismo vestuario que se vio en las revistas y telenovelas, lo que refleja cómo la moda televisiva e impresa influyó en las elecciones de vestuario de las personas y cómo la gente adaptó y apropió las tendencias según su propia identidad y estilo de vida.

Conclusiones preliminares

A partir de las etapas de reconocer y entender se logró definir un modelo de matriz de análisis. Este permite estructurar y evaluar de manera sistemática diversos aspectos dentro de las telenovelas. El objetivo de este diseño es proporcionar una guía de análisis para la comprensión de elementos clave que están presentes en la televisión.

| | Telenovela | Arquetipos | Vestuario | Revistas | Fotografías |
|------|-------------------|---|--|---|---|
| 1992 | Trampas y Caretas |  |  |  |  |
| 2002 | Purasangre |  |  |  |  |

Definir

Diseño de exposición

Esta exposición busca concientizar a los espectadores acerca de un fenómeno complejo e implícito, siendo el objetivo principal develar el vestuario televisivo de las telenovelas "Trampas y Caretas" y "Purasangre", como código material y semiótico que permite comprender los roles y actores de la sociedad chilena media-alta en Santiago de Chile, que permeabiliza el desarrollo de la identidad local.

Contenido

A partir de la información obtenida y definida en las etapas anteriores, se precisan y estructuran los contenidos a presentar en la exposición. Se elabora una organización de contenidos que sean capaces de transmitir la información que se desea comunicar de manera coherente.

1. Introducción

Texto curatorial que introduce al proyecto "De la pantalla al clóset".

2. Telenovelas

Descripción de arquetipos identificados en los protagonistas de las telenovelas.

3. Vestuario televisivo

Selección del vestuario de cada telenovela y su arquetipo respectivo.

4. Contexto nacional

Revistas que contextualicen la época.

5. Fotografías

Selección de fotografías tomadas en Chile durante ambas décadas.

Espacio de implementación

La elección del espacio para llevar a cabo la exposición fue una decisión que involucró diversas consideraciones. Inicialmente, se planteó la posibilidad de implementar la exposición en el Museo Histórico Nacional. Sin embargo, la curadora de vestuario, Emilia Müller, manifestó su política de exclusividad en cuanto a las exhibiciones que ella misma desarrolla.

Como resultado de estas conversaciones, se planteó la opción de exponer durante unos días en la sala de gobernadores dentro del mismo Museo Histórico Nacional, lo que representaba un avance significativo en las negociaciones. Sin embargo, antes de consolidar esta decisión, se consideró necesario llevar a cabo un proceso de prueba y testeado del montaje. Para ello, se optó por realizar una prueba preliminar en un espacio alternativo: el Salón Sergio Larraín, ubicado en el Campus Lo Contador.

Identidad gráfica

Naming

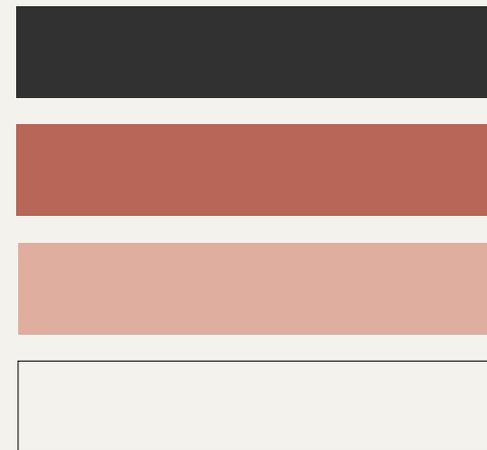
De la pantalla al clóset es el nombre del proyecto, este surge de un proceso de brainstorming. Se ha mencionado a lo largo del proyecto el rol de la televisión, especialmente de las telenovelas como fuente modeladora de la identidad chilena, por lo tanto, se considera el nombre de la pantalla al clóset, donde pantalla hace alusión a las telenovelas y clóset a la bajada de la identidad, haciendo referencia al vestuario de los chilenos.

Tipografías

Avenir Light
Avenir Light Oblique
Avenir Medium
Avenir Medium Oblique
Avenir Heavy
Avenir Heavy Oblique
Avenir Black
Avenir Black Oblique

Lora Regular
Lora Regular Italic
Lora Medium
Lora Medium Italic
Lora SemiBold
Lora SemiBold Italic
Lora Bold
Lora Bold Italic

Paleta cromática



Identidad gráfica

Imagotipo



Isotipo



Colorización



Proyectar



DE LA PANTALLA
al clóset





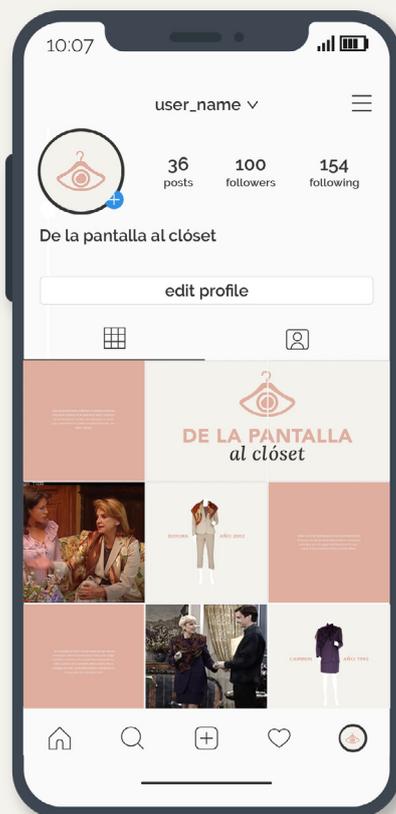


Mira aquí



Difusión

Al estar desarrollando una exposición, uno de los objetivos de la autora es que logre asistir la mayor cantidad de público posible, en donde se pueda comunicar del proyecto a quienes no lo conocen aún, convocarlos para que puedan encontrar este espacio que busca visibilizar el rol modelador de las telenovelas en el desarrollo de la identidad chilena.



Costos

| Código | | | | | | Valor Arriendo | | | | Garantía |
|--------------|-----------------|------------------------|-----------------|--------------------|-----------|----------------|-----------|------------|-----------|------------|
| Cantidad | Familia | SubFamilia | Color | Material | Epoca | Diario | Periodo | Lavanderia | TOTAL | |
| 016007201744 | POLERA HOMBRE | MANGA CORTA | ROJO ITALIANO | ALGODON | AÑOS 2000 | \$374 | \$374 | \$300 | \$674 | \$4.991 |
| 002039000087 | BLUSA MUJER | MANGA LARGA | GRIS | GASA | AÑOS 2000 | \$750 | \$750 | \$588 | \$1.338 | \$10.000 |
| 003007300192 | CAMISA HOMBRE | MANGA CORTA | BLANCO INVIERNO | SEDA | AÑOS 1990 | \$750 | \$750 | \$506 | \$1.256 | \$10.000 |
| 014001300081 | PANTALON HOMBRE | TRADICIONAL SIN PINZAS | BEIGE | CASIMIR | AÑOS 2000 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.763 | \$2.888 | \$15.000 |
| 006000400305 | CHAQUETA HOMBRE | TRADICIONAL | BEIGE | CASIMIR | AÑOS 2000 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.224 | \$2.349 | \$15.000 |
| 003000607859 | CAMISA HOMBRE | CUELLO EN PUNTA | BLANCO | ALGODON | AÑOS 1990 | \$1.274 | \$1.274 | \$506 | \$1.780 | \$16.990 |
| 014001300306 | PANTALON HOMBRE | TRADICIONAL SIN PINZAS | GRIS | CASIMIR | AÑOS 1990 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.763 | \$2.888 | \$15.000 |
| 006000400052 | CHAQUETA HOMBRE | CRUZADA | GRIS | CASIMIR | AÑOS 1990 | \$1.125 | \$1.125 | \$2.326 | \$3.451 | \$15.000 |
| 072038700115 | PAÑUELO MUJER | RECTANGULAR | NEGRO | POLYESTER | AÑOS 1990 | \$375 | \$375 | \$160 | \$535 | \$5.000 |
| 016006900350 | POLERA HOMBRE | SIN MANGAS | NEGRO | ALGODON ELASTICADO | AÑOS 2000 | \$749 | \$749 | \$300 | \$1.049 | \$9.990 |
| 014007700488 | PANTALON HOMBRE | JEANS | AZUL | MEZCULLA | AÑOS 1990 | \$674 | \$674 | \$1.763 | \$2.437 | \$8.990 |
| 003000601815 | CAMISA | CUELLO EN PUNTA | CELESTE | ALGODON | AÑOS 2000 | \$2.925 | \$2.925 | \$506 | \$3.431 | \$39.990 |
| 002500604516 | VESTIDO MUJER | SIN MANGAS | ROSDADO | LINO | AÑOS 1990 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.763 | \$2.888 | \$15.000 |
| 006000400053 | CONJUNTO MUJER | CRUZADO | MORADO | LANA | AÑOS 1990 | \$2.250 | \$2.250 | \$2.326 | \$4.576 | \$30.000 |
| 014001300246 | BLAZER MUJER | TRADICIONAL | CREMA | ALGODON | AÑOS 2000 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.763 | \$2.888 | \$10.000 |
| 003007300134 | PANTALÓN MUJER | TRADICIONAL | CREMA | ALGODON | AÑOS 2000 | \$1.125 | \$1.125 | \$506 | \$1.631 | \$10.000 |
| 023007201810 | PANTALÓN MUJER | TRADICIONAL CON PINZA | NEGRO | LANA | AÑOS 2000 | \$1.125 | \$1.125 | \$1.224 | \$2.349 | \$10.000 |
| 017846904670 | PANTALÓN HOMBRE | JEANS | GRIS | MEZCULLA | AÑOS 2000 | \$674 | \$674 | \$1.763 | \$2.437 | \$10.000 |
| 002390602358 | CHAQUETA HOMBRE | CAZADORA | VERDE | XX | AÑOS 1990 | \$1.125 | \$1.125 | \$2.326 | \$3.451 | \$15.000 |
| | | | | | | \$ 20.920 | \$ 20.920 | \$ 23.376 | \$ 44.296 | \$ 264.961 |

*Nota: Todos estos valores son mas IVA

| | |
|----------------------------------|----------|
| Vestuario por día..... | \$44.296 |
| Lienzos cuartoriales..... | \$21.620 |
| Impresión Fotografías..... | \$ 9.680 |
| Revista Burda (2 unid.)..... | \$15.000 |
| Revista Caras (4 unid.)..... | \$30.000 |
| Revista Vanidades (2 unid.)..... | \$20.000 |

Proyecciones

Este proyecto tiene una dimensión de investigación en donde a través de la matriz de análisis definida, se pueden develar grandes hallazgos, por lo tanto, como principal proyección se puede decir que se logran analizar otras telenovelas, desde la perspectiva del vestuario y su rol en el desarrollo identitario.

Por otro lado, se puede postular a fondos concursables, para poder recaudar los fondos para los costos de implementación, arriendo de espacio, difusión, etc. Algunos de los fondos podrían ser:

1. **Fondart Nacional Exposiciones:**

Este fondo otorga financiamiento para proyectos de exhibición nacional e internacionales que se incluyan en la programación de espacios expositivos.

2. **Exhibición en Galería Gabriela Mistral 2024:**

Esta convocatoria para el 2024, va dirigida a artistas y curadores chilenos emergentes y de mediana carrera, para ser parte de su programación del próximo año para exposiciones individuales y colectivas.

3. **Fondart Nacional Haz tu tesis en cultura:**

El Fondart "Haz tu tesis en cultura" otorga financiamiento para promover la investigación en cultura, artes y patrimonio realizada por profesionales emergentes.

4. **Fondart Nacional Investigación 2024:**

Este fondo nacional otorga financiamiento total o parcial para proyectos de investigación, con el objetivo de promover, colaborar, realizar y difundirlos.

Conclusiones

A modo de cierre, este proyecto es el resultado de un largo proceso de investigación, en donde se logra reconocer la importancia del vestuario televisivo y su rol modelador en el desarrollo de la identidad chilena. Este fenómeno y la comprensión de este nos influencia al ejercer como diseñadores.

Esta investigación forma una pequeña parte de todo lo que se puede profundizar dentro del lenguaje del vestuario y sus significados en diferentes contextos. Pero pese a ser una pequeña parte, contribuye a la reflexión de la identidad.

La formulación de este proyecto significó ver otro lado del diseño. Éste no soluciona problemas únicamente, si no que también sirve para visibilizar temáticas y así abrir espacios de reflexión.

Bibliografía

- Buonanno, M. (1999). El drama televisivo : identidad y contenidos sociales. Gedisa.
- Camponovo Llanos, M. S., & Silva, P. (2012). La telenovela chilena : radiografía de un cambio cultural, 1900-2012. Universidad de Leiden.
- Doria, P. (2012). Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 101-106.
- Frisa, M. L. (2020). Las formas de la moda: Cultura, industria, mercado. Ampersand.
- Giménez, G. (2005). Cultura, identidad y metropolitano global (Culture, Identity and Global Metropolitanism). Revista Mexicana de Sociología, 67(3), 483-512. <http://www.jstor.org/stable/3541504>
- Given, L.M., Winkler, D.C., & Willson, R. (2014). Qualitative research practice: Implications for the design and implementation of a research impact assessment exercise in Australia.
- Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. Re-ificación y situacionalidad. Tabula rasa, (8), 45-67.
- Harris, M. (2011) "Antropología cultural", Madrid, Alianza Editorial.
- Larraín, J. (2001). Identidad chilena. LOM Ediciones.
- Lehnert, G., & Delius, P. (2000). Historia de la moda del siglo XX. Konemann.
- Locker, P. (2013). Manuales de diseño interior: diseño de exposiciones. Barcelona, Spain: Editorial GG. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecasuc/45485?page=8>.
- Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. Revista de Claseshistoria, (2), 2.
- Lurie, A. (1994). El lenguaje de la moda : una interpretación de las formas de vestir. Paidós.
- Miranda, J. V. (2017). Moda al paso (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica de Chile).
- Montalva, P. (2004). Morir un poco: Moda y sociedad en Chile 1960-1976. Editorial Catalonia.(309-310).
- Muratovski, G. (2016). Research for designers : a guide to methods and practice. Sage. (91-98).

Bibliografía

Kazan, E., Williams, T., Brando, M., Leigh, V., Hunter, K., Malden, K., ... & North, A. (1951). A STREETCAR named desire (p. 296). 20th Century Fox.

Keesing, R. (1993) "Teorías de la cultura", a H. M. Velasco (Comp.): Lecturas de Antropología Social y Cultural. Madrid, UNED, pp. 51-82.

Hannerz, U. (2014). Cosmopolitas y locales en la cultura global. *Alteridades*, 0(3), 107-115. Recuperado de <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/658/655>

Hughes, P. (2010). Diseño de exposiciones. Promopress.

Retana, C., (2014). Frédéric Godart. Sociología de la moda (Buenos Aires: Edhasa, 2012), 126 pp.. *Revista Mexicana de Sociología*, 76(2), 324-327.

Santa Cruz A., E. (2003). Las telenovelas puestas adentro : el discurso social de la telenovela chilena. LOM Ediciones.

Sposito, S. (2016). Historia de la moda : desde la prehistoria hasta nuestros días. Promopress.

Thompson, J. (1990). Ideology and Modern Culture. Cambridge: Polity Press.

Kawamura, Y (2004). Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. Bloomsbury.

Figuras

Figura 1: Brando van Vechten3.jpg - Wikimedia Commons. (1948, 27 diciembre). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brando_van_Vechten3.jpg

Figura 2 y 3: Otaño, C. H. (2017b, septiembre 23). Minifalda: cómo se convirtió en símbolo de liberación y empoderamiento femenino. infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/estilos/2017/09/23/minifalda-como-se-convirtio-en-simbolo-de-liberacion-y-empoderamiento-femenino/>

Figura 4: Bettmann. (s. f.). A fashion model poses with her sign for the «Save the Mini» campaign. . . Getty Images. <https://www.gettyimages.es/detail/fotograf%C3%ADa-de-noticias/fashion-model-poses-with-her-sign-for-the-save-fotograf%C3%ADa-de-noticias/514886114?adpopup=true>

Figura 5: Lurie, A. (1994). El lenguaje de la moda : una interpretación de las formas de vestir. Paidós.

Figura 6: Escobar, S. (2022, 3 junio). 18 style mistakes we all made in the '60s. Good Housekeeping. <https://www.goodhousekeeping.com/beauty/fashion/g3559/bad-60s-fashion-trends/?slide=15>

Figura 7: Fashion highlights from Cosmopolitan Magazine's June 1990 issue. (2023, 7 junio). The Block Vintage - You Old Mag. <https://theblockvintage.wordpress.com/2018/10/30/fashion-highlights-from-cosmopolitan-magazines-june-1990-issue/>

Figura 8: Fabregat, E. (2020, 11 septiembre). Lo que nos pasaba con Emma Peel. PAGINA12. <https://www.pagina12.com.ar/291186-lo-que-nos-pasaba-con-emma-peel>

Figura 9: Gallardo, F. A. (2020, 10 septiembre). Muere Diana Rigg, actriz de «Los vengadores» y «Juego de tronos». Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/television/Muere-Diana-Rigg-vengadores-Juego_0_1500150348.html

Figura 10: Bullock, A., & Mailonline, B. A. B. F. (2017, 25 agosto). Dame Diana Rigg leaves Game of Thrones for Victoria. Mail Online. <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4823782/Dame-Diana-Rigg-leaves-Game-Thrones-Victoria.html>

Figura 11: Art, M. M. O. (s. f.). «American Woman: Fashioning a National Collection» at the Metropolitan Museum of Art. Flickr. <https://www.flickr.com/photos/metmuseum/4581963689/in/album-72157624000343850/>

Figuras

Figura 12: Cq, A. (2022). Siendo el futuro: 1889-1918/1989-2018. CQ Estudio. <https://www.cqestudio.com/siendo-el-futuro-1989-1918-1989-2018/>

Figura 13: Volver a los 80 II - Museo de la Moda. (s. f.). Museo de la Moda. <https://museodelamoda.cl/novedades/volver-a-los-80-ii/>

Figura 14: Ltd, P. A. (s. f.). About exhibition. <https://www.juliensauctions.com/about-exhibition?id=415#galleryImages>

Figura 15: TVN3. (2022). TVN inicia las transmisiones de su nueva señal: TVN 3. tvn.cl. <https://www.tvn.cl/tvn3/noticias/tvn-inicia-las-transmisiones-de-su-nueva-senal-tvn-3>

Figura 16: About time: Fashion and duration. (2021, 16 febrero). The Metropolitan Museum of Art. <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2020/about-time>

Figura 17: Icono de Iceberg logotipo de montaña de hielo de baja poli Premium vector. (2022, 25 abril). Freepik. https://www.freepik.es/vector-premium/icono-iceberg-logotipo-montana-hielo-baja-poli_26158102.htm#query=iceberg&position=2&from_view=search&track=sph

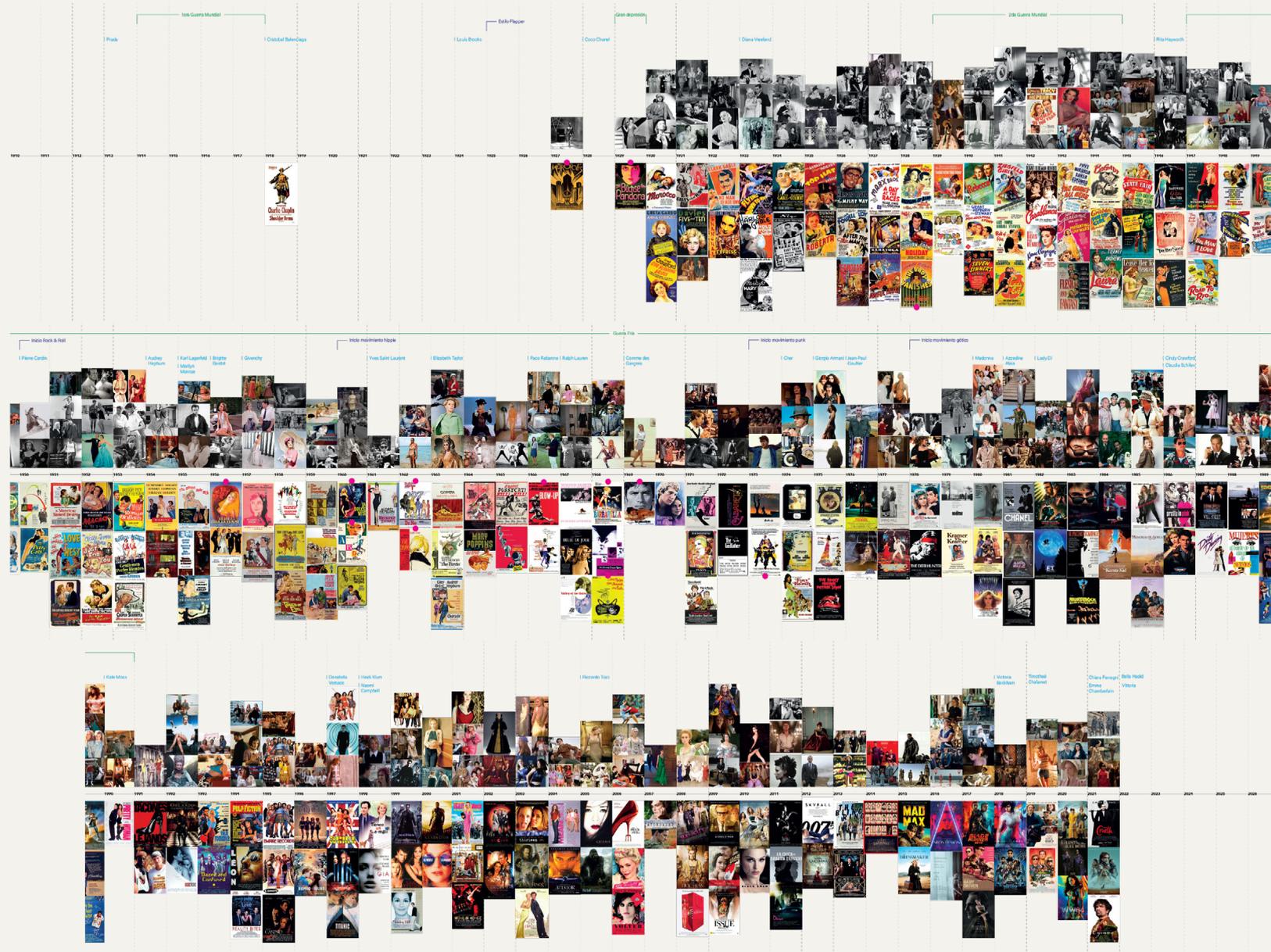
Figura 18: Maugard, A. M. (2023). Entrevista a Muriel Parra, vestuarista chilena de gran trayectoria y parte de "Sayen" Viste la Calle. <https://vistelacalle.com/entrevista-vestuarista-chilena/>

Figura 19: La MODA TRASCENDENTE. (s. f.). Scribd. <https://es.scribd.com/article/524247862/La-Moda-Trascendente>

Figura 20: Lescano, V. (2023). Pasado de moda: Historias de una colección. Sucesos de moda. <https://sucesosdemoda.com/pasado-de-moda-historias-de-una-coleccion/>

Anexo

Línea del tiempo



Entrevista Muriel Parra

Trabajos realizados por Muriel para "Una mujer fantástica"



REFERENCIA



PV



Entrevista Muriel Parra

Trabajos realizados por Muriel para "Una mujer fantástica"



Tabla rating

| Año | Teleserie | Director | Rating | Nº r |
|------|-------------------------|------------------------|--------|------|
| 1992 | Trampas y Caretas | Vicente Sabatini | 30,5 | 10 |
| 1993 | Jaque Mate | Vicente Sabatini | 13,3 | 27 |
| 1993 | Ámame | María Eugenia Rencoret | 21,9 | 19 |
| 1994 | Rompecorazón | Vicente Sabatini | 24,7 | 17 |
| 1994 | Rojo y Miel | María Eugenia Rencoret | 21,6 | 20 |
| 1995 | Estúpido Cupido | Vicente Sabatini | 22,5 | 18 |
| 1995 | Juegos de fuego | María Eugenia Rencoret | 17,4 | 25 |
| 1996 | Sucupira | Vicente Sabatini | 27,6 | 12 |
| 1996 | Loca Piel | María Eugenia Rencoret | 20,9 | 21 |
| 1997 | Oro Verde | Vicente Sabatini | 25,0 | 15 |
| 1997 | Tic Tac | María Eugenia Rencoret | 20,4 | 22 |
| 1998 | Iorana | Vicente Sabatini | 30,2 | 11 |
| 1998 | Borrón y cuenta nueva | Leonardo Rojas | 18,8 | 24 |
| 1999 | La Fiera | Vicente Sabatini | 31,0 | 8 |
| 1999 | Aquelarre | María Eugenia Rencoret | 30,5 | 9 |
| 2000 | Romané | Vicente Sabatini | 38,5 | 2 |
| 2000 | Santo Ladrón | María Eugenia Rencoret | 26,2 | 13 |
| 2001 | Pampa Ilusión | Vicente Sabatini | 36,3 | 4 |
| 2001 | Amores de Mercado | María Eugenia Rencoret | 46,7 | 1 |
| 2002 | El circo de las Montini | Vicente Sabatini | 36,2 | 5 |
| 2002 | Purasangre | María Eugenia Rencoret | 32,5 | 7 |
| 2003 | Puertas Adentro | Vicente Sabatini | 34,0 | 6 |
| 2003 | Pecadores | María Eugenia Rencoret | 25,7 | 14 |
| 2004 | Los Pincheira | Vicente Sabatini | 37,5 | 3 |
| 2004 | Destinos cruzados | María Eugenia Rencoret | 24,9 | 16 |
| 2005 | Los Capo | Vicente Sabatini | 14,7 | 26 |
| 2005 | Versus | María Eugenia Rencoret | 18,9 | 23 |

Capítulos Trampas y Caretas



1.



2.



3.



4.

Collage personajes Trampas y Caretas



1.



2.



3.



4.

Capítulos Purasangre



1.



2.



3.



4.

Collage personajes Purasangre



1.



2.



3.



4.

Estilo de vestuario - Trampas y Caretas



1.

a. Outfit: Traje de dos piezas; compuesta por una chaqueta estructurada y una falda o pantalón a juego corte recto. Estos trajes son de cortes clásicos con solapas. Además, bolsos de mano estructurados y zapatos de tacón bajo o medio completaban el aspecto formal y sofisticado.

b. Silueta: Longitud a la rodilla o justo arriba de esta, con diseños clásicos como escote en V, manga corta o tres cuartos y una silueta ajustada pero no demasiado ceñida.

c. Colores: Tonos clásicos y neutros. Colores como negro, blanco, gris, azul marino y tonos tierra popular en prendas formales.

d. Telas y estampados: Telas de alta calidad y estampados refinados. Telas como la seda, el crepé y el satén comunes en prendas formales. Los estampados son discretos y elegantes, como florales o lunares pequeños.

Estilo de vestuario - Trampas y Caretas



2.

a. Outfit: Vestido sin mangas o con mangas sencillas o blusas de cuello alto redondo o escote en V. Con faldas rectas o pantalones rectos.

b. Silueta: Estructurada y angular, con hombros marcados que hacen contraste con la cintura y caderas. Las prendas se ajustan al cuerpo de manera elegante, pero sin ser demasiado ajustadas.

c. Colores: neutros y tonos sutiles. Se prefieren colores como blanco, negro, gris, beige, crema y tonos tierra como marrón claro o caqui. Estos colores crean una apariencia elegante y atemporal, permitiendo que las formas y las texturas de las prendas se destacaran.

d. Telas y estampados: las telas son lisas y de calidad, como algodón, seda, lino y tejidos ligeros. Estampados sencillos.

Estilo de vestuario - Trampas y Caretas



3.

a. Outfit: Chaqueta, camisa con cuello extendido, corbata y pantalón a juego. Trajes de corte clásico con ajuste entallado, solapas anchas y hombros estructurados, combinados con unos zapatos de cuero como mocasines o Oxford.

b. Silueta: Silueta estructurada y marcada, con los hombros ligeramente marcados de corte recto hasta un poco más debajo de la cadera. La parte inferior con un corte recto con caída ligera.

c. Colores: Los colores más comunes son negro, azul marino, gris y tonos tierra.

d. Telas y estampados: Telas de alta calidad como el algodón, popelina o seda. Las camisas con estampados sutiles como rayas finas o cuadros discretos.

Estilo de vestuario - Trampas y Caretas



4.

a. Outfit: Cazadora bomber, camisa con algunos botones abiertos combinado con jeans rectos más ajustados y zapatos botas de cuero de estilo motero.

b. Silueta: La silueta en la parte superior es ligeramente ajustada al cuerpo, con camisas de cuello redondo o en V y pantalones de corte recto ajustados hasta el tobillo o un poco más arriba.

c. Colores: Colores llamativos y brillantes como el verde, azul y el amarillo.

d. Telas y estampados: Prendas de telas cómodas como el algodón, denim o tejidos livianos y camisas con estampados geométricos, florales o de animales.

Estilo de vestuario - Purasangre



1.

a. Outfit: Blazer con pañuelo con camisas de cuello redondo, combinado con pantalones rectos ajustados.

b. Silueta: Prendas ajustadas que resaltan la figura. Se busca una apariencia sofisticada y pulida.

c. Colores: Los colores predominantes son los tonos neutros y clásicos, como el blanco, beige, gris, negro, azul marino y rosa pálido. También pueden utilizarse colores más vivos en ocasiones especiales.

d. Telas y estampados: Se prefieren tejidos de alta calidad, como seda, lino, cachemira y algodón, que ofrecen comodidad y un aspecto refinado. En cuanto a estampados, las prendas lisas y de colores sólidos son más comunes. Sin embargo, se pueden encontrar algunos estampados discretos, como rayas finas o cuadros suaves.

Estilo de vestuario - Purasangre



2.

a. Outfit: Blusa con jeans o pantalones tiro bajo, combinado con unas ballerinas o botas.

b. Silueta: Silueta variada, con una amplia gama de opciones de vestimenta. Los estilos ajustados y entallados, al igual que las prendas más sueltas y holgadas.

c. Colores: La paleta de colores incluye una mezcla de tonos neutros y colores más brillantes y vibrantes. Los tonos clásicos como el negro, blanco, gris y beige, pero también colores como el rojo, azul, verde, amarillo y rosa en diferentes intensidades.

d. Telas y estampados: Entra al mercado mayor variedad de textiles como el poliéster y la viscosa, se utilizan también telas clásicas como el algodón y la seda para ocasiones más formales. Se utiliza las telas con transparencia y estampados florales.

Estilo de vestuario - Purasangre



3.

a. Outfit: Chaqueta larga de cuero, con polera de algodón con o sin mangas combinado con jeans ajustados de colores y zapatillas.

b. Silueta: La silueta en la parte superior es ajustada al cuerpo, con poleras de cuello redondo y pantalones de corte recto ajustados hasta el tobillo o un poco más abajo.

c. Colores: Colores oscuros, como el negro, rojo, azul.

d. Telas y estampados: Prendas de telas cómodas como el algodón, denim o tejidos livianos y poleras con estampados con diseños o imágenes.

Estilo de vestuario - Purasangre



4.

a. Outfit: Chaqueta, camisa con cuello abierto, y pantalón de sastre. Trajes de corte clásico con ajuste entallado, combinados con unos zapatos de cuero como mocasines o Oxford.

b. Silueta: Silueta estructurada y marcada, con los hombros ligeramente marcados de corte recto hasta un poco más debajo de la cadera. La parte inferior con un corte recto con caída ligera.

c. Colores: Los colores más comunes son negro, azul marino, gris y tonos tierra.

d. Telas y estampados: Telas de alta calidad como el algodón, popelina o seda. Las camisas con estampados sutiles como rayas finas o cuadros discretos.

Contrato de arriendo TVN

CONTRATO N° 059951

**CONTRATO DE ARRIENDO
VESTUARIO / UTILERIA**

Entre Televisión Nacional de Chile, Rut N° 81.698.600-5, representada por su Director de Gestión Don Alfredo Ramirez y su Gerente de Producción Don Eduardo Cabezas, todos domiciliados en Avda. Bellavista 0990, Comuna de Providencia, Santiago, en adelante y don(dña) MARGARITA PEIRANO DECK Rut N° 20.284.163-5, domiciliado en CAMINO LOS PASTORES 4543, comuna de LO BARNECHEA, ciudad de SANTIAGO, en adelante El Arrendatario, se conviene lo siguiente:

PRIMERO: OBJETO DEL CONTRATO.

1.1. TVN declara que tiene derechos y facultades suficientes para dar en arriendo y en las condiciones del presente contrato, los artículos detallados en el Anexo N° 1, que es parte integrante del presente contrato.

1.2. En virtud del presente instrumento, El Arrendatario viene en contratar el arriendo de dichos bienes muebles en las condiciones que se establecen en las cláusulas siguientes.

SEGUNDO: RENTA.

2.1. La renta a pagar por el Arrendatario a TVN, será la suma de \$ 32.345, mas IVA, por el periodo de arriendo, y que se pagará de la siguiente forma:

- Fecha de pago : 17/08/23. Forma de pago : Efectivo. Monto: \$ 38.491
- Valor Neto : \$ 32.345 -
- Valor IVA : \$ 6.145 -
- Valor Total : \$ 38.490 -

TERCERO: PLAZO DEL ARRENDAMIENTO.

3.1. El plazo del arriendo será de 2 días, iniciándose el día 17/08/2023 y terminando 18/08/2023.

3.2. Por cada día de retraso en la devolución de los artículos, el Arrendatario pagará una multa de 15% adicional, calculada sobre la base del valor diario de arriendo.

CUARTO: GARANTÍA.

4.1. Las partes dejan establecido que es condición esencial para la realización de este contrato que el arrendatario deje a modo de garantía un monto igual al valor total de compra de todos los artículos en arriendo.

4.2. Dicha garantía tendrá como finalidad resguardar la posibilidad de pérdida, no devolución o daño de los artículos arrendados y en ningún caso podrá imputarse a solucionar el saldo insoluto de rentas de arrendamiento de los bienes objeto del presente contrato.

4.3. Para los efectos señalados el Arrendatario viene en entregar una garantía consistente en:

- Vale vista nominativo, emitido por el banco _____ a nombre de TVN, por la suma de \$ 142.980.
- Cheque N° _____, por la suma de \$ 142.980 del banco _____, girado a nombre de TVN y con fecha de vencimiento _____.

4.4. La garantía se hará efectiva en los siguientes casos:

- Si existe daño atribuible al arrendatario en los artículos arrendados.
- Si se produce la pérdida de alguno o todos los artículos arrendados.
- Si el Arrendatario no devuelve las especies arrendadas al término del plazo del arrendamiento.

QUINTO: GASTOS DERIVADOS DEL ARRIENDO.

5.1. Serán de cargo exclusivo del Arrendatario, todos los gastos que se originen por la mantención, traslado y otros inherentes a los bienes muebles, objeto de este contrato.

SEXTO: DOMICILIO ESPECIAL.

6.1. Para todos los efectos derivados del presente contrato, las partes fijan domicilio en la ciudad de Santiago y prorrogan competencia a los tribunales de la comuna de Santiago.

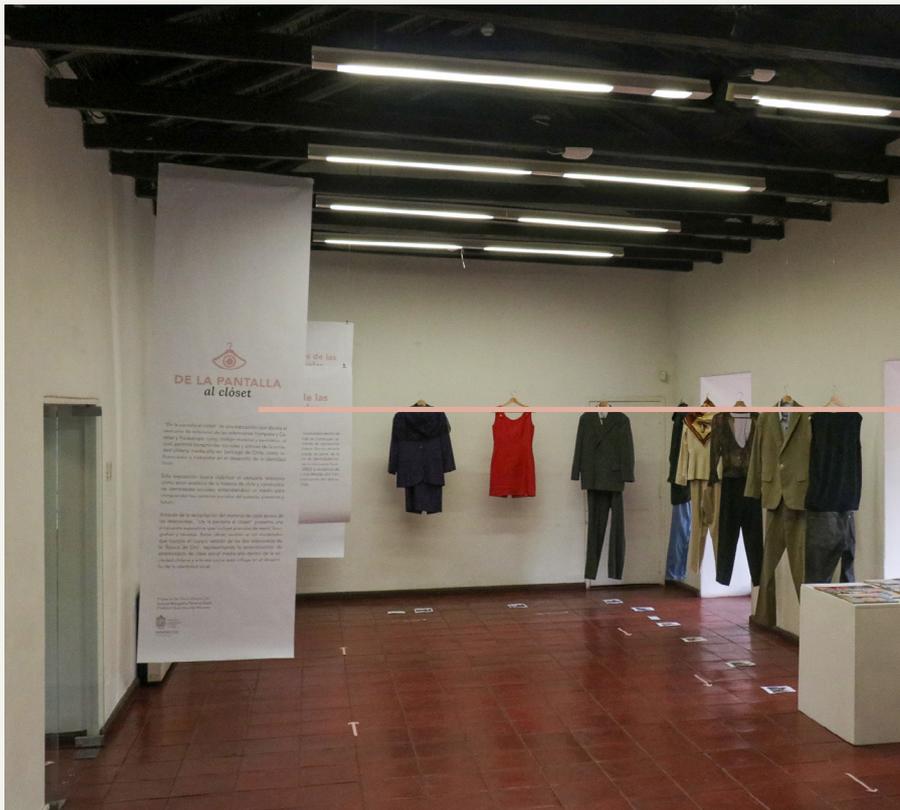
SEPTIMO: EJEMPLARES Y COPIAS.

7.1. Este documento se firma en dos ejemplares de un mismo tenor, valor y fecha 17 de agosto de 2023, quedando uno en poder de cada parte.

Arrendatario : MARGARITA PEIRANO DECK
RUT : 20.284.163-5
Representante :
RUT :

TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE
Autoriza : Flores Villegas, Paola

Texto curatorial



DE LA PANTALLA al clóset

"De la pantalla al clóset" es una exposición que devela el vestuario televisivo de las telenovelas Trampas y Caretas y Purasangre como código material y semiótico, el cual, permite comprender los roles y actores de la sociedad chilena media-alta en Santiago de Chile, como influenciador e intérprete en el desarrollo de la identidad local.

Esta exposición busca visibilizar el vestuario televisivo como actor analítico de la historia de Chile y constructor de identidades sociales, entendiéndolo un medio para comprender los cambios sociales del pasado, presente y futuro.

A través de la recopilación del material de cada época de las telenovelas, "De la pantalla al clóset" presenta una propuesta expositiva que incluye prendas de vestir, fotografías y revistas. Estas obras revelan el rol modelador que cumple el cuerpo vestido de las dos telenovelas de la 'Época de Oro', representando la reconstrucción de estereotipos de clase social media-alta dentro de la sociedad chilena y a la vez como esta influye en el desarrollo de la identidad local.

Información



Discurso de las telenovelas

Existe un rol de familiarización con la sociedad dentro de la narrativa de las telenovelas, donde se construyen arquetipos que son capaz simbólicamente de representar el funcionamiento de la sociedad chilena. Dentro de esta función, la práctica del cuerpo vestido es parte de la puesta en escena de la construcción de identidades sociales y en el caso de comparación de la telenovela Trampas y Caretas (1992) y Purasangre (2002) la evidencia de cambios generacionales dentro de una década, por consecuencia resulta relevante la caracterización del vestuario en el estudio de la historia de Chile.



Información



Dentro de los protagonistas de las telenovelas se encuentran los siguientes arquetipos:

La Socialité

Mujer de 60-70 años, madre de familia adinerada, destacan en la vida social y cultural y participan en eventos sociales, con una amplia red de contactos y están al tanto de las últimas tendencias en moda y estilo de vida.

La Contemporánea

Mujer de 25-35 años, con una fuerte creencia en sí misma, consciente de su belleza y sus capacidades. Tiene un estilo de vida contemporáneo, siguiendo las últimas tendencias moda, arte, música y cultura.

El Conservador

Hombre de 30-35 años, integrante de una familia adinerada, valora y defiende las tradiciones y lo clásico y se resiste a los cambios sociales y culturales.

El Moderno

Hombre de 25-35 años, suele tener una actitud relajada, extrovertido y sociable, suele vestir prendas modernas para seguir las últimas tendencias y está interesado en las formas de expresión cultural.



Cédula de información

"Fotografías"

Fuentes anónimas

La serie de fotografías exhibidas son resultado de una recolección de recursos visuales de cada época. El objetivo es poder demostrar el rol modelador que cumple el vestuario en la reconstrucción de estereotipos de clase social media-alta dentro de la sociedad chilena y a la vez como esta influye en el desarrollo de la identidad local

"Trampas y Caretas" - 1992

Televisión Nacional de Chile

La serie de vestuario exhibido pertenece a prendas utilizados por los actores de la telenovela en su época respectiva. La selección de prendas se decide luego de un trabajo de curaduría por Margarita Peirano dentro de la bodega de vestuario de Televisión Nacional de Chile.

"Revistas"

Fuentes anónimas

La serie de revistas exhibidas pertenecen a la época respectiva de la creación de la telenovela. El propósito de éstas es mostrar al visitante el contexto de la época, para que se pueda comprender cómo la contingencia nacional e internacional en los años de estudio impactó en el desarrollo del cuerpo vestido dentro de la caracterización de los estereotipos en las telenovelas

"Purasangre" - 2002

Televisión Nacional de Chile

La serie de vestuario exhibido pertenece a prendas utilizados por los actores de la telenovela en su época respectiva. La selección de prendas se decide luego de un trabajo de curaduría por Margarita Peirano dentro de la bodega de vestuario de Televisión Nacional de Chile.

Cédula de información

"Fotografías" - 1992

Fuentes anónimas

La serie de fotografías exhibidas son resultado de una recolección de recursos visuales de cada época. El objetivo es poder demostrar el rol modelador que cumple el vestuario en la reconstrucción de estereotipos de clase social media-alta dentro de la sociedad chilena y a la vez como esta influye en el desarrollo de la identidad local

"Fotografías" - 2002

Fuentes anónimas

La serie de fotografías exhibidas son resultado de una recolección de recursos visuales de cada época. El objetivo es poder demostrar el rol modelador que cumple el vestuario en la reconstrucción de estereotipos de clase social media-alta dentro de la sociedad chilena y a la vez como esta influye en el desarrollo de la identidad local



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



DE LA PANTALLA *al clóset*

Exposición que visibiliza el rol del vestuario de telenovelas, y
su influencia en el desarrollo de la identidad local.

Autora: Margarita Peirano

Profesor guía: Nicolás Morales

Tesis presentada a la Escuela de
Diseño de la Pontificia Universidad
Católica de Chile para optar al título
profesional de Diseñadora

Agosto, 2023
Santiago de Chile