

2ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"CAMPUS ARAGON"

LA LLEGADA DE LOS MIL Y UN JEANS. HISTORIA DE LOS PRIMEROS JEANS DEL MUNDO. VIDEO REPORTAJE.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACION Y PERIODISMO

P R E S E N T A :

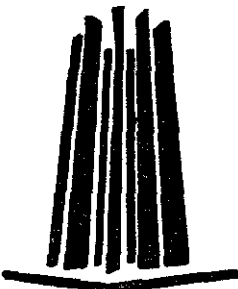
YADIRA MONTALVO HERNANDEZ

ASESOR DE TESIS: LIC. FERNANDO GARCIA AGUIRRE.

269909

SAN JUAN DE ARAGON, ESTADO DE MEXICO.

1997



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES

Que me brindaron su apoyo, consejos y en los momentos más difíciles me alentaron a seguir adelante, anhelando que siempre me preparara para enfrentarme a la vida, hoy se ven culminados nuestros esfuerzos y mis deseos, iniciándose así una etapa en mi vida en la que siempre estarán en mi corazón.

A SERGIO

Quien me dio su tiempo, amor y comprensión, quien con sus palabras me alentaba, con su tiempo me ayudaba y con su amor me inspiraba, gracias por ser tan paciente en mis momentos de mal humor y desesperación.

A MI ASESOR

Por la confianza y paciencia que me tuvo, por haber logrado hacer un equipo y con él obtener un título, por sus consejos cuando desesperaba, por su optimismo que me alentaba, por su alegría que me contagiaba.

A LOS SINODALES

Por haber revisado mi trabajo y con ello mejorarlo, por los consejos y observaciones que me hicieron.

POR ELLO A DIOS Y A USTÉDES

GRACIAS

Y A D I R A

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO 1. CERO Y VAN UNOS JEANS.....	7
1.1 DE LA MODA LO QUE TE ACOMODA	8
1.2 UNA PRENDA HISTÓRICA.....	11
1.3 SER O ESTAR EL VESTIR A TRAVÉS DE LOS AÑOS.....	16
CAPÍTULO 2. TRABAJO, MODA Y COMODIDAD	27
2.1 EL REFLEJO DE LOS 90'S.....	28
2.2 LOS JEANS NO SE CREAN NI SE DESTRUYEN, SÓLO SE TRANSFORMAN.....	31
2.2.1 MODA PARA HOMBRES.....	39
2.2.2 MODA PARA MUJERES.....	40
2.3 MANOS A LA OBRA	41
2.4 TIJERAS, REGLAS Y MEZCLILLA. LOS DISEÑADORES DE JEANS.....	44
CAPÍTULO 3. LA LLEGADA DE LOS MIL Y UN JEANS DE 1850 AL 2000, VIDEO REPORTAJE	47
3.1 PLAN Y NECESIDADES DE PRODUCCIÓN.	48
3.1.1 NECESIDADES TÉCNICAS	51
3.1.2 NECESIDADES MATERIALES.....	52
3.1.3 NECESIDADES PROFESIONALES.....	54
3.2 GUIÓN LITERARIO	55
3.3 GUIÓN TÉCNICO	58
3.4 STORY BOARD	75
3.5 BREAK DOWN.....	166
3.6 PRODUCCIÓN	173
3.6.1 PRE-PRODUCCIÓN.....	173
3.6.2 REALIZACIÓN.....	175
3.6.3 POST-PRODUCCIÓN.....	176
CONCLUSIONES.....	178
GLOSARIO	181
FUENTES.....	183
BIBLIOGRAFÍA.....	183
HEMEROGRAFÍA	186
VIVAS.....	188

INTRODUCCIÓN.

El estado de desnudez en el que el ser humano abandona el seno materno en el acto del nacimiento, constituye el único momento de igualdad con sus semejantes. El hombre desde los albores de su historia, ha intentado huir instintivamente del riesgo de la *homogeneidad que representa la piel*, al constituirse en "uniforme" común para todos los seres humanos, haciendo uso de la pintura corporal, del tatuaje, de los ornamentos y del vestido: embellecerse significa diferenciarse. Se trata de un fenómeno típicamente humano que no se encuentra en el mundo animal, en el que en cambio sólo se puede observar una *instintiva exhibición de aspectos naturalmente bellos*.

Este trabajo es el resultado de inquietudes respecto al tema: *Los jeans*, ya que el vestir representa una herramienta de trabajo indispensable.

La ropa que usamos ejerce influencia sobre las personas con quienes nos relacionamos profesional o socialmente y ayuda a definir, a veces en forma definitiva, el trato que recibimos de los demás. Pero esto no quiere decir que el dinero represente un impedimento, pues con un poco de cuidado, *esfuerzo, creatividad y sencillez*, cualquier persona puede crearse una imagen.

En nuestra sociedad el vestido tiene un papel importante a la hora de situar a los individuos en cualquier lugar de la escala social, *ya que cada clase social tiene su propia forma de vestir y de actuar, de presentarse y de ser reconocida*; por otra parte, como señala Barthes: " el sujeto puede vivir en forma ilusoria a través del vestido una multiplicidad de papeles mediante ese verdadero disfraz que le permite a un sobrio y analítico ejecutivo convertirse el fin de semana en un atleta deportivo *para ir al Country o en un hombre de a caballo para ir a la estancia* ".

Por tanto el ser humano a través de su magnífica evolución puede y suele ser capaz de enfrentarse a las elecciones, respecto a su forma de cubrir esa *igualdad con sus semejantes*.

La libertad de elegir en la actualidad, ha sido primordial para el hombre, influyendo en todos los ámbitos del vivir, en casa, en el trabajo, o en las reuniones, acentuando en la persona: forma de vestir, de hablar, de actuar, olvidándose del "qué dirán", solo se actúa y se tienen ideas propias, aunque también actualmente el aspecto *moda, sintetiza esa libertad y la reduce a la simple imitación, aunque con " libertad" de elegir la marca, el diseño, color, textura u otro*.

El vestir tiene su historia y aquí en el presente trabajo hablaré de una de las *muchas prendas históricas que el ser humano ha logrado que permanezca durante 148 años en el gusto del hombre, en situaciones formales, informales, casuales y deportivas, que solamente los jeans han podido resistir; pero no obstante, siguen cambiando para estar presentes en la historia*.

La poca difusión del tema en los medios de comunicación ha sido uno de los motivos principales que me impulsó a utilizar el video como una vía de información más amplia y de mayor incidencia en el público, con el fin de informar de la mejor manera sobre aquella prenda que usamos y ni siquiera imaginamos la historia que hay detrás de ella

Dentro de la investigación se tratará la palabra *jeans* como vocablo plural y singular a la vez, ya que no se puede excluir la letra *s* al final, pues se trata de una palabra extranjera constituida por dos palabras en español: pantalón y vaquero. Por tal motivo existirán frases en las que se denote como el *jeans* o los *jeans*; en nuestro lenguaje la letra *s* denota pluralidad, pero en este caso por ser un anglicismo permanece en plural aunque su trato sea en singular.

La manera de abordar el tema es mediante un reportaje, ya que es un género que permite tener más libertad al escribir, donde la visión personal del periodista y su modo de enfocar el asunto influyen en la concepción del trabajo; además de aplicar la técnica informativa y narrativa.

El propósito es el de narrar el surgimiento de una prenda llamada *jeans*, así como mostrar sus transformaciones a través del tiempo, y hacer que las personas que los usan se acuerden, a la hora de ponérselos, que estos pantalones no surgieron por el simple hecho del lucro, sino cimentados en una necesidad de trabajo; que posteriormente influyó en situaciones culturales, económicas, sociales y religiosas.

El trabajo de investigación está basado en los objetivos planteados a través de la historia de los primeros *jeans* del mundo, su evolución y llegada a México. El presente trabajo pretende dar a conocer cómo una prenda ha logrado cubrir al hombre durante 148 años, además de estar presente en hechos históricos como el paso por las décadas características en su forma de vestir. El estudio de los *jeans* nos lleva por la historia capítulo a capítulo a través del tiempo en el siglo XX, enfatizando las modas que caracterizaron a cada época, estando los *jeans* siempre presentes.

Debido a lo anterior, consideré necesario tomar en cuenta tres capítulos que abarcarían el estudio, desde el ámbito documental, hasta la exigencia técnica de la televisión, sin dejar de lado la investigación de campo. En estos apartados se mostrará un amplio contexto del tema a tratar: " Los Jeans"; teniendo como principio la historia, seguida de una evolución que chocha con cámaras, luces y toda la acción de la producción televisiva que hará mostrar el estudio terminado.

El capítulo uno se llena de historia al mostrarnos cómo, dónde, cuándo, por quién y por qué surge la prenda *jeans*, ubicando su surgimiento en California y su llegada a México, describiendo además esas modas de féminas y varoniles pobladores de nuestro país.

Al llegar a nuestra década encontraremos que 1990 fue la cúspide de un reflejo histórico en el vestir, donde nuestras modas pasadas como los 50's, 60's, 70's y 80's son una realidad. La década de los 90's se encarga de dar nueva vida a la historia, pues revive extravagancias y comodidad, a la vez que moda y evolución de los *jeans*. Este segundo capítulo nos da actualidad y transformación en el vestir.

Al ser reconocidos por la historia los *jeans* han ganado preferencia ante el hombre, permitiéndole tener más libertad de movimiento y de elección en el vestir, pero también representa la libertad de realizar un video reportaje, el cual abarca el tercer capítulo, donde se encuentran las formas técnicas que se llevaron a cabo para lograr un trabajo visual.

Los esquemas de trabajo se realizaron primero seleccionando, jerarquizando y definiendo toda la información obtenida de la investigación documental, después se elaboró la probable estructura temática o escaleta, que tendría el reportaje. A partir de esto, procedimos a la elaboración del guión.

El siguiente paso, fue el proceso de pre-producción del video, que comenzó con el estudio y desglose del guión para establecer las locaciones donde se grabaría, así como la preparación del plan de producción.

Una vez preparado todo lo necesario, se integra a la etapa de producción o grabación de imágenes y sonidos establecidos en el guión. La siguiente etapa fue la post-producción, que comenzó con la selección del material grabado para su edición y montaje basados en la línea narrativa del guión.

Con todo lo anterior no queda más que invitarlos a descubrir la historia y evolución de una prenda de vestir clásica que en su ir y venir le ha denotado premios y permanencia, por tal motivo, ponte tus *jeans* y cambia la página a seguir.

CAPÍTULO 1

CERO Y VAN UNOS JEANS

La ropa es inevitable. Es nada menos que el mobiliario de la mente hecho visible.

James Laser, Stylein Costume.

El mundo es viejísimo y el ser humano sumamente joven. Los acontecimientos relevantes de nuestras vidas se miden en años o fracciones de tiempo aún más pequeñas, en tanto que la duración de una vida humana se reduce a unos pocos decenios, el linaje familiar a unos cuantos siglos y los hechos que registra la historia a unos milenios.

Es así como los *jeans* encajan en un pasado del que apenas sabemos nada. Todo tiene un principio y los *jeans* no son la excepción, pues en el presente capítulo se tratará la historia de esta prenda en unión con su alrededor, que época tras época a lidiado tanto con modas de alta costura como de uso diario, además de adaptarse a las necesidades y exigencias del hombre.

1.1 DE LA MODA LO QUE TE ACOMODA.

No existe una definición universalmente aceptada sobre la moda. Si buscamos este concepto en el diccionario encontraremos: "Costumbre, uso, modo o comportamiento peculiar que encuentra amplio consenso en un determinado periodo. No obstante aplicarse el término moda a cualquier aspecto de la vida como los modales, las normas morales, la conversación, etcétera, suele referirse al igual al vestido, y más particularmente, al vestido femenino, sobre todo desde mediados del siglo XX".¹

El término moda, que proviene del latín *modus*, indica en su significado más amplio una "elección", o mejor dicho, un mecanismo o regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto o de determinados caprichos; las modas tienen la característica de aparecer con un carácter transitorio y abarcan un vasto campo, desde el artístico y el literario hasta el de las costumbres, así como el del juego o el del vestido.

Sin embargo, la moda es mucho más que esto, y sobre ella se han estudiado diversos y prestigiados teóricos, sociólogos, filósofos, antropólogos, e inclusive psicólogos, que con el fin de explicar la expectación que crea en el mundo entero, se sumergen en el tema.

Hasta la llegada del Renacimiento y a lo largo de los siglos, se llevaron a cabo determinados cambios en la forma de vestir: de todas formas no se trataba de modas, sino más bien de cambios de estilo. Cada uno de estos cambios duraba una cantidad de tiempo relativamente larga y estaban unidos a grandes transformaciones en distintos sectores de la cultura a diferencia de la moda, que se caracteriza precisamente por la obsesión de una búsqueda continua de la novedad y por lo tanto, está marcada por un ritmo de breves espacios de tiempo.

¹ Gran Enciclopedia del mundo, p. 6685

El fenómeno moda y la palabra moda forman parte de un momento liberador de la historia, y empiezan a manifestarse como tal a lo largo de la segunda mitad del siglo XIV cuando el hombre y la mujer del Renacimiento parecen redescubrir su cuerpo, velado hasta entonces por todo tipo de construcciones mentales y físicas.

Descubren así el placer de elegir su ropa, ya sea para afirmar su pertenencia a un grupo social particular o para expresar públicamente su gusto individual. A partir de entonces se puede empezar a hablar de moda, y de sus propuestas de liberalización de la imagen externa, que encuentran eco en artistas y hombres de mundo del Renacimiento.

Pero la moda no surge a partir de fines prácticos o estéticos, sus decisiones están determinadas por lo abstracto o por la casualidad; por lo cual en ella a veces se impone lo útil, otras veces lo absurdo, otras lo indiferente y audaz.

El tiempo de moda fue generalmente determinado por las clases sociales superiores, de forma que la moda "dominante" en el fondo era la moda de los "dominantes".

El uso de los primeros objetos que utiliza el hombre para cubrir su original desnudez, es el inicio de una larga historia y el cimiento para que la moda se diese a mediados del siglo XIV. Primeramente vistió pieles, luego tejidos: lana, algodón, lino, cáñamo y finalmente seda. La invención del hilado y del tejido se pierde en la historia de la humanidad.

El origen de la moda es casi siempre ignorado, ya que puede producirse por la extravagancia como por los caprichos de un diseñador, o bien debido a las excentricidades de ciertos individuos.

Algunos tienen semejanzas en la forma de interpretarla, pues coinciden que la moda es una imitación de un modelo dado, fundado en la vanidad, y proporciona satisfacción a la necesidad de apoyo social. También satisface las ansias de distinguirse, de diferenciarse, de destacar. Por ello, algunos filósofos como George Simmel y Rudolph von Jhering apuntan que las modas son siempre modas de clase, de manera que la clase alta se diferencia en cuanto a su vestimenta de la clase inferior, y son abandonadas en el momento en que esta moda desciende a ella. Así encontramos que la moda actual no tiene motivos individuales sino sociales, entre ellos está el esfuerzo de las clases altas de la sociedad por distinguirse de las otras clases, principalmente de la media.

Inclusive Kant interpretó la moda como una forma de imitación, fundada en la vanidad, en cuanto nadie quiere parecer menos que los otros incluso en lo que no tiene utilidad alguna. Desde este punto de vista, es cuestión de gustos ponerse a la moda y quien no lo está se encuentra pasado de moda, anticuado. Pero hasta el mismo Kant que no reconocía gran utilidad en la moda indicó: "es mejor estar demente conforme a la moda que fuera de ella".²

² Kant, en Abbagnano, Nicola, *Diccionario de Filosofía*, p. 793.

Margarita Rivière señala que "la moda, entendida como cambio periódico de vestimenta con una preponderante finalidad estética y de integración social, sólo aparecerá cuando exista una base tecnológica lo suficientemente capaz para poder permitir una mínima variación en las telas y hechuras. Este hecho será inmediatamente aprovechado por la clase superior que convertirá el cambio de vestido y de adorno en un símbolo de su status de poder, lo que moverá todos los hilos de la posterior historia del traje, ligado también estrechamente a las innovaciones textiles y a las nuevas técnicas de costura".³

Pero la moda cambia constantemente, y puede ser que la actual ya no tenga en primer lugar este fin estético que acota Rivière. Gilles Lipovetsky visualiza a la moda de una forma singular, que la considera como otro indicador destacado del hecho humorístico. Esto se comprueba principalmente en la moda de los jóvenes, pues ahora hay prendas con dibujos e inscripciones cómicas, con animales o cartones, que en otro tiempo no eran ni siquiera imaginadas. Puede ser que el sustituto precisamente del buen gusto y la clase, sea lo cómico, que ha dejado a un lado lo estético.

Para otros, la moda es todo un arte. El diseñador de modas Sergio de Loof declara: "Para mí la moda es otra forma de expresión. Con telas y agujas, Cambian los elementos pero no hay ninguna diferencia con las artes 'consagradas'. Es un rubro diferente para expresarte ante Dios. Está al nivel de la pintura: veo un Dior o un Dalí y para mí es lo mismo, también deberían costar lo mismo y existir gente que lo pague. Pintar, pinta cualquiera, como Dalí no sé. En la moda pasa lo mismo, hay millones de diseñadores pero alguien que haga una obra de arte que rompa con todo, hay muy pocos".⁴

Imitación, arte, comunicación, negadora de las costumbres, símbolo de poder o simplemente de una forma humorística, la moda está aquí, con nosotros, en nosotros, nos seduce sutilmente, nos envuelve. A veces intentamos escapar de ella, nos hacemos los fuertes pero no lo logramos. En fin, si no podemos eludirla al menos, de la moda lo que te acomoda.

³ Rivière, Margarita. *La Moda, ¿Comunicación o Incomunicación?*, p. 18

⁴ De Loof, Sergio, en Croci paula y Vitale, Alejandra (compiladoras), *Los Cuerpos Dóctiles*, p. 118

1.2 UNA PRENDA HISTÓRICA.

La palabra *Jeans* viene de *Génes* nombre en francés de un puerto italiano en el que los marineros usaban pantalones gruesos que les servían como salvavidas en caso de naufragio.

En el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española no aparece la palabra *jeans*, pues este vocablo no ha sido aún castellanizado por ser un modismo norteamericano, empleado para denotar los *pantalones vaqueros*. Debido a esto decidimos buscar el significado de estas dos palabras, encontrando que pantalón es una prenda de vestir varonil, que se ciñe en la cintura y baja hasta los tobillos, cubriendo separadamente cada pierna. Sin embargo al ser usada también por la mujer se ha convertido en una indumentaria análoga.

Por otra parte, suelen conocerse como vaqueros a las personas dedicadas al pastoreo de reses vacunas.

Al unir estos conceptos concluí que los *jeans* o *pantalones vaqueros* eran llamados así, precisamente porque su principal uso era para los trabajos difíciles y rudos propios del campo. Si a esto añadimos que eran combinados con camisas a cuadros, chalecos y cazadoras, botas y sombrero, entonces nadie dudaría de la imagen que en el lejano Oeste se da. Aunque con la evolución y expansión de los *jeans*, éstos ya no sólo se limitan al campo, pues su fácil combinación con ropas y accesorios de toda índole los convirtió en una prenda con carácter compatible.

Han pasado ya 148 años desde que los *jeans* se crearon, y a pesar de que en su inicio nadie los usaba como artículo de moda, hoy en día, es raro conocer a alguien que no se haya puesto unos *pantalones de mezclilla*. Sin embargo, aunque la mayoría los hemos usado alguna vez, poco sabemos de todo aquello que los envuelve y al mismo tiempo se pierde en la cotideaneidad vertiginosa de nuestro tiempo.

La historia de los *jeans* se remonta hasta 1849 y nacen en una verdadera cuna de oro, en el oeste de los Estados Unidos, lugar que para esa fecha iniciaba su racha de buena suerte. Bien dicen que las "malas" no llegan solas y parece que las "buenas" tampoco. Al menos nuestro país vecino era el botón muestra, pues en este año dos hechos acaparaban la alegría de los norteamericanos. Por un lado, habían librado bajo la presidencia de Polk⁵ una batalla con México, que fue sometido al anexas Texas a territorio estadounidense, con la teoría del Destino manifiesto; que se interpretaba como la designación providencial para extender el área de libertad, o bien como un derecho especial para poseer tierra de la cual otros pueblos no sacaban provecho alguno; así que los sueños de expansión de los gringos⁶ iban realizándose.

⁵ Polk, James Knox Político nortamericano (1795-1849). Presidente Demócrata de la República (1845-1849). Durante su gobierno, Estados Unidos derrotó a México y tomó gran parte de su territorio

⁶ Gringos: Nombre que los norteamericanos dan a los recién inmigrados.

Dinero llama dinero, Estados Unidos no sólo se había enriquecido con una gran posición de territorio, pues el otro gran acontecimiento corría como pólvora por toda la nación, los rumores no dejaban de estar presentes: "En esas colinas hay oro, forastero", dice el viejo minero. Y esas pocas palabras bastaron para hacer centellar los ojos de los hombres. ¡ORO! Su sólo nombre evoca sombríos bosques e impetuosos arroyos, y hay hombres raspando el lecho de las frías aguas en busca de los relucientes granos y pepitas. Se habla de privaciones y penurias, de frío y calor, de gente audaz que marcha ansiosa de fortuna, para vivir aventuras y enfrentar luchas con otros seres con la misma naturaleza, posiblemente para nada conseguir, o tal vez para enriquecerse en unas cuantas horas; apoderándose esta ola de locura de todo aquel que lo sabía: se había hallado oro en California.

Por derecho, el gobierno de Estados Unidos poseía todo el oro de California, pero los mineros hacían justicia por mano propia a la par que establecían sus propias leyes y reglamentos. Rápidamente se dejaron ver toscos campamentos y cabañas, hombres barbudos mantenían el orden con revólveres y escopetas. Un hombre podía estacar cualquier parcela que le gustara y tenía derecho a todo el oro que pudiera extraer de ella. Pero esto era sólo el comienzo; su peor trabajo no era cavar y encontrar el preciado metal, sino mantener el ritmo entre los demás, para ello se apoyaban en la única ley un revólver en mano, no había policías, ni soldados.

Estos dos motivos, fuertes cimientos, fueron suficientes para que EE.UU. empezara a perfilarse como una verdadera potencia, tenía tierra y oro; además el ambiente propio para el surgimiento de una prenda universal, que revolucionaría, uniría y uniformaría al mundo entero: los *jeans*.

La cuna de oro a la que se hizo referencia en párrafos anteriores no es una metáfora. Los *pantalones de mezclilla* nacen en el oro. Pero esta prenda no aparece de la nada; es el resultado de una necesidad y de la visión empresarial de Jacob David Stern y Levi Strauss⁷.

El Oeste de los Estados Unidos estaba lleno de gente que deliraba por la fiebre del oro. Gambusinos de todas partes del país e incluso del mundo estaban en California, contagiados por el anhelo de encontrar el metal pasaporte a una vida mejor, que les concediera un lugar en cualquier sociedad que vivieran, sobre todo por las nuevas expectativas que ante sus ojos se abrían.

América, hacia 1850, simboliza el estruendo de las máquinas en los Estados del Norte, mientras que en el Sur soplaban un aire cálido, pesado y húmedo sobre los campos de algodón, con el trasfondo del canto de los esclavos negros bajo el sol. América estaba constituida por aquellos Estados del Norte que el progreso de la Revolución Industrial colocaba bajo el signo del dólar, tierra prometida para las fábricas, los negocios y las inmensas fortunas. Aquí, la técnica moderna triunfante creaba una civilización completamente nueva: una sociedad de funciones, turbinas, coches-cama, barcos transoceánicos, máquinas de coser, calefacción central y conservas. El Norte de América creó una generación que concibió el dólar como un dios, el trabajo como un

⁷ Jacob David Stern y Levi Strauss. Primero Sastre de Carson City, Nevada, Segundo, comerciante e inmigrante alemán; creador de los Primeros Jeans del mundo

culto, y para la adquisición, moral o inmoral, de una fortuna representaba la virtud y el patriotismo.

Así, en esta época dorada cumplidora de sueños, Jacob David Stern propuso a Levi Strauss, un joven e inmigrante alemán, formar una empresa; momento propicio para cimentar un próspero negocio de textiles, la cual fundaron en 1850 en San Francisco, California, con el nombre de Levi Strauss & Co.; sin imaginar que con el andar del tiempo se convertiría en una de las compañías internacionales más importantes.

Pero llegar a implantar una moda y mantenerla no ha sido fácil, vestir al mundo de una misma forma requirió de constancia y creatividad, y Levi las tuvo, aunque al principio sólo se preocupara por satisfacer la necesidad de los gambusinos.

Para ese entonces una nueva noticia enaltecía a los norteamericanos, el 9 de septiembre de 1850, California estaba formalmente integrada en la Unión como el trigésimo primer Estado y el decimosexto Estado libre. California con una superficie de 410,000 kilómetros cuadrados, se convirtió en el segundo Estado en tamaño durante más de un siglo, una verdadera mina de oro.

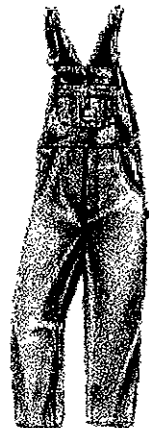
Levi también había descubierto su propio yacimiento, pues si hay oro amarillo; oro negro, por qué no puede haber también oro café y en el último de los casos oro azul o indigo, con lo cual Strauss era un experto. Primero llevó de Europa a Norteamérica lona para hacer tiendas de campaña y cubiertas para vagones de ferrocarril; sin embargo pronto encontró un nuevo uso para esta tela, vislumbrando la posibilidad de venderla de mejor forma, puesto que era muy sabido que los buscadores de oro lo daban todo por llegar a California, y que por las noches, a media montaña, no tenían ni dónde dormir, Strauss pensó que su lona podía ocuparse de igual manera para hacer las tiendas de campaña. Así que recién llegado a San Francisco, con hilos y agujas empezó a coser todos los metros de lona color marrón que traía de Alemania y la ofreció como resguardo movable para los gambusinos.

Aquí es donde podemos decir que la necesidad fue la causa de tan gran efecto, pues aquellos hombres embriagados por la obsesión del oro no siempre tenían dinero para gastarlo en una tienda de campaña, ni tenían caballos para forrar una carreta con la tela de Strauss.

Lo que a ellos les urgía era un tipo de ropa que les aguantara el paso en su trabajo, hecha con un material que no se desgarrara ni se echara a perder.

Pocos son los hombres que comprenden su entorno, que logran conocer la esencia de un problema y darle solución cuando todos están inmersos en él, Strauss fue uno de ellos. Observó que los gambusinos sufrían porque sus pantalones se rompían fácilmente en las duras jornadas, y no había tela que resistiera las raspaduras de las piedras, el agua de los ríos y el frío nocturno. Podría decirse que existía una aguda crisis por la ropa, y la solución se dio cuando Strauss presentó un overol hecho con lona café. Los primeros *jeans* del mundo.

Muy pronto la fama de la calidad de los *jeans* Levi's se extendió, empezando a fabricarlo por docenas. Poco a poco la demanda de los pantalones se incrementó, los gambusinos y los mineros le fueron pidiendo al comerciante más y más prendas, identificando inmediatamente a los pantalones como "Levi's", ya que había sido Levi Strauss su diseñador. Este empresario, comerciante y recién diseñador regresó a Europa con el dinero que había ganado, no con la mira vacacional de los empresarios de hoy, sino con la visión que caracteriza a los grandes industriales. Viajó directamente al país del *glamour* y la moda, Francia, para adquirir otro tipo de material llamado *Serge de Nimes*, y puesto que los marineros que la traían de Europa eran genoveses, fue fácil reconocer a los pantalones como "*Genovese Denims*", y la deformación de esta palabra terminó en "*Denims Jeans*".



Ahora conocemos la historia de tan usual prenda; pero, por qué el cielo y la tierra teñida de azul, por qué los *jeans* clásicos, los que posteriormente invadieron el mundo fueron de color azul. La respuesta es fácil, y se remonta también al periodo de Strauss. La nueva tela francesa con la que se confeccionaron los pantalones tenían que pintarse, y aún no se podía recurrir a fórmulas químicas como en la actualidad, sólo el ingenio y los medios naturales eran opciones para tal situación. La sabia madre naturaleza hizo acto de presencia aportando una planta llamada indigofera, que crecía al Sur de California. Al comprimir las semillas de esta flor, salía un líquido azul, que se usó como colorante para pintar los *jeans*; razón por la cual los *pantalones de mezclilla* de color azul tienen la leyenda "color índigo".

Sin embargo, aunque del mismo color, los primeros *jeans* eran muy distintos a los actuales; bien puede decirse que los de los 90 son el resultado de la búsqueda de resistencia y comodidad. Los *jeans* también evolucionan.

Levi debía concluir su obra, ofrecer una verdadera prenda que cubriera las necesidades de aquellos buscadores de oro. Al principio era sumamente difícil unir las partes de los pantalones, las costuras no siempre aguantaban y las piezas terminaban por desgarrarse. Ante tal situación Strauss decidió que la tela debería unirse en sus partes claves con broches de cobre. Estos brochecitos eran puestos a presión por unas máquinas, siendo ésta la solución al desprendimiento de la costura. Su mente inquieta e innovadora desarrolló la idea de ribetear las esquinas de los bolsillos, agregando resistencia y durabilidad, todo esto ocurrió en 1873.

Conforme la fiebre del oro comenzó a ceder, los mineros y gambusinos se dedicaban a trabajar como maquinistas, como tenderos y como vaqueros; incrementándose la demanda de ropa de trabajo. Ante tal situación -ya habíamos mencionado que era un joven empresario- Levi transformó su hasta entonces pequeño taller en una fábrica, que empezaba a producir pantalón tras pantalón. El éxito de los

jeans fue tal que pasó de ser una prenda de trabajo a una más usual, y podían apreciarse cada vez en mayor gente, en jornadas de trabajo o como ropa de uso común. Estados Unidos fue la cede para este suceso, el cual día a día regalaba más y más cambios, ya que para 1886 los jeans traen consigo el parche de cuero de marca dos caballos, una identificación más en la transformación de la prenda. Alrededor de 1890 por primera vez se asignan números de lotes a los productos, y el "501" se usa para designar los famosos jeans con remaches de cobre.



1.3 SER O ESTAR: EL VESTIR A TRAVÉS DE LOS AÑOS.

Elegir la ropa, en una tienda o en nuestra casa, es definirnos y describirnos a nosotros mismos. En la mayoría de estas decisiones entran en juego consideraciones prácticas: sobre la comodidad, la resistencia, la disponibilidad y el precio. Especialmente en el caso de personas con un guardarropa limitado la selección de la misma requiere de una atención más cuidadosa, buscando siempre prendas duraderas, combinables y adhoc con los climas.

Sin embargo, nuestro vestuario no sólo servirá para cubrirnos sino también para ser catalogadas por la gente desde desvergonzados hasta preciosos, según James Laver⁸, quien propuso una cronología para explicar categorías en que nos encontramos según nuestra indumentaria. Dicho estudio se le conoce como la Ley de Laver con las siguientes características:

USO DE LA ROPA	CONCEPTO
10 años antes de su tiempo	Indecente
5 años antes de su tiempo	Desvergonzada
1 año antes de su tiempo	Atrevida
-----	Actual
1 año después de su tiempo	Pasada
10 años después de su tiempo	Horrorosa
20 años después de su tiempo	Ridícula
30 años después de su tiempo	Graciosa
50 años después de su tiempo	Pintoresca
70 años después de su tiempo	Encantadora
100 años después de su tiempo	Romántica
150 años después de su tiempo	Preciosa

Laver posiblemente exagera la capacidad traumática de la moda venidera, que hoy en día quizá no se considere más que atrevida, inclusive cuando se lleva una sola prenda extranjera, como cuando se dice una palabra o una frase extranjera en la conversación, no se pretende presumir la procedencia de quien la lleva o su devoción hacia otro país, sino indicar sofisticación. Ahora bien, el significado de cualquier prenda de vestir depende de un espacio y un tiempo específico, y puede ser alterada por cualquier cambio que se produzca en ellos.

En el vestido la forma es tan importante como la materia, y al probarnos una prenda automáticamente sabremos si nos queda bien o si es demasiado grande o demasiado pequeña, si es vieja o nueva y especialmente si está en buen estado. Pues de lo contrario llevar la ropa sucia, arrugada o rota es invitar al menosprecio y a la condescendencia. Prueba de ello es que a las personas vestidas con andrajos es más fácil que se les trate mezquinamente. Un hombre con un traje limpio y bien planchado que se caiga en una calle, tiene más posibilidades de que le ayuden a levantarse que otro vestido con harapos mugrientos.

⁸ James Laver: Crítico y escritor de moda Alison, Lurie. *El lenguaje de la moda*, p. 24-26.

En ciertos momentos y lugares la ropa puede prevenir a la gente hacia nosotros, ya sea a acercarse o alejarse.

Por otro lado sería conveniente precisar que una prenda adquiere un significado distinto según la persona que la utilice, por ejemplo: unos pantalones tendrán un aspecto muy diferente si se los pone un hombre o una mujer, ya sea adulto, joven o niño. Además al juzgar una prenda de vestir también tendremos en cuenta los atributos físicos de la persona que la lleva puesta, evaluándola en aspectos como su altura, su peso, su postura, su tipo racial o étnico y los rasgos y la expresión de su cara. El mismo vestuario lucirá diferente en una persona cuya cara y cuyo cuerpo nos parezca atractivos que en otra que nos parezca fea

Muchos otros-conocedores e inclusive fanáticos de la moda- son capaces de distinguir, de un sólo vistazo la autenticidad de las prendas, hay quienes reconocen unos vaqueros nuevos de los desgastados, los que llevan parches funcionales o decorativos de los que están hechos jirones por el abandono de quien los lleva; captan las sutiles diferencias de significado que transmiten unos "pata de elefante" (o acampanados), de si son anchos por arriba y ceñidos por abajo. Cuando dos *pantalones vaqueros* son idénticos a simple vista una etiqueta conveniente cosida al bolsillo trasero aporta útil información, identificando la prenda como de alto precio (los llamados vaqueros de diseño) o como procedente de las rebajas de unos grandes almacenes e incluso dentro de esta última categoría hay también distinciones entre las marcas, pero todos nos vestimos para que vivir y trabajar nos resulte más fácil y cómodo, para proclamar (o disfrazar) nuestras identidades y para atraer la atención erótica.

El sentido común, y la mayoría de los historiadores de la indumentaria han asumido que las exigencias impuestas por la utilidad, por el *status* o por el sexo deben haber sido las responsables de la invención de la ropa. Asimismo, quienes comparten la tendencia de cierta moda saben leer la indumentaria del otro buscando en ella información sobre cuestiones más personales y complejas que la edad, el origen nacional o regional y la posición social. Por medio de signos que podrían pasar inadvertidos para un extraño, ellos pueden identificarse ante los demás como radicales, liberales, conservadores o reaccionarios y a menudo conseguirán adivinar incluso la profesión y los gustos culturales.

La indumentaria, como hemos venido mencionando, se desarrolla en múltiples lugares, personas, climas y situaciones. Es por esto que la moda de una década es distinta a la de otra. Así que valdría la pena hablar un poco sobre las décadas desde 1910 a 1997, tratando de describir cuales eran las prendas típicas de aquella época. Entonces remontémonos hasta 1910 y ubiquemos a México y su vida tradicionalista, pues el siglo XX abarca el momento en que se fue gestando la aparición de los *jeans*.

El mundo giraba entorno a la década de 1910, momentos de reflexión, planeamiento, alboroto, desastre, crisis y explosiones de toda índole, acarreándose la pérdida de inmuebles, vidas humanas y la destrucción de valores culturales; esto gracias a la lucha de poderes en todo el mundo, involucrando niveles sociales en su ámbito de clases, dañando económica, política, cultural y socialmente.

Ante esta situación la moda daba un alto a sus diseños, pues estaban en juego los patrones del vestir.



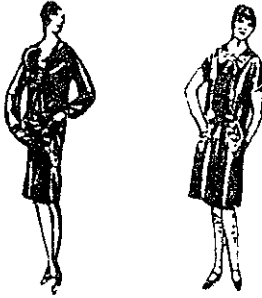
Antes de la Primera Guerra Mundial la silueta había comenzado a disminuir, y hacia 1914 la ropa de mujer seguía líneas más o menos naturales. Durante los años de la guerra, las modas siguieron siendo conservadoras, aunque las faldas fueron subiendo lentamente desde el nivel del suelo hasta justo encima del tobillo, facilitando la vida de muchas mujeres que ahora trabajan fuera del hogar o servían como enfermeras o miembros de los cuerpos auxiliares. Al lograrse la paz, los dobladillos siguieron subiendo con mayor rapidez y las cinturas ensanchándose.

Los vestidos se convirtieron en vestidos de saco muy cortos y escotados, a menudo sin mangas; los sombreros se encogieron hasta quedarse en apretados gorritos acampanados. Las curvas pasaron de moda; se admiraba en cambio la figura <de muchacho>, plana tanto por delante como por detrás y con largas y delgadas piernas.



Las modas infantiles de los años veinte pasaron a mejor vida con mucha más rapidez que las del siglo anterior. El crack de 1929 y la depresión económica que le siguió hizo que la chica emancipada y su novio pareciesen ridículos y obsoletos. En épocas de crisis, la vitalidad infantil parece frívola o incluso insensible: lo que se lleva es la seriedad y la madurez; se admira a los hombres varoniles y a las mujeres femeninas. Fueron las consideraciones morales las que realizaron la unión nuevamente.

Después de la Primera Guerra Mundial, Europa y Norteamérica entraron, política, económica y culturalmente en lo que entonces se llamó <el mundo moderno>. Una vez más la juventud y la novedad se pusieron de moda y la propia moda se transformó para acentuar y proclamar la libertad. Miles de mujeres entraron en la segunda década del siglo con silueta de reloj de arena y salieron de ella con silueta de alfombra enrollada, aunque a menudo sólo con la ayuda de dolorosos corsés y dietas de inanición. Por su parte las solapas se diseñaron anchas y los bolsillos diagonales; los pantalones se usaron muy estrechos y con valencianas. Las chaquetas informales llevaban casi siempre cinturón y tablas traseras, las corbatas eran muy anchas.



Para la indumentaria femenina 1925 fue determinante, pues en ese año se acortaron las faldas hasta las rodillas. Una moda revolucionaria que no sólo fue censurada en Europa, sino también en América, causando tal impacto que hasta el arzobispo de Nápoles de aquella época, se atrevió a decir que el terremoto en Amalfi había sido un enojo de Dios, consecuencia de aceptar las faldas cortas en el vestuario femenino.

Los historiadores del vestido han propuesto diversas explicaciones para las modas de los años veinte. Unos las han atribuido a la necesidad de la especie humana de mantener sus cifras de compensar la pérdida de población de la Primera Guerra Mundial. Según esta teoría, la moda femenina tenía que ser sexualmente provocativa con el fin de elevar el índice de natalidad. Pero aunque un deseo inconsciente de una mayor procreación puede haber sido responsable de la libertad sexual de los años veinte, no se puede pretender que la ropa de esta época, con su supresión de características sexuales secundarias, fuese intrínsecamente más provocativa que la de la generación anterior.

Las modas imitaban en general las ropas que habían llevado las niñas en las dos décadas anteriores, con préstamos ocasionales de las de niño. Las mujeres llevaban vestidos sueltos tipo bata corta o tipo saco que terminaban justo por debajo de la rodilla y que, o bien no tenían cintura o se ceñían a la altura de las caderas y se preferían los tejidos finos y ligeros y los colores pálidos de la infancia: crema, beige, blanco y pasteles suaves. Tras casi un siglo de ropas muy ceñidas, estos vestidos sueltos y cortos daban a las mujeres el aspecto de niñas con las blusas viejas de sus madres.

Un estilo popular en los años veinte fue el vestido cortado a modo de camisa, con un cuello desmesurado y una corbata de lazo suelta del tipo que llevaban los niños pequeños diez o veinte años antes.

No fueron sólo las mujeres quienes rejuvenecieron entre 1910 y 1920, también los hombres perdieron su corpulencia y su autoridad.

Había más libertad, tanta, que las prendas características de hombre fueron tomadas por la moda femenina: el estilo unisex se empezaba a gestar allá por 1927.

Hubo una época en que los diseñadores de moda, dictaban e imponían sus creaciones, pero después de la Primera Guerra Mundial el cambio hacia lo práctico y cómodo fue la exigencia de la clase media, la que poco a poco se iba convirtiendo en mayoría.

A finales de los años veinte la moda cambió, haciendo las chaquetas rectas y cortas con tres botones, solapas modernas, bolsillos de cartera, pantalones rectos con valencianas y chaleco como complemento. Las corbatas se angostaron.

La moda, como de costumbre, se acomodó al nuevo tipo. La ropa ya no se diseñaba para hacer que los hombres pareciesen lo más grandes y fuertes posible. Se fabricaba con tejidos más ligeros y a menudo con colores más pálidos: blanco, café claro, gris claro, crema. El cuello duro alto estaba desapareciendo; las chaquetas eran más cortas y los hombros menos acolchados. Los pantalones eran de talle alto, sugiriendo una figura juvenil e incluso preadolescente. Se hicieron populares las ropas deportivas de todo tipo y en las ocasiones informales, aun cuando no tuviesen intención de jugar al golf ni al tenis, los hombres se ponían con frecuencia los suéter, los bombachos y las gorras de visera de su infancia.

La idea que se tenía en los años treinta de la persona atractiva, como se refleja en los anuncios y en la pantalla, era la de alguien preparado y seguro de sí, los héroes tenían que parecer capaces de resistir los vientos de adversidad así como de hacer el amor y realizar osadas hazañas; tenían que ser por tanto más grandes y más fuertes.

La moda femenina de los años 30's tuvo sus variantes en cuanto al largo de las faldas y los escotes. Desde 1929, en París ya habían bajado el dobladillo hasta el final de las rodillas, pero en América no adoptaron la tendencia si no hasta la siguiente década, generalizándose así en todo el mundo. Los vestidos se hicieron rectos pero delineando las formas naturales del cuerpo, lo que hacía ver a las mujeres, más femeninas. El escote prolongado en la espalda, aun en vestido de día, le dio el toque sensual característico de la tercera década de nuestro siglo.



La norma de belleza femenina también había cambiado. La chica emancipada estaba pasada de moda; la mujer ideal de los años treinta tenía entre treinta y cuarenta años y una belleza clásica más que una gracia infantil. Al principio, a la beldad de los años treinta se la podría haber calificado de hombruna; pero hacia mediados de la década la tendencia se había suavizado y a la mujer ya no sólo se le permitía sino que se le alentaba a que tuviese pecho. La literatura celebró estos nuevos tipos -quizá en parte los inventó- y la moda los vistió. Momento donde fue descubierto el mundo, en el sentido propio de la palabra, sentando bases para el subsecuente comercio mundial y para el paso del artesanado a la manufactura, que a su vez sirvió de punto de partida a la gran industria moderna. Nuestro país ya contaba con dos ramos: confección de ropa para hombres, mujeres y niños y ropa de trabajo para obreros.

Los pantalones tendían a ser más anchos y la chaqueta tenía un corte más amplio y unos hombros mucho más altos y cuadrados, quizá para contrarrestar o disimular la depresión y el desánimo del propietario. Los abrigos se alargaron, y muchos hombres llevaban el nuevo estilo de zapatos con gruesas suelas de goma que les resultaban tan útiles para recorrer las aceras en busca de trabajo.

La ropa de mujer también ofrecía más protección contra los elementos. Conforme avanzaba la década, aparecieron tejidos más gruesos y colores más oscuros. Las faldas descendieron hasta casi los tobillos y se cubrieron con abrigos más largos y pesados, a menudo rematados en su parte superior con altos y acogedores cuellos.



Pasados los dramáticos años de la guerra apareció un personaje que revolucionó la moda (a fines de la década de los 30), dándole nuevamente a la mujer la opción de la femeneidad que había olvidado durante varios años; Christian Dior⁹ es aquella persona que se encontraba a la cabeza de la alta costura francesa, con el cual París volvió a ganar prestigio.

En la década de los cuarenta, la moda masculina se tornó un tanto atlética: hombros muy anchos, talle alto y ajustado, solapas amplias y pantalones bombachos rematados con valencianas, una forma tradicionalista de la época por nuestro país, donde no se imaginaba que la revolución en el vestir cambiaría, pues los *jeans* estaban a punto de manifestarse ante nosotros.

Entre 1940 y 1955, aunque la ropa sufrió muchos cambios, siguió siendo una ropa de adultos. El *New look* de la posguerra, con sus faldas más largas, añadió años y dignidad a las mujeres, y el hombre, con su sobrio traje de franela gris a la medida, era su compañero adecuado. En 1945 México organizó la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

Los jóvenes de clase obrera vestían una versión exagerada de este modelo, con corbatas y pantalones (de tubo) excesivamente estrechos y zapatos o botas con tacones todavía más altos y punteras más afiladas.

La Segunda Guerra Mundial dejó como saldo el descontrol a todos los países, en cuanto a la economía y la política, principalmente. La sociedad se vio afectada en muchos de sus intereses, luchando por conseguir nuevamente su antigua vida. Y siguiendo este objetivo la alta sociedad buscó distinguirse de la baja, lo cual procuró libertad y rebeldía ante la situación que se vivía, teniendo como única salida imitar al país vecino en el vestir, pues era una forma de protesta para la liberación y la "igualdad".

Sin embargo, a mediados de la década de los 50 las mujeres no presumían su nivel social; esta vez la línea divisoria era determinada por la forma de vestir.

⁹ Christian Dior. Firma francesa de alta costura que basa sus diseños en la mujer de hoy. Realiza fantasías con mujeres y siempre toma en cuenta qué hace, cómo se mueve y en qué dirección.

Unas eran mundanas y sofisticadas, llevaban ropa de adulto elegante y de cuidado corte, el otro grupo lo componían adolescentes o muchachas que podían tener cualquier edad entre los trece y los treinta años y llevar *Jerseys* anchos y faldas, vaqueros y bermudas. La moda diseñada para el primer grupo se fotografiaba vestida por modelos arrogantes y neurasténicas de pómulos salientes que rondaban los veinticinco años; la diseñada para el segundo grupo la vestían adolescentes de cara redondeada con un aspecto convencionalmente sano. En realidad, estas féminas tan dispares a menudo eran la misma mujer en diferentes ocasiones: embutida en una estrecha faja y un vestido de raso para las fiestas, y con ropas sueltas informales para diario.

Pero aún así las mujeres compartían los mismos sueños de parecerse a Marilyn Monroe¹⁰ -quien dio el toque "sexí" al vestuario femenino-, o vestir amplias faldas con crinolinas y ser así parte del fenómeno musical llamado Rock. Por su parte los hombres no tenían más opciones que elegir, pues los pantalones ceñidos y las camisas de grandes cuellos se habían impuesto con furor ante la presencia de Elvis Presley¹¹.

No obstante la década de los 50 todavía tiene tela de donde cortar y antes de que finalice presenta su nuevo e innovador vestuario: cuero, mezclilla y botas dejaron verse en las grandes ciudades sobre una motocicleta como medio de transporte. Aunque en este período también habían jóvenes bohemios y existencialistas que preferían los *pantalones de mezclilla*, camisas de algodón, chalecos, chamarras y sandalias e invadían bares, cafeterías y plazas, llevando siempre un mismo lenguaje: la rebeldía.

Pero al igual que las mujeres, estas dos tendencias se unificaron en el gusto por los *jeans*. Es justo aquí donde comienzan las manifestaciones actuales en cuanto a *jeans* se refiere. De ahí en adelante los *jeans* comienzan a actualizarse según la época y el lugar o actividad, ya que es donde se masifica el uso de la prenda en los hombres, principalmente como herramienta de trabajo.

Aunque las mujeres no quedaron atrás, pues a unos años de iniciar la nueva década en nuestro siglo (1960), precisamente cuando se esboza la nueva cultura de los jóvenes, el *jeans* es el primer pantalón de hombre usado indiferentemente por hombres y mujeres en tan gran escala. Se trata del comienzo de un movimiento casi de caníbales, en el cual las mujeres se apropian en un lapso de veinte años del conjunto del vestuario masculino. Al terminar la década de 1970, ninguna prenda de la vestimenta masculina habrá escapado a ese apetito devorador acrecentado por el hecho mismo de comer.

Por otro lado los sesentas hicieron su entrada con singulares exageraciones: se redujeron los hombros y las solapas, los sacos se acortaron y los pantalones fueron más ajustados. El hombre adquirió una imagen delicada con esa línea.

¹⁰ Marilyn Monroe. (1926-1962) Norman Jean Mortenson, fue el máximo símbolo sexual del siglo XX. Actriz cinematográfica norteamericana, considerada como un mito erótico de los años 50's.

¹¹ Elvis Presley: Joven airado de los primeros años cincuentas. (1935-1977). Coadyuvó en el rock and roll para convertirlo en un fenómeno de masas, hasta llegar a ser una leyenda.

Entonces una nueva ola de entusiasmo romántico e innovación -política, espiritual y cultural, o más bien contracultural inundó el mundo. Pero la moda europea aún giraba en torno de formas simples: faldas rectas o de línea "A", blusas, suéter o chaquetas a la cadera, trajes sastre de línea "H" (recta), con largos que rebasaban apenas las rodillas, completando este estilo con zapatos de punta ovalada o cuadrada.

La juventud sigue teniendo fuerza y haciendo camino al andar, la población de los Estados Unidos tenía menos de veinticinco años y un tercio de la población de Francia tenía menos de veinte. Como los tiempos eran prósperos estos niños y jóvenes disponían de ingresos abundantes. Y en una sociedad comercialmente sofisticada los gustos, hábitos, costumbres y aspectos de la mayoría tienden a celebrarse y alentarse.

Estos mismos jóvenes proclamaban: "¡arriba las faldas otra vez!", provocando el nuevo vestuario de las mujeres con el aplauso unánime de los varones de la época. Las minifaldas captaron la atención tanto en mujeres jóvenes como en maduras.

La virtud de ser joven a finales de los sesenta y principios de los setenta es demasiado reciente como para necesitar de excesivas descripciones, y lo mismo ocurre con el *look* exageradamente juvenil de la época. El aspecto que estaba de moda en las mujeres era el de una niña de entre ocho y diez años de cara puntiaguda, ojos grandes y figura de adolescente: piernas largas y delgadas, cuerpo menudo sin desarrollar y cabeza proporcionalmente grande. Esta juvenil silueta se conseguía con una dieta rigurosa a menudo físicamente peligrosa. Pues gracias a ello surge la anorexia considerada una enfermedad juvenil.

Ya para 1969, la moda masculina aceptó nuevamente caídas naturales, sin excesos, muy parecida a la que se adoptó en 1990, incluso se dejaban el pelo más largo y/o se lo moldeaban de tal manera que aumentaba el tamaño aparente de sus cabezas. Además, adoptaron de nuevo -o se negaron a abandonar- las ropas de su infancia. Las chaquetas cortas sin cuello y los largos y espesos flequillos con que The Beatles¹² irrumpieron en la escena internacional, eran prácticamente una copia exacta de lo que por aquella época lucían los niños de clase media para ir a las fiestas. Era un juego: el reflejo de la época.



Pero en muchos casos no hicieron falta estilos nuevos, los hombres simplemente siguieron usando las ropas de jugar de su infancia: vaqueros, pantalones de pana, playeras, jerseys, camisetas y cazadoras. Y, como los niños pequeños, preferían los colores vivos: rojo, verde, amarillo y azul. El gusto a tal colorido se conoció como "la revolución de los pavorreales".

¹² The Beatles. Grupo inglés que se caracterizó por ser precursor del Rock-Sinfónico. Autores de letras sociales

Las mujeres en la década de los 70 sintieron una libertad, en cuanto a moda se refiere, dando lugar a la revolución de la moda, que comienza en Inglaterra, hecho curioso si consideramos que los ingleses nunca tuvieron fama de estar muy interesados en la ropa, mano a mano con la música de The Beatles y poniendo en auge los labios "blancos" y nacarados, los ojos pintadísimos y la silueta delgadísima, casi anoréxica, propia de las modelos inglesas, quienes en aquellos años -aunque nadie lo podía creer al principio- representaban la imagen de la mujer elegante y bella.

En este mismo tiempo se popularizaron los pantalones con vuelo llamados "pata de elefante". Tenían la peculiaridad de cubrir hasta los zapatos, los que con esa corriente se usaron de punta chata, tacón grueso y altas plataformas. Los chalecos complementaron ese tipo de vestuario, dando el toque juvenil las chaquetillas que apenas llegaban abajo de la cintura. Otro atractivo juvenil fue el uso de tatuajes "quita y pon" que tanto hombres como mujeres se colocaban en lugares estratégicos de su anatomía.



La juventud segura de sí misma se atrevía a dar cambios drásticos, una parte de ella empezó a vestirse como si fuera muy vieja. Aparecieron hombres jóvenes aproximadamente de veinte años con las gafas cuadradas y redondas de montura dorada, las camisas sin cuello de pechera almidonada, las bufandas de lana y los chalecos desabrochados de los abuelos más típicos. En cantidades aún mayores, los jóvenes de edad similar adoptaron el "look de la abuelita". Llevaban vestidos largos hasta el suelo, de cintura ancha, faldas de volantes hechas con estampados de algodón y "gafas de la abuelita", a menudo sin cristales, el mensaje de la indumentaria no era conservadora en el sentido que los padres de los jóvenes habrían entendido, sino más bien radical.

Pero su mensaje también era en algún sentido esperanzador, incluso romántico, en cuanto se sugería una supuesta identificación con los norteamericanos buenos, sencillos y honestos de una generación anterior, pionera incluso.

"Como los años sesenta y setenta fueron una época de gran exuberancia y variedad en el vestir, podríamos decir que las ropas se trataban como si fuesen disfraces y cualquiera que observase la calle principal de cualquier gran ciudad y de muchos pueblos vería a personas disfrazadas de bebés, abuelas, soldados, vaqueros, piratas, gitanos, indios, etc.

Los inventos más estrafalarios de los diseñadores -la blusa transparente, el vestido desechable de papel, la cazadora de plástico de color plata- se adquirían de forma entusiasta".¹³

Al establecerse propiamente la década de los 70, también llegaron muchos cambios (¡además del Movimiento de Liberación Femenina!), por ejemplo, en 1971, las nuevas faldas se lucían casi al tobillo, las que se llevaban con botas acompañadas de sacos muy pegados al talle. Aquella novedad lanzó a todas las mujeres a las tiendas para deshacerse de sus minis y comprar vestidos y abrigos largos, tal como "dictaban" los diseñadores, quienes eran como verdaderos emperadores, reyes o zares, con una opinión indiscutible...Y la mujer seguía sus órdenes al pie de la letra, sin atreverse a decir que NO. El "sube y baja" de la falda (cuyo largo tan pronto subía como bajaba) fue durante muchos años lo que determinaba si estábamos o no a la moda. Y era imposible ser rebelde y hacer lo que más nos gustara, pues terminábamos luciendo "anticuadas" o "mal vestidas". La moda en aquellos años era una "dictadura que daba placer", y gracias a una mujer podía pasar de una simple campesina rusa a una mujer glamurosa.

Sin embargo los comentaristas sociales, incluyendo algunos de los que han escrito sobre la moda, anunciaron que había llegado la edad dorada de la juventud. Los fabricantes de ropa y las revistas de modas, ansiosos por reclamar una cuota de mercado y escarmentados por el costoso fracaso de la maxifalda y otros diseños similares, comenzaron a asegurar a los consumidores que eran personas maravillosas, libres, creativas, a las que nadie podía ni quería manejar. Habíamos entrado en un nuevo y excitante periodo de individualismo, decían: el predominio autocrático de los diseñadores de París, Londres y Nueva York había terminado para siempre. De ahora en adelante, todo el mundo vestiría a su manera. Momento propicio para agrandar el mercado de *jeans*, tanto en hombres como mujeres, adaptándolo a la época con los llamados "pata de elefante".

Hacia finales de los setenta, una economía en declive y un creciente envejecimiento de la población hizo que la infancia dejase de estar de moda. Actuar (y vestir) "a tu manera" se había redefinido como narcisismo, los estilos de vida contraculturales como improcedentes, la política radical como ofuscación desleal hacia los problemas reales y la práctica del sexo libre como una incapacidad neurótica para el compromiso emocional. Así la palabra de mayor prestigio en la moda es <clásico>, y dentro de parámetros aceptados, todo el mundo se parece. Lo que es, según los sentimientos de cada uno, un signo de dignidad recuperada o de inocencia y libertad perdidas, que alcanzaron su cúspide en los años 80. En este lapso la moda dejó de ser tan rígida y aunque cada dos años la falda igual subía como bajaba, le hacían menos caso y se atrevían a adaptarla a su estilo. También los pantalones ya se aceptaban socialmente en todos los sitios, y la mujer tenía no sólo muchas más opciones, sino muchísima más libertad a la hora de vestir. En los 80 no sólo se hicieron famosos diseñadores de la importancia de un Giorgio Armani¹⁴ y un Gianni Versace¹⁵, y fue

¹³ Altson, Lurie. *El lenguaje de la moda*, p. 101.

¹⁴ Giorgio Armani. Diseñador italiano, se caracteriza por su gusto por el cine y por vestir a los grandes de Hollywood.

¹⁵ Gianni Versace: Nacido en Italia, Versace tuvo su mejor maestro en su madre, instalado en Milán, en 1978 firma su primera colección de mujer y abre su primera tienda.

cuando Karl Lagerfeld¹⁶ revolucionó y puso de nuevo "en el mapa" de la moda a la Casa Chanel¹⁷. Fue también cuando la moda americana lanzó talentos como el de Donna Faran e Isaac Mizrahi¹⁸. En esos años, el dinero parecía crecer en los árboles y se gastaba sin medida, en cuestión de vestimenta. Fueron los tiempos en que debutó en Francia un Christian Lacroix¹⁹, quien con sus diseños le dio un giro radical a la industria, llegando a cobrar 30 mil dólares por un vestido de alta costura.

"Ya para finalizar esta década, un secreto a voces dejaba de serlo, la cirugía cosmética ya no se ocultaba, sino que se hablaba de ella con gran naturalidad, tanto mujeres y hombres se hacían cirugías, discutían cuál era el mejor cirujano y la liposucción se convirtió en la locura. También fue la época en que se llegó a abusar de los hoy en día no tan populares implantes de senos. Los 80's resaltaron en la moda a la chica "curvilínea", y junto con ella, la obsesión de hacer ejercicios para mantener esas curvas firmes y nunca exageradas"²⁰.

Al final de una larga historia del traje, apreciamos un marcado deseo de la juventud por unificar la indumentaria de ambos sexos mediante la corriente unisex. Esta moda empezó con los *pantalones de mezclilla* y camisetas, para luego seguir con chaquetas, chamarras, suéter, tenis y corte de pelo.

Desde hace varias décadas los jóvenes han pugnado por abandonar la corbata, el traje sastre y la camisa de cuello rígido. Las chicas, por su lado, han olvidado las florecitas, los encajes y los tacones altos. La elegancia para los jóvenes es cosa del pasado, aunque en la edad madura tengan que aceptar lo establecido por generaciones anteriores.

El jeans se universaliza contra toda lógica de respuesta a necesidades primarias. Esta universalización da testimonio de otra lógica completamente diferente: atestigua la extraordinaria seducción que ejerce el estilo de vida norteamericano, la fascinación que despierta su mito y sobre todo atestigua la progresiva constitución de la juventud como clase internacional a partir de mediados de la década de 1950. La juventud es el agente difusor del gusto por los jeans en la escala mundial; se trata de un hecho sin precedentes en la historia de la humanidad.

¹⁶ Karl Lagerfeld: Talento heredado y continuador del estilo de la gran Coco Chanel, es quien dirige actualmente los destinos de la prestigiosa casa de alta costura que ella fundó en París, en el primer cuarto de este siglo.

¹⁷ Coco Chanel. De origen humilde y francés. No sólo revolucionó el mundo de la moda, sino también el de la perfumería, colocándose por mucho en una clásica de clásicas.

¹⁸ Donna Faran e Isaac Mizrahi: Diseñadores norteamericanos que implantaron libertad en sus diseños.

¹⁹ Christian Lacroix: Diseñador francés con giro formal en alta costura internacional.

²⁰ Laver, James *Breve historia del traje y la moda*, p. 128.

CAPÍTULO 2

TRABAJO, MODA Y COMODIDAD

Todos los intereses terrenales del hombre los abrocha, los abotona y los entorpece el vestido.

Thomas Carlyle,
Sartor Resartur,
Libro I, capítulo VIII.

Los cambios en la imagen del hombre resultan ser primordiales. Desde el momento de nacer se concibe la idea del cambio, el crecer, el hablar o el vestir manifiestan diferencias de edad, sexo, clase o religión.

La sola idea de transformación resulta ser un modo de vida, el cual toma de su alrededor lo útil y práctico, desechando los obstáculos que se presenten en su entorno, provocando así el adaptarse a su medio.

Este como segundo capítulo nos llevará a través de un viaje a conocer que los *jeans* como prenda no se crean ni se destruyen sólo se transforman en el reflejo de una moda, que no sólo satisface a hombres sino a mujeres y niños, procurando encajar diseños en su ambiente, sin perder su esencia: existir.

2.1 EL REFLEJO DE LOS 90'S

La década de los 90 se ha caracterizado por tener un retroceso en décadas, puesto que el gusto por la época de los 70 fue definitiva para abrir las puertas a esta nueva ola y con ella los *jeans*, que han sido durante años (148) la prenda histórica y básica del guardarropa humano, los cuales hacen revivir ese sin fin de emociones en décadas pasadas. Los *jeans* año tras año son la clave para mantenerse actual, pues se combinan con todo, por ejemplo: blusas, *tops*, playeras, camisas, suéter, chamarras, chalecos, sacos, etc.; además de los accesorios como cinturones-varios y calzado en zapatilla, tenis, botas, zapato formal, huaraches, etc.

La necesidad que en 1850 se produjo gracias a los gambusinos, es hoy día un mundo nuevo, lleno de coloridos y satisfacciones, que ha provocado desde entonces una guerra tremenda en contra de la formalidad y que afortunadamente para los *jeans* en su viaje de 148 años han logrado permanecer en el mercado, y por el contrario se han topado con cambios radicales tanto para la misma prenda como para su compañía, Levi Strauss México; ni mas ni menos, esos años que experimentaron y experimentan los cambios son los años 90, para prueba un botón.

Ya para el segundo año de la década de los 90 (1992) Levi's enfrenta extraordinarios cambios y logros como la consolidación de la empresa en México, la distribución del producto por medio de canales selectos, además de la ampliación de las líneas de productos que se han mantenido en el gusto de los aficionados de los *jeans*; sin dejar de lado la atención al mercado de damas y por si fuera poco, el establecer la división de negocios llamada Levi Strauss Norteamérica integrada por México, Canadá y Estados Unidos.

Cierto es que la moda hoy en día es una forma de vivir. Sólo la moda puede proyectar en el individuo, inmediatamente, el papel, el status, la personalidad o la imagen deseada, puede difuminar las imperfecciones y realzar los atributos; puede crear en los espectadores un instante de ilusión, de misterio, de individualidad, de sorpresa, de confidencia o de pertenecer a otro mundo. Al final, se está empapado hasta las cejas, se respira moda diariamente. Se es moda. La moda se convierte en todo un estilo de vida.

La moda actual no recurre a motivos de carácter individual, como son: el deseo de cambiarla, el sentido estético, la coquetería, el instinto de imitación. Éstos sólo influyen en las diversas épocas para conformar una vestimenta. La moda tiene, principalmente, motivos sociales como el esfuerzo de las clases altas de la sociedad por distinguirse de las otras clases. Es la cacería de la vanidad de clase, en la que se repite incesantemente un único fenómeno: el esfuerzo de un grupo por obtener una ventaja, aunque sea mínima, sobre el grupo que le sigue y el esfuerzo del otro por anular la diferencia adquiriendo inmediatamente la nueva moda.

Es por esto que se trabaja en la invención de diseños y marcas, que permitan al hombre vestirse de acuerdo a su medio, sobre todo tomando en cuenta lo práctico en el vestir, pues actualmente se convierte primordial para el hombre por ser adaptable a diversas situaciones como el trabajo, la casa, la escuela, permitiendo una relación adecuada al su nivel socio económico.

Sin embargo la moda refleja nuestras preocupaciones o protestas. La ecología, a finales de este siglo, se reviste de importancia porque ha llevado a los seres humanos a una toma de conciencia sobre el medio ambiente que los rodea, en cuanto a su conservación y precisamente los *jeans* son usados desde mitad del siglo como protesta de libertad, de rebeldía, así como de diferencia social. La prenda *jeans* ha buscado encajar en las épocas donde la población se encuentra rodeada de conflictos sociales, culturales, políticos, religiosos e ideológicos, procurando manifestarse en el ambiente psicosocial que los individuos atraviesan por el tiempo.

Por eso es tan común ver colores beige, marfil, arena y verdes en todas las gamas, así como telas de texturas burdas, como hilazas, linos y algodones, que muestran una fascinante tendencia que retoma las raíces de la tierra y de una naturaleza que busca ser rescatada.

Entonces, las modas demuestran, especialmente ahora, más que un estilo o tendencia, una actitud frente a la situación mundial, y como tal se manifiesta en su manera de vestir y de sentir que se transmite en detalles y acabados poco convencionales, rústicos, naturales y artesanales, mismos que nos envuelven de un orgullo inusual por nuestras raíces, a la vez que nos revelan nuestra preocupación por el mundo futuro.

Los 90's después de una breve etapa en que las modelos anoréxicas se pusieron de moda y se vaticinó un nuevo período van en camino a la naturalidad en todos los campos. Entre las modelos vemos muchas más curvas y los diseñadores ofrecen ropa muy versátil. La mujer tiene una libertad absoluta a la hora de escoger lo que va a llevar. Los propios creadores han comprendido que la mujer de los 90 no "sigue", sino "pide" y "demanda" una moda propia para un estilo de vida. La mujer que trabaja exige una ropa "lógica" (acorde a sus actividades), práctica y al mismo tiempo mucho más femenina que la moda andrógena y casi "unisex" de hace unos años. El hombre por su lado a comprendido que el vestir no iguala ni uniforma a la especie humana, sino los mantiene a su nivel de vida y cultura social.

En 1994 y 1995, la mujer igual llevará un abrigo que le llegue a los pies, que uno que apenas le llegue a medio muslo; igual irá a la oficina con un traje pantalón sobrio y simple, a lo Armani que llevará un vestido glamoroso y elegante (como los que

presentaron Oscar de la Renta¹ y Carolina Herrera²), que algo más simple como los modelos de noche que presentó un extrasobrio Calvin Klein³ (¡quien además levantó comentarios al relanzar la falda a la rodilla!), o bien unos *jeans*. Así como la moda femenina resalta la belleza, la moda masculina se encarga de mantener siempre esa figura varonil e imponente que el hombre ha luchado por mantener. Lo mismo demostrará al usar traje que al usar *jeans*, pues siempre prevalecerá la naturaleza.

Según Roland Barthes "Si la tiranía de la moda se confunde con su ser, ese mismo ser no es otra cosa, en definitiva, que una cierta pasión del tiempo. En el momento en que el significado moda se encuentra con el significante (tal vestido), el signo se convierte en la moda que la ha precedido, es decir, su propio pasado; cualquier moda nueva es una negación a heredar, una subversión contra la opresión de la moda pasada; la moda se vive así misma como un derecho, el derecho natural del presente sobre el pasado, definido por su propia infidelidad, la moda vive, sin embargo, en un mundo que desea y ve como idealmente estable, penetrado de miradas conformistas.

La moda se dedica a elaborar una temporalidad ficticia en apariencia más dialéctica y que comporta un orden, una dignidad, una madurez, empíricas a nivel de las funciones, institucionales a nivel de la ley, orgánicas al nivel del hecho; la agresividad de la moda, cuyo ritmo es el propio de las vendetas, se ve de este modo desarmada por una imagen más paciente del tiempo".⁴

Mirando hacia atrás -ya que en los campos de la moda y la belleza todo es como parte de un enorme círculo, que termina volviendo al pasado y de ahí comienza otro nuevo ciclo- es curioso cómo han cambiado nuestros hábitos y cómo muchos se repiten una y otra vez.

"La moda, esquivada como signo real, permanece presente como orden escondido, terror silencioso, ya que no respetar (este año) sería caer en el error de lo pasado-de-moda; de esta manera vemos como se vuelve a manifestar la diferencia que opone el significado implícito de los sistemas denotados y el significado latente de los sistemas connotados, la alineación consiste, concretamente, en hacer latente un significado implícito; la moda se esconde a la manera de un Dios: es todopoderoso a la vez que finge dejar entera libertad para significar naturalmente. La moda es tratada como un valor vergonzante y tiránico, que calla su identidad, ya no privándola pura y simplemente de su expresión terminológica, sino sustituyéndola en nombre de una causalidad absolutamente humana. Entonces la connotación alcanza una alineación más general que consiste en otorgar al arbitro determinante la máscara de una naturaleza fatal".⁵

¹ Oscar de la Renta: República Dominicana. Primer diseñador latinoamericano y también el primero en los E.U., que haya triunfado en París. En 1965 inicia su propia firma en New York.

² Carolina Herrera: Venezolana que se ha distinguido entre los mejores diseñadores del mundo, por la elegancia y sobriedad de sus modelos. Característica por orientar a la mujer y vestirla de acuerdo a su edad.

³ Calvin Klein: El hombre que fue la imagen de la inconformidad en los 80. El primer diseñador que se atrevió a vender *jeans*, a través de una publicidad donde incitaba al sexo.

⁴ Roland Barthes, *Sistema de la moda*, p. 232

⁵ *Ibidem* p. 241

2.2 LOS JEANS NO SE CREAN NI SE DESTRUYEN, SOLO SE TRANSFORMAN.

En un principio todo era rutina, el mismo trabajo, las mismas costumbres, la misma vida. Hasta que llegó Levi Strauss, comerciante alemán, que sin imaginar logró ser una figura pública en Estados Unidos por su popular prenda creada especialmente para trabajar; sin idear, al igual, que su nombre algún día estaría presente en el mundo entero, como un lema de juventud y dinamismo.

Levi Strauss



El tiempo fue largo y cansado, deslumbró a todos el rumor del metal dorado, e innumerables personas se internaban en grandes minas en busca de mejor fortuna; ayudando así a crear una herramienta de trabajo, con tela resistente que aguantaba las arduas jornadas: la lona, que junto con la necesidad de los gambusinos y el ingenio de Levi Strauss dieron existencia a una prenda histórica: el overol⁶ conocida también como guardapolvo (prenda de vestir, cubierta de trabajo). Sin embargo el arte y la naturaleza se hicieron presente. Así, Levi, gambusinos, la resistencia y la planta de Añil⁷, se unieron en una sola creación que perduraría por quién sabe cuánto tiempo: Los *jeans*, que desde 1850 han recompensado los esfuerzos del fabricante, al igual que el de los consumidores que han transformado esta prenda en el agrado de muchas naciones volviéndolo compatible para todo uso u ocasión.

Lo que ahora es una prenda de clasificación "A", es decir familiar, era considerada, en tiempos remotos, una "prenda de vestir de bárbaros", pues los pantalones se utilizaban en los pueblos extranjeros, a quienes en Roma se les conocía como bárbaros: víctimas de fuertes fríos, por lo que necesitaban cubrir sus extremidades.

Hasta entonces los pantalones cumplían con su oficio de herramienta protectora. Pero qué sucede con los cambios caprichosos y drásticos del clima; qué pasa con los *jeans* cuando las minas no brillan más. La máxima dice "renovarse o morir". Los *jeans* en su afán por mantenerse en la preferencia de los consumidores, tuvieron que dar un

⁶ Overol (ing overall) Traje de faena - trabajo, tarea- Diccionario Larouse Español-Ingles, English-Spanish, 1a. Edición, México 1989.

⁷ Añil Planta leguminosa de cuyo tallo y hojas se saca una pasta colorante azul oscura.

cambio a sus características y transformarse en una prenda que ofreciera más posibilidades de uso, reflejando en cada variación, la vida del hombre por cada época.



Así es como el tiempo y sus modificaciones logran que los overoles de los gambusinos se quitaran el peto (adorno o armadura que cubre el pecho) y se lanzaran al mundo como unos simples pantalones.

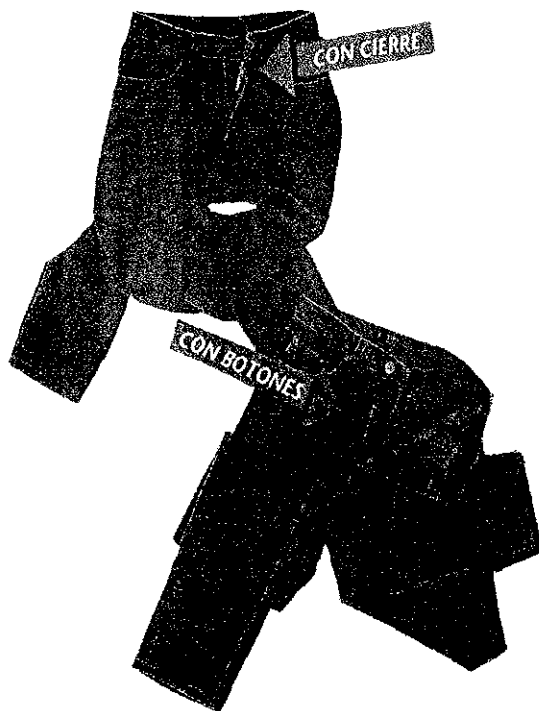
No obstante, entre los primeros pantalones y los actuales hay mucha diferencia. Aquéllos duros y ásperos color chocolate, vieron su principal variación al encontrarse la planta de añil, que al bañarlos en color índigo ofrecían a la mirada una agradable entrada al cielo, no en vano los clásicos *jeans* son celestes.

Pero el adiós del peto se llevó también el sostén que permitía traer los pantalones "bien puestos": los tirantes, y dio paso (recordemos que no había tallas) a diseños y cortes más delineados, estrechos al cuerpo. Los *jeans* se aferraban fervientemente a la cintura, breve o ancha, mediante una pretina con pasa-cinturón (pequeños puentes de la misma tela que el pantalón, que permitían atravesar de lado a lado el cinturón que fijaría bien la prenda) y un botón metálico colocado a presión, acompañado ya sea de una bragueta con cierre o de una hilera de otros botones, al igual metálicos.

"Con estas nuevas características los pantalones diseñados por Levi dejaron de llamarse "overoles" y son nombrados desde entonces *jeans*. Para esta fecha (fines del siglo XIX y principios del siglo XX) los *jeans* ya eran elaborados con mezclilla, una tela de algodón con sarga de hilo blanco tejido con hilo de color, la cual se usaba en un pueblo francés llamado Nimes y por lo tanto se le conoce originalmente como denim. Esta tela se caracteriza por su resistencia, durabilidad así como por su fácil limpieza, por lo que durante el siglo XX se usó para confeccionar ropa de trabajo. La mezclilla fue inventada en Milán a finales del siglo XIX. Con el paso del tiempo se fue popularizando y cada vez a más gente gustaba".⁸

⁸ Siempre en familia, La fiebre de los jeans, Marzo 95, Año 2 Núm 22, p. 52

Para esto 1900 se llenó de transformaciones, y para iniciar el siglo los jeans se apropian de las dos bolsas de atrás (recordemos que ya eran a la cintura). Al llegar a 1912 comienza la guerra en innovaciones de diseños de jeans, como el "cubretodo", que era un conjunto para jugar de una sola pieza, diseñado para niños (esto nada más en el país del norte). Pero no faltaron muchos días para la batalla en publicidad, en 1913 ya se hablaba de una garantía en la prenda: "un nuevo par gratis si se descosen", esto iluminaba por primera vez en catálogos y otros anuncios; pero los años seguían pasando y 1922 da fe de que a los jeans se les agregan trabas para cinturón, aunque no se descartan los botones para los tirantes.



Al darse cuenta, los modistas empezaron a sacarle provecho y comenzó la lucha por los clásicos *jeans*; los diseñaron para utilizarse con botas, flojos y entallados, en colores, costuras, estilos y cortes diferentes, hasta ser lo que son ahora.

La transformación tenía que ser total, si habían cambiado de nombre, por qué no hacerlo también de oficio y pasar de una pieza exclusiva de trabajo rústico a una indumentaria más usual.

Los *jeans* no se extinguieron igual que los yacimientos, conocieron nuevos horizontes al cabalgar por verdes praderas y estar presentes durante las arduas jornadas campiranas. Así, mientras los vaqueros demandaban más y más *jeans*, Levi constituía una pequeña fábrica (que al inicio era un pequeño taller de costura) con algunos trabajadores.

El nombre que denotaba aquella prenda que inició en los riachuelos, no fue sino hasta 1928 cuando se registró la marca con las letras "Levi's®", provocando mayor incidencia en los cambios e imagen que la prenda tendría, pues 1936 da luz a la famosa etiqueta roja, la cual se encuentra en la bolsa trasera derecha.

Vientos fuertes viajaban por toda la tierra, mientras la pequeña compañía de Levi fue acrecentándose por los grandes pedidos que le hacían de su creación, al grado de transformarse en una enorme y potente industria.

Ya para finalizar la tercera década inician la adopción los mexicanos, ya que esta prenda era para los obreros, que además la recibían gratis como instrumento de trabajo, lo cual con la situación económica en la que se encontraban los trabajadores usaban la prenda después de haber salido de la jornada laboral; logrando así la masificación de esta indumentaria. Luego así los niños comienzan a usarla, pues se adquiría de manera fácil y resistía raspones, tierra y uso, haciendo que las familias mexicanas la aceptaran como un ahorro a su estabilidad económica. Aunque no era cómoda por lo gruesa y rígida, debido a que era de trabajo, la gente se fue adaptando a su uso, observando que con el tiempo y las lavadas se hacía cada vez más confortable, obteniendo la popularidad y la demanda, lo cual superó la oferta.

En la cuarta década es cuando los mexicanos inician el uso de la prenda con diversas indumentarias, presentándose en las plazas, casas, iglesias y demás.

Los habitantes de las ciudades más cercanas observaron que dichos pantalones no sólo ofrecían resistencia, si no también comodidad. Bastaron un par de camisas y botas para que los pantalones de mezclilla arribaran a las metrópolis y encontraran en estas grandes urbes su esplendor al ser combinados con un sinfín de prendas y accesorios, dando lugar al nacimiento de múltiples formas de vestir. Por ello, los *jeans* fueron utilizados para actividades independientes al trabajo, el concepto de estas prendas incluye comodidad, juventud y una imagen muy casual.

Los pantalones eran conocidos y reconocidos, pero su forma no encontró fronteras al llegar de un gran salto a las pantallas gigantes del cine norteamericano, principalmente. Las estrellas de aquella época incluían en su vestuario algunos diseños de pantalones de mezclilla, sobre todo los hombres, que daban con ellos la perfecta imagen de un vaquero valiente y triunfador.

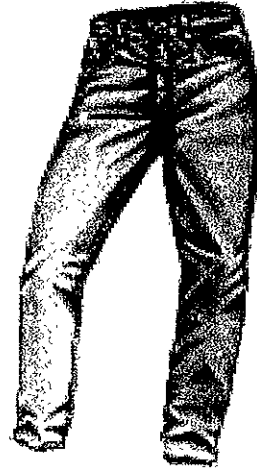
Para este entonces, lo que en principio fue un complemento de trabajo, se convierte en una nueva imagen para la prenda: el peto, que volvió a unirse a los *jeans*, dándole otra vez el toque de herramienta de trabajo, pero con el uso casual de la época. La huella de los *jeans* en las décadas queda inmortalizada en el cine mexicano por el famoso "Pepe El Toro", quien representado por Pedro Infante hacía lucir a la prenda más que protectora o instrumento laboral, pues el modelo dado adquiría popularidad causando alteraciones en la forma de vestir ante distintas ocasiones.

Claro que Pedro era el hombre bueno y trabajador, pero otros petos también se hicieron famosos sin ser abregados y mostraban que no sólo podían cubrir el fuerte pecho de Infante, sino el corazón cruel de "El Jaibo" personaje central de la película "Los Olvidados" y que le diera vida magistralmente Roberto Cobo.

Esto da pie a que los *jeans* para 1954 se presenten con cierre, era una opción para su uso cotidiano; aunque el lapso que se dio entre la quinta y la sexta década fue el más representativo, debido a las manifestaciones de libertad, rebeldía, filosofía, ecología

e independencia, los 60's representaron importancia para la mujer, pues de ahí inician algunas mujeres a usar la prenda, lo cual causó rareza y asombro a las familias mexicanas, ya que las reglas morales que se tenían eran muy marcadas: " las mujeres deben usar falda, los hombres pantalones; la mujer es de pelo largo, el hombre de pelo corto.", pero estos años fueron la puerta a una cultura diferente, y es donde los jeans aparecen con más fuerza, se mutan a un nuevo color: el blanco, así como el hacer de los pantalones elásticos y de pana.

Este pequeño ejemplo basta para mostrar que los *jeans*, con peto o sin él, encajaban en diferentes personalidades. Sin embargo aún faltaba el máximo ídolo que colocó a los *jeans* en los preferidos de todos los jóvenes, inclusive en los niños, que en Estados Unidos comenzaban a predominar. James Dean fue el símbolo de rebeldía ante una sociedad asfixiante; con él una nueva visión del vestir despertaba, los *jeans* se usaban mas ajustados y doblados hacia arriba, dando el toque a lo "Dean" sólo faltaba una playera blanca, chamarra de cuero, calcetines blancos y por supuesto los pantalones de mezclilla. Así como James Dean, Marlon Brandon y Marilyn Monroe promueven la prenda a finales de los 50's y principios de los 60's, convirtiéndolos en el "uniforme" de la generación de los "baby boomers" y posteriormente de la generación de la paz y el amor, de los sesentas.



Con infinidad de prendas existentes en el mundo, los *jeans* resultan ser compatibles con ellas, provocando así que la mezclilla se diversificara en distintos modelos y estilos en el vestir, incitando a formar una gran variedad de aspectos en el lucir cotidiano, dando paso en 1968 a crear un departamento para producir prendas exclusivamente para mujeres, que a tan solo dos años de haber llegado la empresa a México, ya era la prenda del guardarropa del país.

Los *jeans* han ido evolucionando al paso de la humanidad y la moda, por ello al llegar la década de los 70, tuvieron que admitir un nuevo cambio en sus diseños, las valencianas de campana (más amplia la parte baja del pantalón con un pequeño dobléz hacia arriba) y sobre todo en mujeres el ceñirse a la cadera la prenda, aceptando algún adorno psicodélico: flores bordadas en colores brillantes e inclusive fosforescentes, como el verde limón, naranja o azul metálico, complementando esta imagen con unos zapatos de plataforma o unas sandalias de piel.



Pero los cambios nunca terminan, la transformación es día a día, contagiante de estilos y formas que en la década de los 80 abre puertas a un moderno color y diseño, revolucionando a la sociedad de todas las edades, haciendo controversias en familia por lo atrevido y drástico del cambio, al igual que el pelo largo en los hombres y el pantalón de mezclilla en las mujeres.

“Con su audaz proceso, los *jeans* vuelven a ser adaptados a un sinnúmero de usos, todo lo intentaban para mantenerse en la historia. En este caso logran que su desarrollo, a una nueva imagen, gane rápidamente miles de adeptos, basándose solamente en un poco de ingenio para el lavado de la prenda, el cual consiste en toda una técnica a través de un baño llamado *Stone Wash*, que se basa en colocar en una tina llena de piedras pómez los pantalones con agua para hacerlos girar y girar hasta que la mezclilla se desgaste lo suficiente, dando una apariencia usada o gastada, esto es, de haber sido lavado infinitas veces y seguir invicto; aunque existen dos procesos más, el *Sand Wash* que es la misma técnica, pero en lugar de piedras, contiene arena; y el *Acid Wash*, que requiere de sustancias químicas. Todos con un sólo fin: modificar el color y textura de la prenda, haciéndola parecer usada a pesar de que el proceso logra suavizarla”⁹.



Los *jeans* toman nuevamente la primera carta en el vestir, dando a su amo un aspecto de haber vivido grandes y audaces aventuras, esto debido a la apariencia de la prenda, con lo que nadie se podía resistir a ser una persona “de mundo”, a nadie le interesaba traer unos pantalones de apariencia nueva; al contrario, deliraban por unos *jeans* pardos.

Como estos pantalones eran en la época de los 80 el último grito de la moda, su costo se incrementó; no obstante el afán por vestirlos ideó la técnica casera de unos *jeans* usados, metiéndolos en agua con cloro, a pesar de no ser parejo su lavado, bien eran dignos de vestirlos.

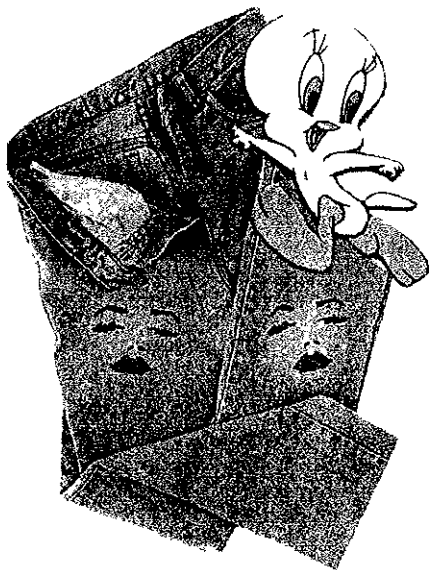
A finales de esta misma década, las figuras femeninas estilizadas y esbeltas llegaban a México imponiendo una nueva anatomía. Las mujeres, incluyendo las mexicanas, se atrevían a unir y lucir sus nuevas formas con prendas elastizadas; la llamada “likra” tomaba el timón de la moda, Esto se debió a la introducción de un porcentaje más o menos importante de materias sintéticas flexibles en el algodón del *jeans*. Con el likra desaparecen no sólo las pequeñas arrugas involuntarias, sino que

⁹ Veintitantos, Los jeans, Septiembre 1996, Vol. 3, No. 9 p. 51.

sobre todo el jeans se hace flexible y confortable sin dejar de ceñir al cuerpo. Estos dos caracteres (flexibilidad y comodidad) pueden definir la ropa deportiva: se trata fundamentalmente de una prenda que permite libertad de movimientos y que es confortable, y que además está integrada en la moda.

El jeans ceñido, que efectivamente tuvo su hora de gloria, puede subrayar la finura de líneas, la esbeltez, la delgadez y puede hasta rehabilitar (en el caso de los dos sexos esta vez) el principio de las antiguas competencias nobiliarias, las que autorizaban el uso del calzón ajustado. Pero desde hace tiempo el jeans ya no es característico de la juventud.

Por las calles de la Ciudad de México se dejaba ver féminas con mallas, minifaldas o pequeñas blusas del nuevo material, claro que los más felices con esta moda fueron los hombres, los cuales se quedaron atónitos cuando grandes diseñadores e importantes firmas decidieron incluir en sus colecciones *jeans* elásticos, que hacían de la figura femenina un arte en el acabado; con esta prenda ajustada al cuerpo ponían muy en alto al llamado "sexo débil", dándole toda la fuerza para tomarse al mundo con más audacia y valentía. Este nuevo material fue el pretexto para llenar a los *jeans* con cierres (zippers) pues debían meterse de algún modo, y después, al cerrarlos estrecharse al cuerpo. Con esto, los *jeans* que incluían likra y llegaban a los tobillos eran la sensación, revelándose ya no como una prenda cómoda, sino sexy.



Pero el andar no tocó fronteras, los primeros años de la década de los 90 fueron realmente divertidos y auténticos, pues los "mutantes" *pantalones de mezclilla* aceptaron una nueva sugerencia: inscripciones cómicas que adornaban a la prenda y daban vida a otra etapa de la historia del *jeans*. Los pantalones volvían a ser rectos, como el inicio de la prenda, aunque en este caso, el clásico indigo pasaba a ser sólo el fondo de dibujos y caricaturas que permitían mezclar a la vez colores más vivos y lograr un modelo nuevo y actual que adornaba compatiblemente con accesorios el vestuario del día, pues los *jeans* con que no combinan, infinidad de complementos han pasado por los clásicos vaqueros, desde un pequeño botón, hasta moños por doquier, sin dejar de lado las bolsas, los cierres, cinturones e inclusive los hoyos que han adornado y cautivado a la prenda, de chicos y grandes, a la par de alamar a la sociedad".¹⁰

¹⁰ Siempre en familia, La fiebre de los jeans, Marzo 1995, Año 2 Núm. 22 p. 52-56



En fin, a dos años de la llegada del año 2000, quién sabe cuantas modificaciones más tendrá ante nuestros ojos ante esta prenda histórica que atraviesa fronteras sin mirar atrás, innovando nuevas técnicas para nuevos diseños, dando así nueva vida a la historia que no se acaba.

2.2.1 MODA PARA HOMBRES.

Afortunadamente los hombres de ahora ya no son como nuestros abuelos. Aquellos caballeros con sombrero, *suéter* y bastón, rectos en todo momento, conservadores de todos los principios básicos de la vida. Esos hombres nunca aceptarían un cambio radical en su guardarropa, su vida de lino y algodón no lo hubiera permitido jamás. ¿Será que nuestros contemporáneos son más débiles que nuestros ancestros?, lo cierto es que ni siquiera el llamado "sexo fuerte" ha podido resistir los huracanes de la moda y han caído ante ella con los ojos cerrados, vanidad aparte, por integrar al vertiginoso mundo capitalista, donde la belleza reina en todo su esplendor. Claro que nuestros bisabuelos usaban *jeans* como ropa de trabajo y sinceramente no nos los imaginamos con unos pantalones rotos de las rodillas o desteñidos. Pero si por ahí hay alguno que otro que no se atreve a entrar muy de lleno en la moda, puede encontrar sugerencias que definan su personalidad a la hora de vestir, muchas son ofrecidas por los pantalones de mezclilla, que lo mismo da gusto a un existencialista, a un clásico, a un moderno y hasta a nuestros padres, chapados a la antigua. He aquí una muestra de las pequeñas diferencias que marcan la transformación de un *jeans*.

501



Cintura entallada
Asiento entallado
Muslo ajustado
Pierna recta
Apertura amplia para bota

550



Cintura relajada
Asiento relajado
Muslo Semi-amplio
Pierna estrecha

560



Cintura / amplia
Asiento amplio
Muslo amplio
Pierna estrecha

561



Pinzas al frente
Muslo amplio
Apertura amplia

11

¹¹ Catálogo otoño-invierno '97 Levi's.

2.2.2. MODA PARA MUJERES

Si los varones se vieron doblegados ante la moda, cómo podríamos resistir nosotras, frágiles y delicadas féminas, sumisas ante los cambios inevitables que aceptamos con resignación, adoradoras de la belleza y buscadoras incansables de la perfección, cómo podríamos ser insensibles ante unos *jeans*, que simbolizan la puerta abierta a tan ansiada liberación femenina o igualdad de sexos.

Los *jeans* fueron la prenda que con los años otorgó libertad y comodidad, primero a las jóvenes, y después valor y firmeza a aquellas amas de casa que anhelaban romper con el prototipo de mujer abnegada, mostrar que ellas también podían traer los pantalones bien puestos. Herencia que con el tiempo fue extendiéndose a todas direcciones y generaciones y que hoy no sólo portamos, sino que nos damos el lujo de elegir según nuestra edad, personalidad, ánimo y ocasión, aunque con esto damos lugar a un poder adquisitivo que los *jeans* aprovechan totalmente.

Diferencias que nos individualizan y llevan a la creación de un sinfín de diseños para complacernos hasta en nuestros más caprichosos detalles. La inquietud femenina por ir cambiando día a día se satisface con la gran variedad de modelos que prestigias marcas ofrecen como respuesta a las exigencias femeninas.

501



Cintura delantera baja
Botones en bragueta
Corte recto
Pierna recta
Apertura amplia para bota

512



Cintura delaterra-baja
Cierre en bragueta
Corte ajustado
Pierna estrecha
Apertura angosta

555



Ajuste a la cadera
Asiento relajado
Muslo relajado
Pierna recta
Apertura semi-amplia

882



Corte recto y Amplio

2.3 MANOS A LA OBRA

A lo largo de esta investigación hemos conocido el surgimiento y evolución de los *jeans*, pero aún falta un misterio por esclarecer y que sin lugar a dudas dice todo de un pantalón de mezclilla: su temporada ("moda"), su género, su calidad e inclusive su precio. En efecto, la confección de una prenda, es la columna vertebral del prestigio de una marca, es la carta de presentación de un diseñador y sobretodo, es la garantía para volver a ella.

En nuestro país, antiguamente los pantalones eran elaborados en las casas de las familias y los hacían precisamente para sus integrantes. Sin embargo, una vez que se conocieron las primeras máquinas de coser, surgieron las primeras maquiladoras, que dieron paso a las fábricas y éstas a las industrias en potencia. Podríamos decir que la industria de la confección en México se transformó rápidamente desde una artesanía hasta convertirse en una remunerada actividad industrial. Esto comenzó, más formalmente, en la tercera década de nuestro siglo, donde el país iniciaba la industria del vestido en forma ascendente,

La confección de un pantalón generalmente es igual en todas las maquiladoras, sean de mezclilla, gabardina, casimir, etcétera; sin embargo, lo que le da el toque distintivo a cada prenda es el acabado e inclusive en él podemos diferenciar una marca de otra. Obviamente los cortes también son importantes y deben ser especiales para hombres, mujeres y niños.

"Para elaborar un *jeans*, es necesario, principalmente la materia prima. Escoger la mezclilla según sus onzas, pues van desde 10 hasta 14.5 onzas y es 100% algodón, se requieren agujas de punta de esfera y tamaño 14/90 ó 16/100, pues no rasgan ni separa la tela; hilo de algodón con poliéster, de varios colores y calibres, cinta de cierre metálico, botones metálicos, broches "hembra y macho", etiqueta de cuero, etiqueta de publicidad "tab" (se encuentra en la bolsa derecha de la parte trasera del pantalón), etiqueta de talla, etiqueta de publicidad de cartón y en algunos diseños cinta elástica".¹³

La costura básica está dividida en cinco pasos: medir, marcar, cortar, hilvanar o coser y planchar. Así que una vez elegido el diseño, el material tendrá que pasar por varias estaciones o secciones antes de llegar a ser un producto final:

* **"Sección de partes o subensambles.** Una vez cortado el diseño se procesan las partes que llevan los pantalones, por ejemplo: bolsas delanteras, braguetas, carteras, etcétera.

* **Sección de delanteros.** Las partes que llevan los paneles¹⁴ delanteros, derecho e izquierdo, tales como: bolsas delanteras, bragueta izquierda, pretina delantera, etcétera, en esta sección se ensamblan a ellos.

¹³ Arciaga Ledesma y Vicencio. **Redistribución de las líneas de producción de una planta manufacturera de pantalones.** Tesis: Ingeniería Industrial, IPN, UPIICSA, México, 1985

¹⁴ Panel. Se le llama así a las piezas enteras de los pantalones, ya sean las delanteras o las traseras

* **Sección de traseros.** Aquí se unen las partes traseras, bolsas traseras, carteras traseras a los paneles y se unen.

* **Sección de ensamble.** A partir de esta sección se va perfilando el pantalón, pues en ésta se ensamblan los paneles traseros y delanteros, así como las pretinas.

* **Sección de terminado.** El toque fundamental de cada prenda también lo denotan los botones o broches, que en los *jeans* se transformarían en broches de remaches gigantes, los cuales se colocan a martillazos o con unas pinzas especiales en la parte exterior de la prenda para crear un efecto decorativo, logrando dar un toque personal a la prenda. En esta etapa también se colocan, trabas, etiquetas, desherrado, etcétera ¡por fin!

* **Sección de trabas.** En esta sección se procesan las trabas o presillas de los pantalones.

* **Sección de control de calidad.** Esta parte es una de las más importantes para el éxito de cualquier producto, pues la inspección de la calidad es la luz verde para salir al mercado garantizado.

* **Sección de empaque.** Finalmente, las prendas son empacadas para ser enviadas al centro de distribución”¹⁵

La mezcilla es también conocida como tela , que al igual de la gabardina tiene un tejido diagonal, el cual debe ser tomado en cuenta para la confección de la prenda, y al cortarse debe tenerse cuidado para tener un ropa lineal y no a contra tonos, y como la mezcilla se deshilacha con facilidad requiere de costuras cerradas.

Ahora que entramos, con todo lujo de detalle a este tema de las costuras, hay que señalar que éstas son el elemento básico en la confección de una prenda, y una costura perfecta es prueba fehaciente de algo bien hecho. Además no sólo sirven para unir piezas, también pueden usarse como adorno de la misma.

“Al respecto, existen tantas variaciones en las costuras como diseños, podemos encontrar unas cerradas como puños que rara vez permitirán separarse de su complemento, por ello son las más recomendadas para uso diario. Dentro de esta categoría existen la costura con ribete de la misma tela, la costura francesa y la costura tipo francesa”.¹⁶

Los *jeans* también pueden terminarse con una costura ribeteada, “que se hace cuando estos acabados tapan totalmente la orilla cortada de las pestañas de las costuras, asimismo realzan la apariencia interna de la prenda. O bien, pueden emplearse ribetes que se utilizan con mayor frecuencia para dobladillos y orillas con vistas”.¹⁷

¹⁵ Arciaga, Ledesma y Vicencio, Op cit.

¹⁶ Singer. Biblioteca de costura **El ABC de la costura**. Noruega Editores, Editorial Limusa, México, Primera edición 1988, p.p 68-69

¹⁷ *Ibidem*, p. 66

"El tercero de los puntos para una costura en mezclilla es la de sobrepepunte, la cual añade un toque decorativo y al mismo tiempo mantiene planas las pestañas de las costuras, ya que son firmes y durables debido a que la costura se cose dos o tres veces. Además resultan ideales para telas difíciles de planchar como la mezclilla".¹⁸

La mayoría de las costuras sencillas requieren de un acabado para evitar que la tela se deshilache. Este acabado es una forma de rematar o cerrar las orillas de las costuras para que éstas tengan mayor duración. Una costura con acabado añade un toque de alta costura y mejora el aspecto de cualquier prenda.

Con este pequeño recorrido de la manufactura de un *jeans*, nos damos cuenta que esta prenda no sólo tiene una sorprendente historia, sino todo un proceso para que nosotros podamos tenerlos en nuestras manos, o mejor dicho, en nuestras piernas.

¹⁸ *Ibidem*, p. 70

2.4 TIJERAS, REGLAS Y MEZCLILLA. LOS DISEÑADORES DE JEANS.

En las grandes sociedades, el aburrimiento, hijo del ocio y la alta especialización de las actividades y profesiones, engendran a su vez agitación y curiosidad. El deseo permanente de librarse de las obligaciones se alimenta también con el deseo incesante de aumentar la atracción personal, el amor y la amistad. El individuo se refleja sobre sí mismo y busca afirmar la realidad de su existencia sin parar; es así que los cambios de la moda satisfacen el anhelo más común de adquirir prestigio y notoriedad. Entonces, la moda resulta el emblema de una distinción singular o de la pertenencia a un grupo prestigioso. La imitación de una moda por círculos distantes de la clase que la tuvo primero, permite extender un puente entre una clase social y la clase inmediatamente superior.

Si todos los miembros de una sociedad siguen la misma moda, es lógico que desaparezcan las satisfacciones que dieron al inicio. Entonces, psicológicamente, una moda nueva se vuelve necesaria, así el ciclo se perpetua indefinidamente.

“Pero, ¿quiénes materializan estos cambios de moda?; es decir, ¿quiénes deciden cómo debemos vestirnos, y según el vestido comportarnos? Pues son naturalmente los creadores o mejor conocidos como los diseñadores de la moda. Sin embargo, ellos tienen todas las limitaciones que suelen poseer los artistas en las sociedades desarrolladas a la manera capitalista. Arte, literatura, pintura o diseño de vestidos, son considerados válidos y por lo tanto difundidos, en la medida que puedan ser comercializados. Así que su arte es, sobre todo, una mercancía que en estas circunstancias llevan a las prendas a elevadísimos precios según la firma del diseñador”.¹⁹

“Este motivo ha dado lugar a un gran auge de diseñadores, los cuales tratan constantemente de innovar en este competitivo mercado. No obstante, aunque ellos simbolizan todavía la moda, deben limitarse a crear cosas reproducibles al máximo, adaptadas a un público heterogéneo, a unos procesos de fabricación estandarizados, y ser a la par, consecuentes con la ideología de los grupos económicos que se les mantienen en su simbólico pedestal de árbitros de la moda”.²⁰

“Por otro lado, dentro de la misma limitación a su creatividad, los autores de la moda transitan por la sociedad y captan una impresión total de su imagen, participan de la vida cultural, van a estrenos y encienden con los estímulos que ofrece una actualidad en movimiento, pero, ya que ningún presente consigue librarse completamente del pasado, deciden tomar los estímulos que éste les ofrece y hacer verdaderas obras de arte, las cuales lucen aún más en altas y esbeltas modelos”.²¹

Diseñadores hay muchos: desde la extravagante Paloma Picasso hasta Guy Laroche, pasando desde luego por Yves St. Laurent, Oscar de la Renta, Christian Dior,

¹⁹ Riviere, Margarita La Moda, ¿ Comunicación o incomunicación ? p.107

²⁰ Ibídem p. 108

²¹ Croci, Paula y Vitale Alejandra, Los cuerpos dóciles. p. 31

Nina Ricci y hasta el versátil Tommy Hilfiger, que lo mismo viste a los jóvenes que a los abogados de Wall Street.

Sin embargo, hay firmas que se convierten en algo más, en toda una manera de vivir.

En fin, nombres mágicos de la moda, cuya sola evocación sugiere ya un mundo de seducción, de refinamiento, de tolerancia, de alumbrar, incluso de vivir. Nombres de diseñadores que se convierten en celebridades, que mientras reciben honores, la sociedad sueña con vestir alguna de sus creaciones, y mostrar si se puede, el autógrafo bordado.

Si las técnicas de corte permitían ajustar la ropa al cuerpo, también daban la oportunidad de crear formas exageradas o falsas. Pero las modas han variado alternando estilos clásicos, bastante sobrios y que siguen la forma natural de cuerpo, con estilos románticos y exagerados.

Detrás de tantos estilos de informalidad: casual y sports, están las hábiles manos que los confeccionan. Manos armadas solamente de tijeras, aguja e hilo, que durante siglos han sobrepasado el difícil mundo del vestir, mostrando cada día algo diferente, algo transformado.

Más cortar, coser y planchar una prenda no lo es todo, aunque el estilo parezca sencillo, tiene siempre una larga historia.

Los diseñadores se inspiran al crear estilos de vestir en el ir y venir por todo el mundo.

"Como han señalado a menudo quienes escriben sobre la ropa, un individuo normal que viva por encima del umbral de la pobreza tiene muchas más prendas de vestir de las que necesita para cubrir su cuerpo, incluso teniendo en cuenta los lavados y los cambios de tiempo. Por otra parte, a menudo deseamos prendas con poco o ningún uso y compramos otras nuevas. ¿Por qué se hace esto? Unos afirman que todo se debe al lavado de cerebro a que se nos somete por intereses comerciales. Pero la teoría de la conspiración para explicar los cambios de moda -la idea de que la adopción de nuevos estilos no es más que el resultado de una conjura entre codiciosos diseñadores, fabricantes y editores de revistas de modas- tiene menos fundamento de lo que por regla general se cree".²²

Ciertamente, a la industria de la moda quizá le gustaría que tirásemos toda nuestra ropa cada año y renovásemos por completo nuestro guardarropa, pero este objetivo jamás se ha alcanzado. En primer lugar, no es cierto ni lo ha sido jamás, que la gente vista cualquier cosa que se le sugiera. Desde que la moda se convirtiera en un gran negocio, los diseñadores proponen cada temporada una impresionante cantidad de modelos. Los fabricantes sólo han elegido o adaptado unos cuantos modelos para producirlos en serie, pero sólo unos pocos han tenido éxito.

²² Alison, Lune. El lenguaje de la moda. p. 29

"Como ha señalado James Laver, las modas no son sino el reflejo de las costumbres de la época: son el espejo, no el original. Dentro de los límites que impone la economía, la ropa se adquiere, se usa y se deshecha de la misma forma que las palabras, pues satisface nuestras necesidades y expresa nuestras ideas y emociones".²³

De igual manera compraremos y usaremos aquellas prendas que reflejan lo que somos o lo que queremos ser en ese momento, y las que no lo reflejen no las compraremos por mucho que las anuncien a bombo y platillo.

Para los diseñadores es muy importante saber los elementos que intervendrán en su patrón, como son: qué tela se utilizará, qué acabado darán, qué llevará, y que botones, hilos y cierres terminarán el trabajo, inclusive, los grandes diseñadores mandan imprimir su firma en estos elementos, para identificar más rápido a qué diseñador pertenece y que se identifique la prenda.

Los *jeans* inspiran ahora a los diseñadores, y podemos encontrar, de acuerdo a la etiqueta, pantalones desde \$ 90.00 (noventa pesos) hasta \$ 1,500.00 (mil quinientos), de marcas más comerciales, claro que los de Raph Lauren, Christian Dior, Versace, entre otros diseñadores de prestigio, sólo son adquiridos por personas con los suficientes recursos para ello; sin embargo, los de precio intermedio brindan las mismas garantías y nadie notará la diferencia.

Al fin y al cabo un pantalón de mezclilla con saco, chamarra, sudadera, playera o camisa siempre lucirá bien, así que no hay motivo para no tener por lo menos uno en cada *closet*. Total, las etiquetas son por dentro ¿o no?.

²³ Ibidem p 30

CAPÍTULO 3

LA LLEGADA DE LOS MIL Y UN JEANS DE 1850 AL 2000, VIDEO REPORTAJE.

Un dulce desorden en el vestido da
voluptuosidad a la ropa.

Robert Herrick.

Los *jeans* como hemos podido ver, a pesar de ser una prenda de uso continuo, casual, semi-informal e informal, resultan ser parte de la historia del hombre, con la cual convive continuamente, y en este caso, no deja de lado estar presente en la producción de un video que registra la inquietud del conocer cómo se le da vida a una prenda en 148 años; qué la rodea, a qué se enfrenta, cómo surge, por quién está en nosotros, por donde llegó, cómo se adapta a diversas situaciones y por qué todos la usamos.

La idea de realizar un video fue simplemente porque es un medio que nos permite expresar inquietudes de diversos temas que en la televisión, la radio y la prensa son restringidos, ya sea por censura o por falta de interés, lo cual me llevo a buscar alternativas para dar a conocer una historia que tenemos puesta y aún no la sabemos.

El presente capítulo nos muestra cómo realizar un video-reportaje a través de un tema que todos portamos: los *jeans*, y que por ser una prenda de mezclilla y no una marcha civil se sabe muy poco de ella. Este capítulo nos llevará por la producción, en sus tres facetas: pre-producción, producción y post-producción.

3.1 PLAN Y NECESIDADES DE PRODUCCIÓN

1er. DÍA/ JUEVES 29 DE ENERO.

* Grabación de la entrevista a diseñador, asimismo grabación de imágenes en la plaza Coyoacán. Éstas son sobre tiendas de *jeans*, marcando los diseños y colores.

2o. DÍA/ MIÉRCOLES 11 DE FEBRERO

* Grabación de entrevista a socióloga y a usuarios de *jeans* en la ENEP ARAGÓN.

3er. DÍA/ JUEVES 12 DE MARZO

* Grabación de entrevista a comunicólogo y edición de tomas fijas en el estudio de la ENEP ARAGÓN.

4o. DÍA/ DOMINGO 15 DE MARZO CENTRO HISTÓRICO

- * Grabación de entrevistas a gente portadora de *jeans*
- * Tomas a gente que usa *jeans*.
- * Gente que visita la plaza de la constitución.
- * Jóvenes, hombres, mujeres, niños con *jeans*.

**5o. DÍA/ DOMINGO 22 DE MARZO
PLAZA PERICOAPA GUELATAO**

- * Grabación de imágenes de *jeans* en locales que venden *jeans*, aparadores.
- * Gente con *jeans*, planta alta y baja.

**6o. DÍA/ LUNES 23 DE MARZO
FES ZARAGOZA CAMPUS 2**

- * Grabación de jóvenes universitarios con *jeans*.

**7o. DÍA/ MARTES 24 DE MARZO
C.C.H. ORIENTE**

- * Grabación de imágenes de la explanada, edificios y salones, ubicando a gente portadora de *jeans*; además de la grabación de entrevistas a usuarios de *jeans*.

**8o. DÍA/ SABADO 28 DE MARZO
EL BOSQUE DE CHAPULTEPEC**

- * Grabación de imágenes de gente que usa *jeans* y visita el Bosque de Chapultepec.

**9o. DÍA/ DOMINGO 29 DE MARZO
PARQUE DE DIVERSIONES DIVERTIDO**

- * Grabación de imágenes de gente portadora de *jeans* dentro del Parque de Diversiones Divertido.

**10o.-18o. DÍA/ MARTES 14 AL MIÉRCOLES 22 DE ABRIL
STOCK**

- * Selección de material de gente portadora de *jeans*, característica de las décadas de los 50, 60, 70 y 90; además de mineros y *hippies*.

19o. DÍA/ JUEVES 23 DE ABRIL

- * Selección de material de publicidad Levi's.

20o. DÍA/ VIERNES 24 DE ABRIL

- * Selección de material para cortinillas

21o. DÍA/ LUNES 27 DE ABRIL.

* Calificación de imagen.

22o. DÍA/ MARTES 28 DE ABRIL.

* Selección de música para dinamizar el reportaje.

**23o. DÍA/ MIERCOLES 29 DE ABRIL
CABINA DE AUDIO**

* Realización del casting para locutores

24o. DÍA/ JUEVES 30 DE ABRIL

* Grabación de la voz en off, y audio.

**25o. DÍA/ SABADO 02 DE MAYO
PANTEÓN CIVIL SAN LORENZO TEZONCO**

* Grabación de tomas a gente que usa *jeans* y visita el lugar.

**26o. DÍA/ DOMINGO 03 DE MAYO
LA VILLA**

* Grabación de gente con *jeans* .

27o. Y 28o. DÍA/ LUNES 04 Y MIÉRCOLES 06 DE MAYO

* Edición on line.

29o. DÍA/ JUEVES 07 DE MAYO

* Realización de la post-producción.

30o. DÍA/ VIERNES 08 DE MAYO

* Copiado en serie.

3.1.1 NECESIDADES TÉCNICAS

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
EQUIPO TÉCNICO	Sistema portátil	1
	Cámara Panasonic	1
	Cassetera	1
	Tripie	1
	Monitor	2
	Baterías	2
	Eliminador	1
	Cargador de baterías	1
	Audífonos	1
	Módulo de Edición Betacam	1
	Estudio de grabación	1
	Cabina de audio	1
	Micrófonos	1
	Iluminación (Lámparas)	2

3.1.2 NECESIDADES MATERIALES

CONCEPTO		CANTIDAD	PRECIO X UNIDAD	TOTAL PARCIAL	OBSERVACION
VIDEOCASSETTE VHS	60 min.				
	90 min.				
	120 min.	17	\$ 25,00	\$ 425,00	
VIDEOCASSETTE 8mm.	60 min.				
	90 min.				
	120 min.	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
AUDIO CASSETTE	30 min.	4	\$ 6,00	\$ 24,00	
	60 min.	1	\$ 8,00	\$ 8,00	
	90 min.				
BETACAM (Master)					
	30 min.	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
SUBTOTAL				\$ 557,00	

CONCEPTO	TITULO VO NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO X UNIDAD	TOTAL PARCIAL	OBSERVACION
----------	------------------	----------	-----------------	---------------	-------------

REVISTAS	ERES	33	\$ 10,00	\$ 330,00	
	SIEMPRE EN FAMILIA	2	\$ 4,00	\$ 8,00	
	VEINTITANTOS	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
DISCOS	THE BEATLES "LET IT BE"	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	"ROMANTICOS DEL ROCK AND ROLL VOL. III"	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
OTROS	DISKETTES 3 1/2"	5	\$ 8,00	\$ 40,00	
	60 min				
	90 min.				

SUBTOTAL \$ 693,00

3.1.3 NECESIDADES PROFESIONALES

CONCEPTO	NOMBRE
Investigador	Yadira Montalvo Hernández
Guionista	Yadira Montalvo Hernández
Realizador	Yadira Montalvo Hernández
Asistente de realización	Fernando García Aguirre
Productor	Yadira Montalvo Hernández
Asistente de producción	Fernando García Aguirre
Locutor	Carlos Contreras
Musicalizador	Yadira Montalvo Hernández
Técnico de cabina de T.V.	Fernando García Aguirre
Director	Yadira Montalvo Hernández
Fotografía	Yadira Montalvo Hernández
Audio	Yadira Montalvo Hernández
Editor	Fernando García Aguirre
Post-producción	Yadira Montalvo Hernández

3.2 GUIÓN LITERARIO.

Han pasado ya 148 años desde que los jeans se crearon; y a pesar que en su inicio nadie los usaba como artículo de moda, hoy en día, es raro conocer a alguien que no se haya puesto unos pantalones de mezclilla.

Sin embargo, aunque la mayoría los hemos usado alguna vez, poco sabemos de ellos; como todo aquello que los envuelve y al mismo tiempo se pierde en lo cotidiano del tiempo.

Nuestra década nos ha enseñado a vivir y vestir con la situación que enfrentamos, no importando edad, ni color, sólo buscar lo que va al día.

Colores, formas, estilos y combinaciones son parte de nuestra vida diaria, donde ni siquiera pensamos el origen de lo que portamos, sabemos que existe pero no por qué o debido a qué surgió. Es por esto que los jeans nos llevan en un viaje atrás en el tiempo.

Todo empezó con la "necesidad" de los gambusinos por encontrar una prenda que les aguantara el paso en su trabajo, hecha con un material que no se desgarrara ni se echara a perder.

Levi Strauss fue quien dio la solución, en 1850, fabricando overoles de lona café, los primeros jeans del mundo, pero nunca imaginó que su idea se llegara a convertir en una gran industria, actualmente conocida y reconocida mundialmente. Levi's es su nombre.

Los jeans no quedaron atrás como la historia, su época dorada sigue deslumbrando y con ella una realidad: el uso de la prenda en diversas situaciones informales y la flexibilidad de uso en cada época.

Justo a tiempo el peto del pantalón original se oculta, 1873 fue decisivo para un cambio total de color y durabilidad, colocando broches a presión en lugares clave y ribetes, permitiendo más comodidad y un avance en la continua historia.

Los cambios en la imagen de los jeans permitían adaptarse al tiempo y a las necesidades e ideologías del hombre, sin perder su esencia: existir.

La libertad del hombre extendía fronteras innovando formas de vestir, dando paso a lo práctico y cómodo, adaptándose a todas y cada una de las situaciones, provocando, en la década de los 50, que México se vistiese de azul con el reflejo norteamericano, permitiendo que la mezclilla y el rock and roll unieran sus vidas, todo gracias al símbolo de rebeldía James Dean, quien ante una sociedad asfixiante daba una nueva visión del vestir, usando los jeans más ajustados y doblados hacia arriba, dando el toque a lo "Dean".

Con esto en 1966 los primeros jeans del mundo hacen su llegada a México y de ahí en adelante marcan su historia en transformaciones de estilos y colores.

La moda de la década de 1960 aceptó caídas naturales, sin excesos, muy parecida a la que se adoptó en los 90's, incluso las chaquetas cortas sin cuello y los largos y espesos flequillos con que The Beatles irrumpieron en la escena internacional eran prácticamente una copia exacta de lo que la época lucía. Era el reflejo de los 60's.

Los 70 fueron el momento de ensayo, donde los jóvenes buscaban reafirmar su apariencia, dando un toque de distinción a la época, provocando que la corriente unisex se extendiera.

Pero todo giraba en torno a la publicidad, haciendo que la gente vistiera mezclilla a todas horas y con diseños distintos, los cuales a finales de los 80 y principios de los 90 dan paso a una imagen diferente que resultó ser noticia: los jeans desgastados y con hoyos por doquier, siendo la sensación de jóvenes y el escándalo de la sociedad. Fueron un momento de libertad individual.

Los jeans con el tiempo hicieron historia. Pero los 90 retoman y traen consigo todos los cambios de 148 años atrás, exhibiendo una sociedad múltiple y distinta, que logra adaptar transformaciones en hombres y mujeres, niños, adultos y ancianos; permitiendo tener más de donde escoger.

En nuestra década las modas demuestran más que un estilo o tendencia, una actitud frente a la situación mundial. Los jóvenes han pugnado por abandonar la corbata, el traje sastre y la camisa de cuello rígido; las chicas han olvidado las florecitas, los encajes y los tacones altos y formales.

La elegancia de los jóvenes es cosa del pasado, hoy en día, la moda es una forma de vivir, pero también es una forma de enfrentarse a lo que nos toca vivir. Actualmente, la manera en que nos vestimos revela nuestro tren de vida, nuestra rutina, nuestro trabajo, pero también nuestras preocupaciones y nuestros anhelos.

El vestir de hoy busca más la comodidad que la humanidad requiere, es más práctica, es nuestro compañero de acción, no nuestro obstáculo constante.

La mujer ya no "sigue", sino "pide" y "demanda" una moda propia para un estilo de vida que necesita en estos tiempos, toma en cuenta qué hace, cómo se mueve y en qué dirección, logrando crear un guardarropa con diversas prendas combinables, temporada tras temporada, recibiendo de ellas: seguridad en la creación de tradiciones con la libertad que requiere.

El siglo XX es parte importante de las transformaciones que los jeans como prenda han tenido y provocado tras el tiempo, tal vez el hecho de seguir usando jeans en nuestra década, con modas de los 60, 70 y 80, es una forma de seguir manifestando la necesidad de movimientos sociales, de transformaciones en función de proponer o de establecer alternativas de cambio para la sociedad.

Y pensar que todo comenzó hace tantos años cuando nadie se preocupaba por vestirse a la moda para sacar el oro de un riachuelo o de una veta. Hoy en día ya no hay

gambusinos, pero los jeans después de siglo y medio siguen usándose para el trabajo, pero también para el vivir diario.

En México y en nuestra década el uso de jeans tanto en hombres como mujeres ha sido por un cambio de cultura, pero también por comodidad, resistencia, flexibilidad, y sobre todo por ser combinable, lo cual lo vuelve permanente.

Es así como en ires y venires los primeros jeans del mundo cierran una página más por el tiempo, dando así nueva vida a la historia que no se acaba.

3.3 GUIÓN TÉCNICO.

VIDEO

AUDIO

F.I.

F.I. REGISTRA RUBRICA DESAPARECE HASTA INDICACIÓN.

ESCUDO UNAM
DISOLVENCIA
TORRES ARAGÓN
DISOLVENCIA

PRESENTA

DISOLVENCIA

SUPER SOBRE FONDO DE MEZCLILLA:

LA LLEGADA DE LOS MIL Y UN JEANS.
HISTORIA DE LOS PRIMEROS JEANS
DEL MUNDO. VIDEO REPORTAJE.

DISOLVENCIA

SUPER SOBRE FONDO DE MEZCLILLA:

QUE PARA OBTENER EL TITULO
DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
Y PERIODISMO.

PRESENTA
YADIRA MONTALVO HERNÁNDEZ.

ROTACIÓN 1630

F.I. RUBRICA ENTRA 3", REGISTRA 6" Y
BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

IMÁGENES DE LA PLAZA DE LA
CONSTITUCIÓN Y PARQUE DE
DIVERSIONES DIVERTIDO.

VOZ EN OFF: Han pasado ya 148 años desde que los jeans se crearon; y a pesar que en su inicio nadie los usaba como artículo de moda, hoy en día, es raro conocer a alguien que no se haya puesto unos pantalones de mezclilla.

ROTACIÓN 1600

F.I. RUBRICA REGISTRA 8" Y BAJA A FONDO.

IMÁGENES DE JEANS.

Sin embargo, aunque la mayoría los hemos usado alguna vez, poco sabemos de ellos; de todo aquello que los envuelve y al mismo tiempo se pierde en lo cotidiano del tiempo.

VIDEO

AUDIO

SLIDE 1822

IMÁGENES EN PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN, PANTEÓN, CHAPULTEPEC Y UNIDAD HABITACIONAL.

F.I. RUBRICA REGISTRA 8" Y BAJA A FONDO

Nuestra década nos ha enseñado a vivir y vestir con la situación que enfrentamos, no importando edad, ni color, sólo buscar lo que va al día.

WIPE 22

TIENDAS DE JEANS, DISEÑOS

F.I. RUBRICA REGISTRA 7" Y BAJA A FONDO

Colores, formas, estilos y combinaciones son parte de nuestra vida diaria, donde ni siquiera pensamos el origen de lo que portamos, sabemos que existe pero no por qué o debido a qué surgió. Es por esto que los jeans nos llevan a un viaje atrás en el tiempo.

FADE IN A IMAGEN DE MINEROS

EFEECTO DE RELOJ.

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4" Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE HASTA INDICACIÓN.

WIPE 104

GAMBUSINOS

Todo empezó con la "necesidad" de los gambusinos por encontrar una prenda que les aguantara el paso en su trabajo, hecha con un material que no se desgarrara ni se echara a perder.

WIPE 21

HISTORIA MINEROS, TALLER

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y BAJA A FONDO.

Levi Strauss fue quien dio la solución, en 1850, fabricando overoles de lona café, los primeros jeans del mundo, pero nunca imaginó que su idea se llegara a convertir en una gran industria, actualmente conocida y reconocida mundialmente. Levi's es su nombre.

VIDEO

AUDIO

SLIDE 1824

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y
DESAPARECE.

TIENDAS LEVI'S, EXHIBICIÓN

PUENTE MUSICAL (30")

ROTACIÓN 1630

FADE OUT

IMÁGENES DE LA PLAZA DE LA
CONSTITUCIÓN, CHAPULTEPEC,
PANTEÓN Y PARQUE DE
DIVERSIONES.

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

Los jeans no quedaron atrás como la historia, su época dorada sigue deslumbrando y con ella una realidad: el uso de la prenda en diversas situaciones informales y la flexibilidad de uso en cada época.

WIPE 900

F.I. RUBRICA REGISTRA 5" Y BAJA A
FONDO.

BROCHES, RIBETES

Justo a tiempo el peto del pantalón original se oculta, 1873 fue decisivo para un cambio total de color y durabilidad, colocando broches a presión en lugares clave y ribetes, permitiendo más comodidad y un avance en la continua historia.

SPLIT 1340

F.I. RUBRICA REGISTRA 10" Y
DESAPARECE.

IMÁGENES DE TIENDAS

FADE OUT

CORTINILLA

CHISPA MUSICAL.

VIDEO

AUDIO

ENTREVISTA

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL

WIPE 11

SUPER: LIC. CRISTINA CAMACHO R.
SOCIÓLOGA

"Considero que es una prenda versátil, cómoda, que permite mucha movilidad y que afortunadamente se puede usar ya en algunos lugares formales y en otros informales."

WIPE 11

SUPER: LIC. HUGO SÁNCHEZ.
COMUNICÓLOGO.

"Podría decirse que es una prenda informal, una prenda ligera, una prenda cómoda, que representaría a... pues, la ligereza, la libertad, la antesolemnidad, ya no sólo típica de los jóvenes, sino también de muchos adultos."

WIPE 11

SUPER: MIGUEL GARCÍA
DISEÑADOR

"Tiene una característica muy especial en cuanto son de mezclilla, son resistentes, son bastante lavables, son muy cómodos... ... su estilo, su forma, su textura, se adapta a cualquier tipo de muchachos, jóvenes, niños, adultos como yo."

CORTINILLA

CHISPA MUSICAL

WIPE 312

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

IMAGENES DE DIFERENTES JEANS.

Los cambios en la imagen de los jeans permitían adaptarse al tiempo y a las necesidades e ideologías del hombre, sin perder su esencia: existir.

F.I. RUBRICA 10"

VIDEO

WIPE 24

SUPER DE LOS 50'S CON BACK DE
IMÁGENES DE LA ÉPOCA.

ROTACIÓN 1630

IMÁGENES DEL ROCK AND ROLL

SLIDE 1824

IMÁGENES DE JAMES DEAN

FOTOS DE JAMES DEAN.

CORTINILLA

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON SOCIÓLOGA
SUPER. LIC. CRISTINA CAMACHO R.
SOCIÓLOGA.

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER
PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON
BACK DE IMÁGENES DE LA ÉPOCA DEL
ROCK AND ROLL

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 1

AUDIO

CROSS FADE A FONDO

La libertad del hombre extendía fronteras innovando formas de vestir, dando paso a lo práctico y cómodo, adaptándose a todas y cada una de las situaciones, provocando, en la década de los 50's, que México se vistiese de azul con el reflejo norteamericano, permitiendo que la mezclilla y el rock and roll unieran sus vidas, todo gracias al símbolo de rebeldía James Dean, quien ante una sociedad asfixiante daba una nueva visión del vestir usando los jeans más ajustados y doblados hacia arriba, dando el toque a lo "Dean".

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y
DESAPARECE.

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

"Es el inicio de los chicos rebeldes de la moto y la chamarra de cuero, los pantalones de mezclilla, independiente, libre, atrevido, temerario para algunas cosas, y siempre esa es la identificación que se da y que se pretende copiar."

VIDEO

AUDIO

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON COMUNICOLOGO
SUPER: LIC. HUGO SÁNCHEZ G.
COMUNICOLOGO

"Finalmente esta prenda se asociaba con el pelo largo, con la minifalda, con toda una serie de transmisiones morales, sociales, culturales y demás."

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO IZQUIERDO CON BACK DE IMÁGENES DE LA ÉPOCA DEL ROCK AND ROLL.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 2

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON DISEÑADOR
SUPER: MIGUEL GARCÍA.
DISEÑADOR

"Nosotros estamos en un país como es México y esos cambios revolucionarios en cuestión de ropa, en cuestión de ideas, en cuestión de música..."

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, E P IN P LADO DERECHO CON BACK DE IMÁGENES DE LA ÉPOCA DEL ROCK AND ROLL.

... la sociedad no lo acepta, no lo asimilaba... venimos siendo una copia, una recalca de los gringos, quienes nos traen todas las modas."

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 3

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

CHISPA MUSICAL

WIPE 24

SUPER DE LOS 60's CON BACK DE IMÁGENES DE LA ÉPOCA.

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3". PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

WIPE 809

IMÁGENES DE LA DÉCADA DE LOS 60 Y 70.

Con esto en 1966 es cuando los primeros jeans del mundo hacen su llegada a México y de ahí en adelante marcan su historia en transformaciones de estilos y colores.

VIDEO

SPLIT 1330

EXHIBICIÓN DE JEANS

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON SOCIÓLOGA

SUPER: LIC. CRISTINA CAMACHO R.

SOCIÓLOGA

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON BACK DE IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 1

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON COMUNICÓLOGO

SUPER: LIC. HUGO SÁNCHEZ G.

COMUNICÓLOGO

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO IZQUIERDO CON BACK DE IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 2

CORTE DIRECTO

AUDIO

F.J. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

"Es una prenda que a pesar de que tiene varias décadas utilizándose, no pasa de moda, sino que se va adecuando a la moda. Son clásicos pero le van inventando formas que lo hacen diferente, pero su línea en sí no se va a modificar."

"Aquí se asocia mucho la mezclilla con este concepto de avándaro, con los cafés cantantes, con los grupos, con las pandillas de motocicleta que asolaban ciertas zonas de la ciudad, con un tipo de música de rock, pero muy estridente para la época, con el amor libre, con la anarquía, con la ecología."

VIDEO

ENTREVISTA CON DISEÑADOR

SUPER: MIGUEL GARCÍA
DISEÑADOR

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON BACK DE IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 3

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

WIPE 22

IMAGEN DE LOS 60's

CORTE DIRECTO

IMÁGENES DE GENTE EN LOS 60's

SLIDE 1820

IMÁGENES DE THE BEATLES

WIPE 24

SUPER DE LOS 70's CON BACK DE IMÁGENES DE LA ÉPOCA.

AUDIO

"Nos quitamos un tabú, un tabú de ideología... de religión, un tabú de leer, un tabú hasta de series que nos llegan por la televisión y precisamente ahí fue donde empezamos a comenzar a ver la revolución en cuanto a ropa, en cuanto a perfumes, encuanto a gustos."

CHISPA MUSICAL

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN

La moda de la década de 1960 aceptó caídas naturales, sin excesos, muy parecida a la que se adoptó en los 90's, incluso las chaquetas cortas sin cuello y los largos y espesos flequillos con que The Beatles irrumpieron en la escena internacional eran prácticamente una copia exacta de lo que la época lucía. Era el reflejo de los 60's.

F.I. RUBRICA 10" Y DESAPARECE.

F I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

VIDEO

AUDIO

WIPE 3

IMÁGENES DE THE DOORS

Los 70's fueron el momento de ensayo, donde los jóvenes buscaban reafirmar su apariencia, dando un toque de distinción a la época, provocando que la corriente unisex se extendiera.

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

CHISPA MUSICAL

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON SOCIÓLOGA
SUPER: LIC. CRISTINA CAMACHO R.
SOCIÓLOGA

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON BACK DE IMÁGENES DE THE DOORS.

"Creo que la moda que se da de los 60 a los 70 manifiesta o expresa la necesidad de libertad y lamentablemente regresamos también al prototipo norteamericano de la mujer liberada, que comienzan a reflexionar en torno a su realidad y que esta forma de vestir, casualmente, también les da una identidad."

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 1

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON COMUNICÓLOGO
SUPER: LIC. HUGO SÁNCHEZ G.
COMUNICÓLOGO

"El asunto de la liberación femenina, pues, fue tan duro el impacto en la sociedad mexicana, que todavía tres décadas se mantiene una lucha férrea por el control de esos espacios naturales de dominación del hombre."

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO IZQUIERDO CON BACK DE IMÁGENES DE THE DOORS.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 2

VIDEO

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON DISEÑADOR

SUPER: MIGUEL GARCÍA

DISEÑADOR

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON BACK DE IMÁGENES DE THE DOORS

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 3

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

ROTACIÓN 1630

IMÁGENES DE REVISTAS, PORTADAS

SPLIT 1340

PUBLICIDAD LEVI'S
COMERCIAL T.V.

CORTE DIRECTO

AUDIO

"La mujer femenina no deja de ser femenina quitándole una prenda como es la falda, como es el vestido, al contrario se ve más atractiva, más cómoda, ella misma sintió ese cambio tan radical, que en unas familias lo aceptaban y en otras no. Nosotros por los mismos complejos que tenemos de machismo, los mexicanos no aceptábamos al principio pero cuando se empezó a generalizar eso fue fabuloso para todos."

CHISPA MUSICAL

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4" Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE HASTA INDICACIÓN.

Per o todo giraba en torno a la publicidad, haciendo que la gente vistiera mezclilla a todas horas y con diseños distintos, los cuales a finales de los 80's y principios de los 90's dan paso a una imagen diferente que resultó ser noticia: los jeans desgastados y con hoyos por doquier, siendo la sensación de jóvenes y el escándalo de la sociedad. Fueron un momento de libertad individual.

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

VIDEO

CORTINILLA

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON SOCIÓLOGA
SUPER: LIC. CRISTINA CAMACHO R.
SOCIÓLOGA

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER
PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON
BACK DE IMÁGENES DE PUBLICIDAD

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 1

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON COMUNICÓLOGO
SUPER: LIC. HUGO SÁNCHEZ G.
COMUNICÓLOGO

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER
PLANO, EN P IN P LADO IZQUIERDO
CON BACK DE IMÁGENES DE
PUBLICIDAD.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 2

CORTE DIRECTO

ENTREVISTA CON DISEÑADOR
SUPER: MIGUEL GARCÍA
DISEÑADOR

SE CIERRA EN RECUADRO EN PRIMER
PLANO, EN P IN P LADO DERECHO CON
CON BACK DE IMÁGENES DE
PUBLICIDAD.

SALE RECUADRO DE ENTREVISTA 3

AUDIO

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

"Bueno creo que esto es producto de la
publicidad, producto de la comercialización,
pero que a veces lo que buscamos en ese
fetiche, no es tanto la tela, no es tanto la
comodidad a veces, sino el cómo me vea."

"Es una generación que busca identidad,
que busca, en esa búsqueda de identidad,
siempre se cruza la mezcilla como una
forma de rebeldía familiar, incluso"

"El hecho de que viene una nueva
generación, tu le vez a tu hermano el
mayor un jeans y te gusta, y ya quieres
traer un jeans como el de tu hermano, o
vez al vecino, o vez a los compañeros tú en
la universidad, en la preparatoria, en la
secundaria y te llama la atención el jeans,
no sé, tiene un imán."

VIDEO

AUDIO

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

WIPE 24

SUPER DE LOS 80's CON BACK DE
IMÁGENES DE LA ÉPOCA.

SUPER DE LOS 90'S CON BACK DE
IMÁGENES DE LA ÉPOCA

CORTE DIRECTO

PORTADORES DE JEANS

COMPRESSION 1523

DESFILE DE MODAS.

CHISPA MUSICAL

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y DESAPARECE

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

Los jeans con el tiempo hicieron historia. Pero los 90's retoman y traen consigo todos los cambios de 148 años atrás, exhibiendo una sociedad múltiple y distinta, que logra adaptar transformaciones en hombres y mujeres, niños, adultos y ancianos; permitiendo tener más de dónde escoger.

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y
DESAPARECE

F.I. RUBRICA REGISTRA 22" Y BAJA A
FONDO

En nuestra década las modas demuestran más que un estilo o tendencia, una actitud frente a la situación mundial. Los jóvenes han pugnado por abandonar la corbata, el traje sastre y la camisa de cuello rígido; las chicas han olvidado las florecitas, los encajes y los tacones altos y formales.

F.I. RUBRICA REGISTRA 22" Y BAJA A
FONDO.

SLIDE 1820

IMÁGENES DE GENTE EN LA CALLE,
PANTEÓN CIVIL Y BASÍLICA.

La elegancia de los jóvenes es cosa del pasado, hoy en día, la moda es una forma de vivir, pero también es una forma de enfrentarse a lo que nos toca vivir. Actualmente, la manera en que nos vestimos revela nuestro tren de vida, nuestra rutina, nuestro trabajo, pero también nuestras preocupaciones y nuestros anhelos.

COMPRESSION 1523

IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS

F.I. REGISTRA RUBRICA 22"

SLIDE 1820

IMÁGENES DE JÓVENES EN LA PLAZA
DE LA CONSTITUCIÓN.

El vestir de hoy busca más la comodidad que la humanidad requiere, es más práctico, es nuestro compañero de acción, no nuestro obstáculo constante.

COMPRESSION 1523

IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS

F.I. REGISTRA RUBRICA 22" Y BAJA A FONDO

SLIDE 1820

IMÁGENES DE MUJERES AL SALIR DEL
TRABAJO, EN CHAPULTEPEC Y
UNIDAD HABITACIONAL.

La mujer ya no "sigue", sino "pide" y "demanda" una moda propia para un estilo de vida que necesita en estos tiempos; toma en cuenta qué hace, cómo se mueve y en qué dirección, logrando crear un guardarropa con diversas prendas combinables, temporada tras temporada, recibiendo de ellas: seguridad en la creación de tradiciones con la libertad que se requiere.

COMPRESSION 1523

IMÁGENES DE DESFILE DE MODAS

F.I. REGISTRA RUBRICA 20"

VIDEO

AUDIO

WIPE 797

IMÁGENES DE LA PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN Y PARQUE DE DIVERSIONES.

WIPE 104

IMÁGENES DE MINEROS Y PARQUE DE DIVERSIONES.

WIPE 900

IMÁGENES DE LA PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN.

SLIDE 1824

MECÁNICOS Y HOMBRES EN MAQUINARIA PESADA.

WIPE 22

IMÁGENES DE LA PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN

CROSS FADE, BAJA A FONDO

El siglo XX es parte importante de las transformaciones que los jeans como prenda han tenido y provocado tras el tiempo, tal vez el hecho de seguir usando jeans en nuestra década, con modas de los 60's, 70's y 80's, es una forma de seguir manifestando la necesidad de movimientos sociales, de transformaciones en función de proponer o de establecer alternativas de cambio para la sociedad.

F.I. REGISTRA RUBRICA 12" Y BAJA A FONDO

Y pensar que todo comenzó hace tantos años cuando nadie se preocupaba por vestirse a la moda para sacar el oro de un riachuelo o de una veta. Hoy en día ya no hay gambusinos, pero los jeans después de siglo y medio siguen usándose para el trabajo, pero también para el vivir diario.

CROSS FADE, REGISTRA

PUENTE MUSICAL (20")

RUBRICA PERMANECE HASTA INDICACIÓN Y BAJA A FONDO

En México y en nuestra década el uso de jeans tanto en hombres como mujeres ha sido por un cambio de cultura, pero también por comodidad, resistencia, flexibilidad, y sobre todo por ser combinable, lo cual lo vuelve permanente.

FADE OUT

VIDEO

AUDIO

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

WIPE 4

ENTREVISTAS USUARIOS DE JEANS

MS chica sentada.

CORTE DIRECTO

MS Chica con jeans sentada

CORTE DIRECTO

MS Chico con jeans

CORTE DIRECTO

MS de chico con jeans.

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTAS AUDIO ORIGINAL.

"A mí me gusta usar jeans porque son más cómodos y más fácil de... agarras el pantalón y te lo pones y rápido sales de tu casa, por eso me gusta usarlos, y son más fáciles de lavar, se quita más fácil lo que es la mugre, el polvo, son muy cómodos por eso me gusta usarlos."

"Se me hacen muy prácticos, algo muy cómodo, combina con muchas cosas, puedo hacer ejercicios, los puedo ocupar formal e informalmente, los puedo combinar con muchas prendas más y son muy cómodos y prácticos, por eso los uso, me encantan."

"Es lo más básico, es lo más cómodo para andar, es lo mejor para andar cotorreando."

"Yo uso jeans porque aparte son muy cómodos, los puedes hacer como quieras, los puedes romper, los puedes combinar con cualquier parte y son muy prácticos para lavar"

CHISPA MUSICAL

VIDEO

AUDIO

WIPE 312

ENTREVISTA CON PSICÓLOGA

SUPER: ELSA CONTRERAS
PSICÓLOGA.

CORTE DIRECTO

CORTINILLA

SLIDE 1821

DOBLADO DEL JEANS

WIPE 900

CRÉDITOS:

PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN:

YADIRA MONTALVO HERNÁNDEZ.

ASESOR DE TESIS:

FERNANDO GARCÍA AGUIRRE.

VOZ EN OFF:

CARLOS CONTRERAS.

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL

"Yo pienso que ha sido una prenda representativa de cada cambio; de verse diferente".

"Esto no es para una sola clase social sino que ya es para todas las clases sociales aunque ya hay religiones que lo prohíben".

" Es una forma de aceptación".

"Es algo global como que es algo muy cómodo, como que es algo que aunque esté sucio aparenta no verse tan sucio".

CHISPA MUSICAL

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACIÓN.

Es así como en ires y venires los primeros jeans del mundo cierran una página más por el tiempo, dando así nueva vida a la historia que no se acaba

RUBRICA REGISTRA HASTA
INDICACIÓN

VIDEO

AUDIO

STOCK:

Vaselina (Película)
The Doors (Película)
Los caprichos de la moda (Película)
Video espacio 97 (Televisa)
Video promocional Levi's
Programa paso a paso (Televisa)

E.N.E.P ARAGÓN
JUNIO 1998
D.R.

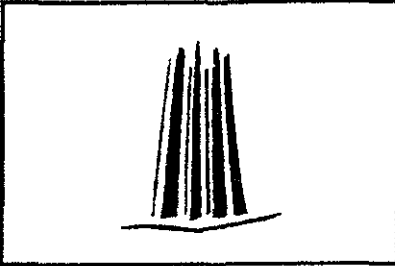
F.I.



TOMA 1 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 9"
CU ESCUDO DE LA UNAM.

F.I. REGISTRA RUBRICA 39" Y
DESAPARECE

C.D.



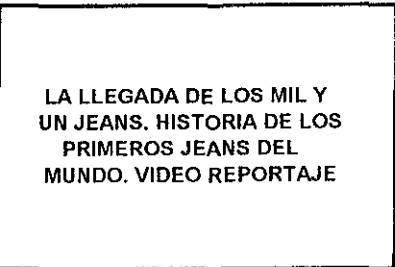
TOMA 2 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 14"
CU TORRES DE ARAGON.

DISOLVENCIA.



TOMA 3 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 3"
SUPER SOBRE FONDO AZUL.

CORTE DIRECTO.



TOMA 4 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 9"
Super sobre fondo de mezclilla.

CORTE DIRECTO.

QUE PARA OBTENER EL
TITULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO

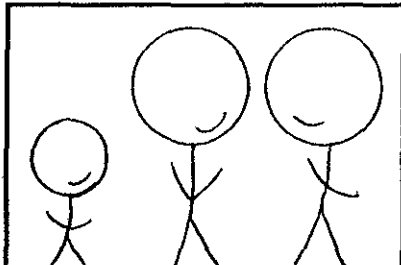
PRESENTA

YADIRA MONTALVO HERNÁNDEZ

TOMA 5 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 11"

Super sobre fondo mezclilla.

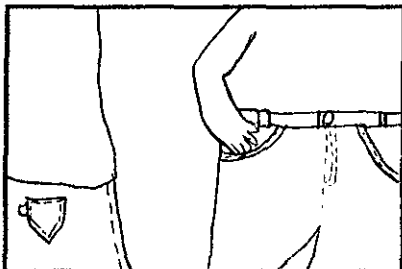
ROTACIÓN 1630



TOMA 6 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

FS de pareja caminando.

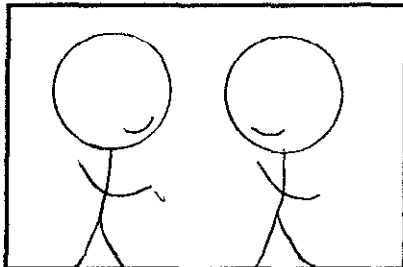
DISOLVENCIA.



TOMA 7 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

MS de chicos con jeans en un salón
de juegos.

DISOLVENCIA.

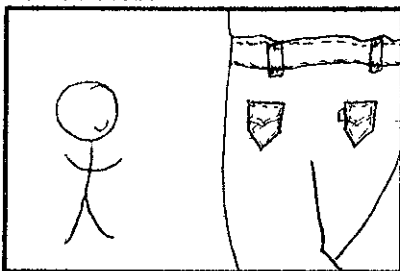


TOMA 8 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

FS de pareja caminando.

**F.I. RUBRICA ENTRA 3", REGISTRA 6" Y
BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.**

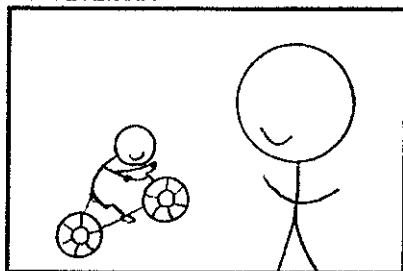
DISOLVENCIA



TOMA 9 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

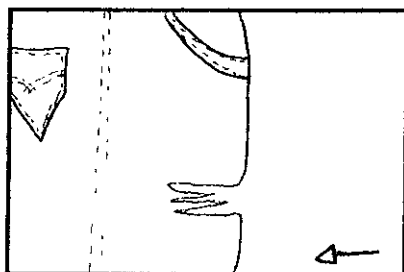
**FS de niña con jeans y
MS de joven con jeans en juegos de
destreza.**

DISOLVENCIA



TOMA 10 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

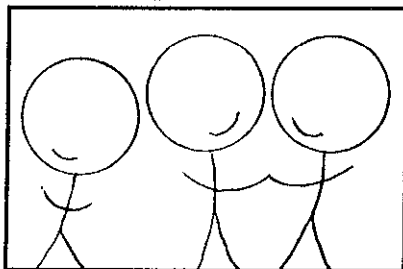
FS chicos en bicicleta con jeans.



TOMA 11 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

MS de chico con jeans rotos y pan left.

DISOLVENCIA.



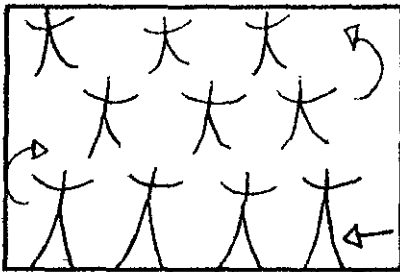
TOMA 12 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

FS chico y pareja con jeans caminando.

VOZ EN OFF: Han pasado ya 148 años desde que los jeans se crearon; y a pesar que en su inicio nadie los usaba como artículo de moda, hoy en día, es raro conocer a alguien que no se haya puesto unos pantalones de mezclilla

**ESTÁ TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

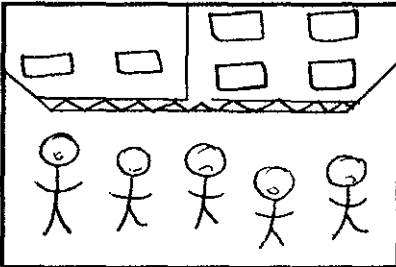
DISOLVENCIA



TOMA 13 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

MS de gente con jeans en una fila y pan left.

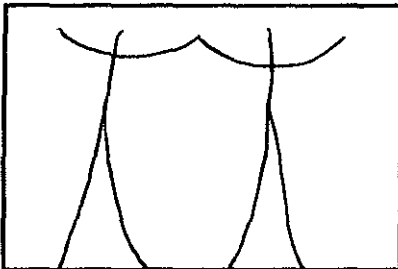
DISOLVENCIA



TOMA 14 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

LS de Plaza de la Constitución, gente caminando.

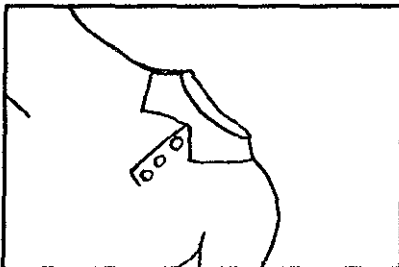
DISOLVENCIA.



TOMA 15 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

MS de pareja con jeans en un parque de diversiones.

ROTACION 1600

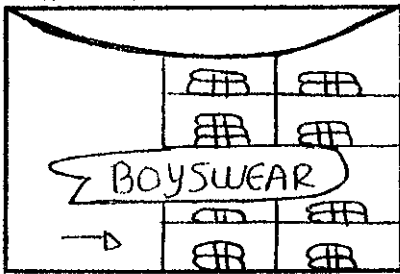


TOMA 16 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

CU de camisa.

F.I. RUBRICA REGISTRA 8" Y BAJA A FONDO.

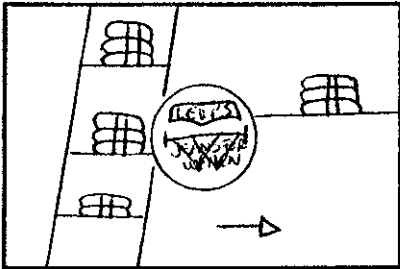
CORTE DIRECTO.



TOMA 17 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS tienda de jeans con pan right.

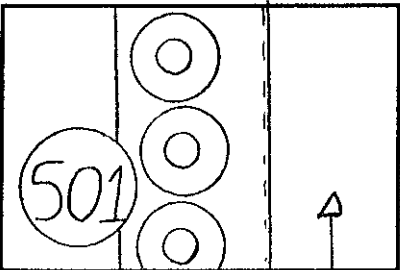
CORTE DIRECTO



TOMA 18 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS diseños de jeans para mujer con pan right.

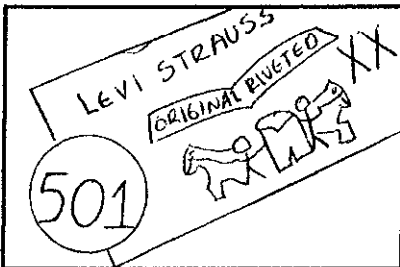
DISOLVENCIA.



TOMA 19 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

CU de botones del jeans con tilt up.

DISOLVENCIA.

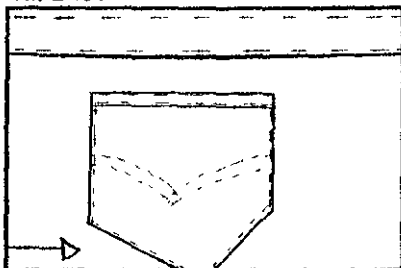


TOMA 20 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

CU de etiqueta dos caballos.

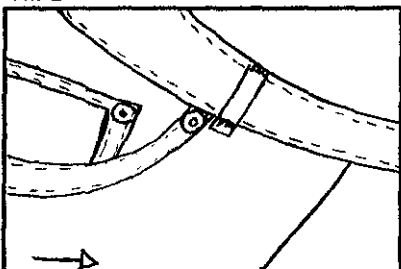
Sin embargo, aunque la mayoría los hemos usado alguna vez, poco sabemos de ellos, de todo aquello que los envuelve y al mismo tiempo se pierde en lo cotidiano del tiempo

WIPE 104



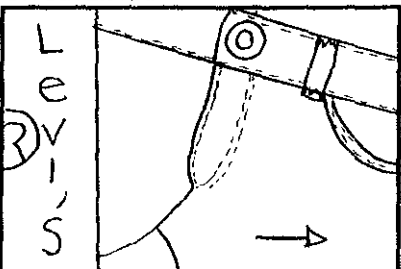
TOMA 21 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CU bolsa trasera del jeans con pan right.

WIPE 8



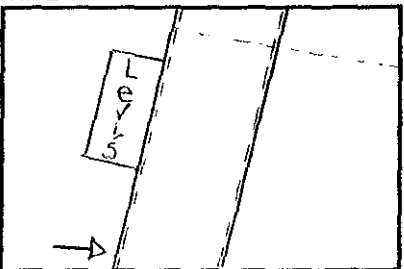
TOMA 22 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
CU bolsa, frente del jeans con pan right.

DISOLVENCIA.



TOMA 23 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
CU botón, frente del jeans con pan right.

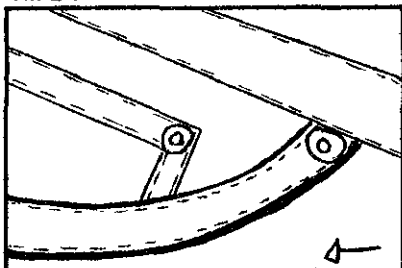
WIPE 1



TOMA 24 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
CU del tap del jeans, bolsa trasera del
jeans con pan right.

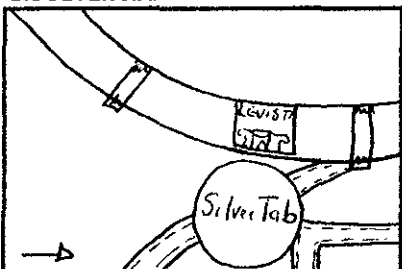
F.J. RUBRICA REGISTRA 8" Y BAJA A FONDO

WPE 6



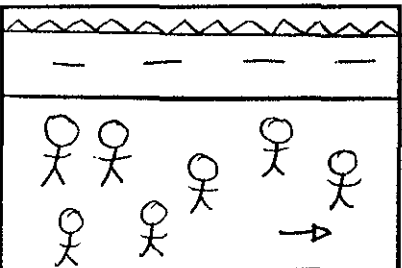
TOMA 25 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
CU bolsa derecha del frente del jeans
con pan left

DISOLVENCIA.



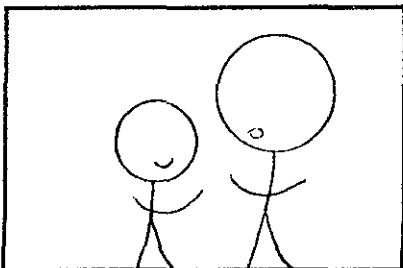
TOMA 26 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
CU parte trasera del jeans de mujer
con pan right.

SLIDE 1822



TOMA 27 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
LS Plaza de la Constitución con pan right.

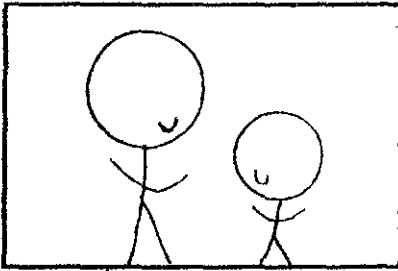
SPLIT 1329



TOMA 28 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de niño y señora con jeans en unidad
habitacional.

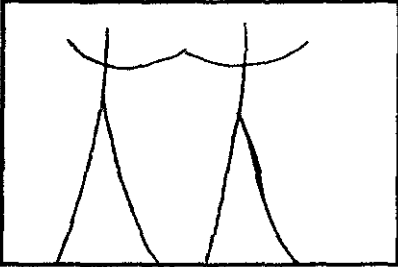
Nuestra década nos ha enseñado a vivir y vestir con la situación que enfrentamos, no importando edad, ni color, sólo buscar lo que va al día.

SPLIT 1349



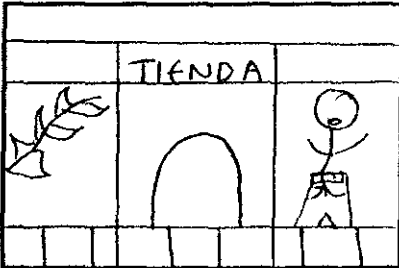
TOMA 29 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
FS de señor y niña con jeans en un
panteón.

SPLIT 1349



TOMA 30 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
MS de pareja con jeans en chapultepec.

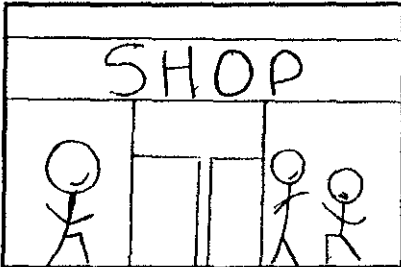
WIPE 22



TOMA 31 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS de la tienda de jeans.

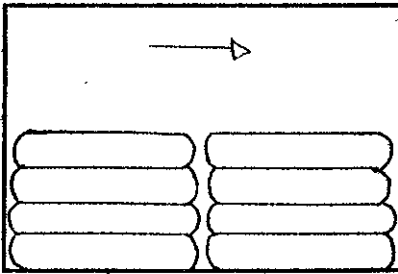
F.I. RUBRICA REGISTRA 7" Y BAJA A FONDO.

DISOLVENCIA.



TOMA 32 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
Zoom back a LS de tienda de ropa.

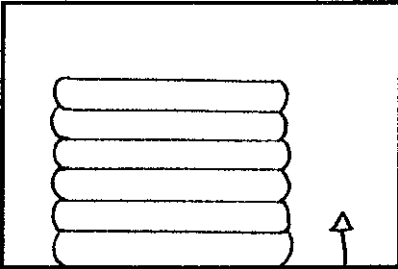
DISOLVENCIA.



TOMA 33 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 1"

Pan right de diseños de jeans.

DISOLVENCIA.

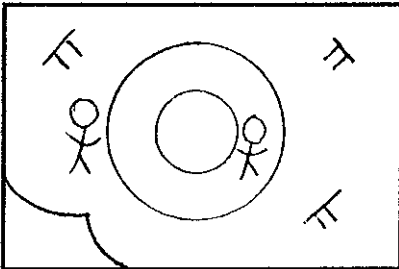


TOMA 34 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

Tilt up de diseños de jeans.

Colores, formas, estilos y combinaciones son parte de nuestra vida diaria, donde ni siquiera pensamos el origen de lo que portamos, sabemos que existe pero no por qué o debido a qué surgió. Es por esto que los jeans nos llevan en un viaje atrás en el tiempo.

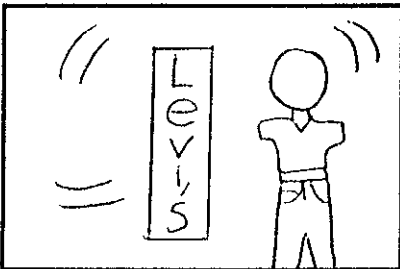
WIPE 900.



TOMA 35 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

Picada de planta baja de centro comercial, efecto de página.

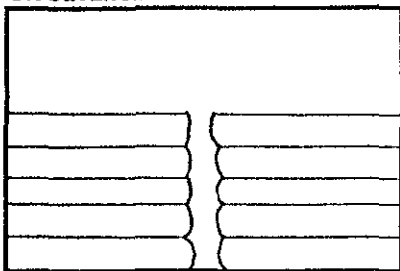
DISOLVENCIA.



TOMA 36 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

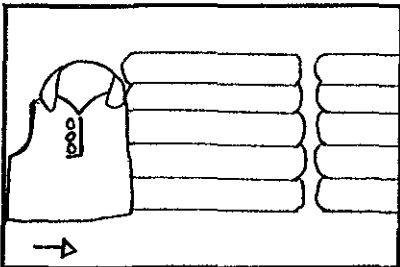
Zoom back de diseños de jeans y camisas.

DISOLVENCIA.



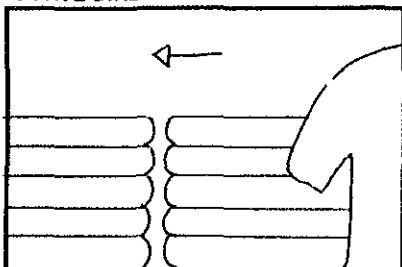
TOMA 37 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 1"
Zoom back de jeans.

CORTE DIRECTO.



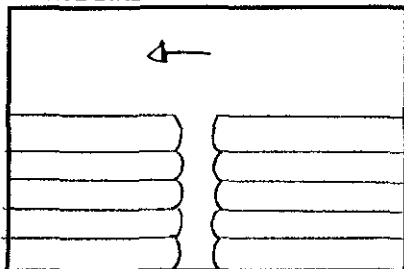
TOMA 38 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
Pan right de diseños de jeans.

CORTE DIRECTO.



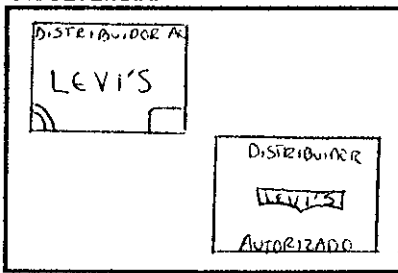
TOMA 39 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
Pan left de diseños de jeans y blusas.

CORTE DIRECTO



TOMA 40 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
Pan left de diseños de jeans.

DISOLVENCIA.



TOMA 41 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

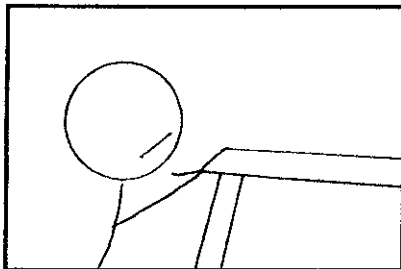
Placas entrando a cuadro.



TOMA 42 CÁMARA ESTUD. TIEMPO 4"

FADE IN

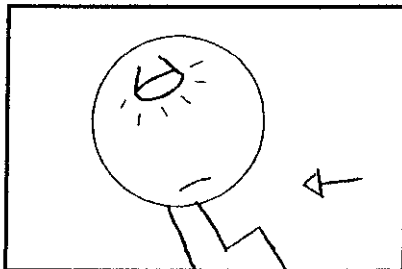
WPE 104.



TOMA 43 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

MS minero con maquinaria perforando mina.

CORTE DIRECTO



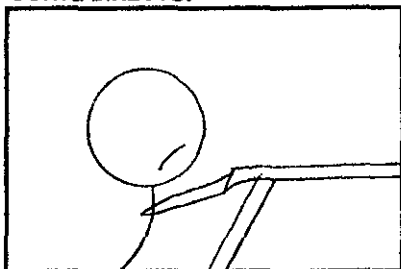
TOMA 44 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

CU de minero con pan left cavando mina.

EFECTO DE RELOJ.

**F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.**

CORTE DIRECTO.



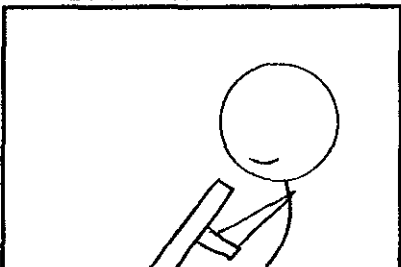
TOMA 45 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS de minero cavando.

CORTE DIRECTO.



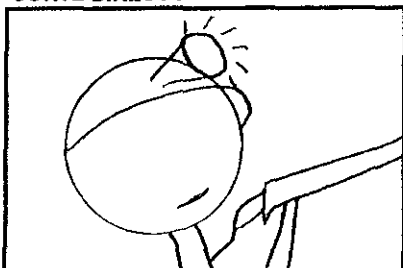
TOMA 46 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU de minero cavando.

CORTE DIRECTO.



TOMA 47 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
MS minero cavando parte baja de la mina.

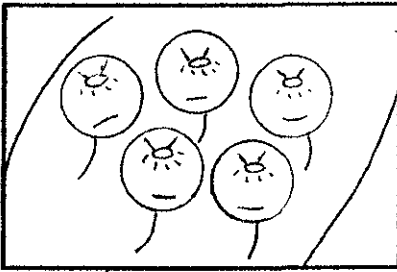
CORTE DIRECTO



TOMA 48 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
CU de minero cavando.

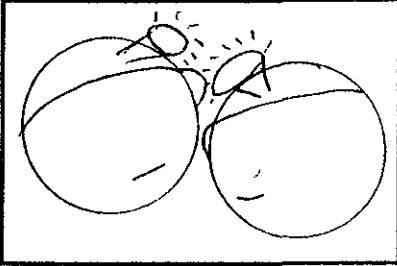
Todo empezó con la "necesidad" de los gambusinos por encontrar una prenda que les aguantara el paso en su trabajo, hecha con un material que no se desgarrara ni se echara a perder.

CORTE DIRECTO.



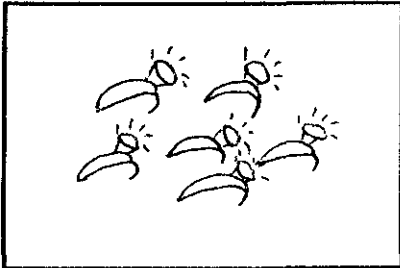
TOMA 49 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS de mina.

CORTE DIRECTO.



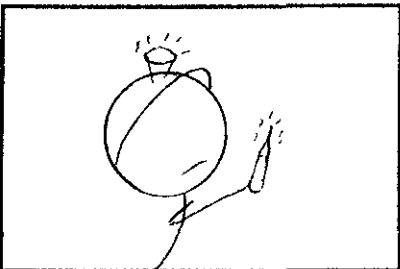
TOMA 50 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU de mineros.

CORTE DIRECTO.



TOMA 51 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS de la mina.

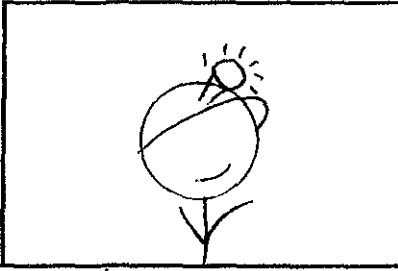
CORTE DIRECTO



TOMA 52 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS gambusino colocando dinamita.

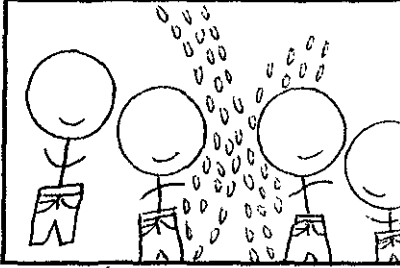
F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y BAJA A FONDO.

CORTE DIRECTO.



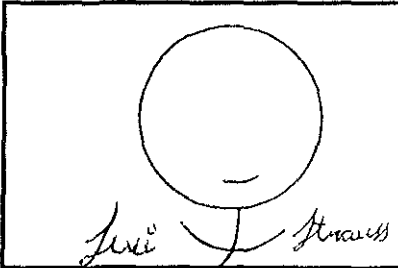
TOMA 53 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS de minero accionando la dinamita.

WIPE 21



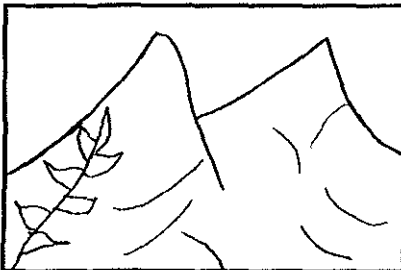
TOMA 54 CÁMARA STOCK TIEMPO 7"
LS mineros trabajando en riachuelos,
imagen mezclada con lluvia.

WIPE 900,



TOMA 55 CÁMARA STOCK TIEMPO 8"
Zoom back de Levi Strauss con super
de su nombre.

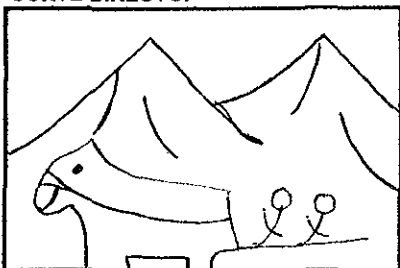
DISOLVENCIA.



TOMA 56 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS de imagen del oeste.

Levi Strauss fue quien dio la solución, en 1850, fabricando overoles de lona café, los primeros jeans del mundo, pero nunca imaginó que su idea se llegara a convertir en una gran industria, actualmente conocida y reconocida mundialmente Levi's es su nombre.

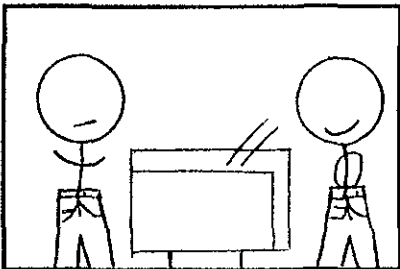
CORTE DIRECTO.



TOMA 57 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"

LS de imagen del oeste, entrando a campo caballo jalando volanta.

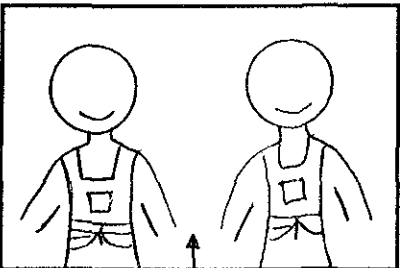
CORTE DIRECTO



TOMA 58 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

Two shot en FS con zoom in de mineros.

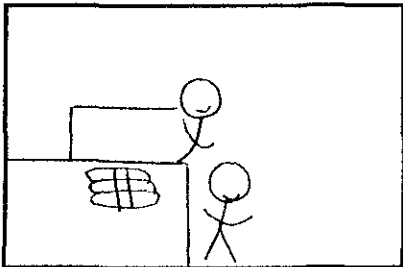
DISOLVENCIA.



TOMA 59 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"

Two shot de mineros con tilt up.

DISOLVENCIA.

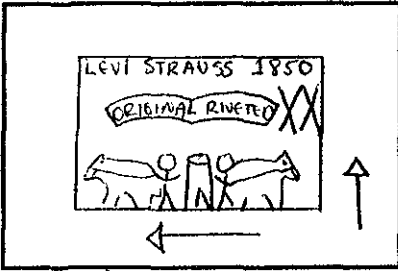


TOMA 60 CÁMARA STOCK TIEMPO 6"

LS del taller de jeans con pan right.

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

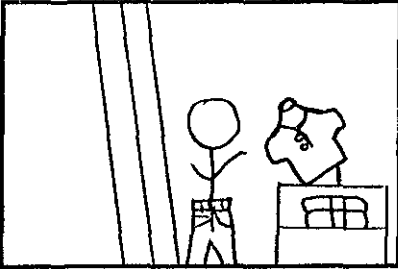
DISOLVENCIA.



TOMA 61 CÁMARA STOCK TIEMPO 6"

Mezclilla de fondo con pan left y
entrando a cuadro etiqueta de abajo hacia
arriba con zoom in.

SLIDE 1824,

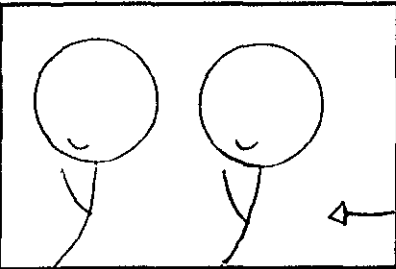


TOMA 62 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

LS de exhibición de jeans.

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.

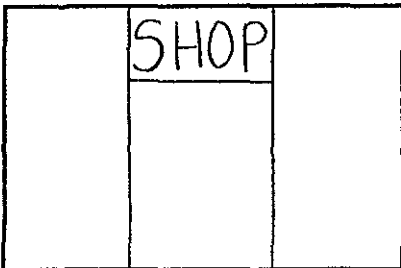


TOMA 63 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

Two shot con pan left de jóvenes en tienda.

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.



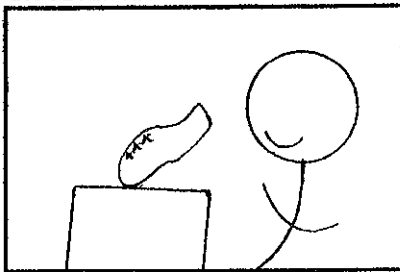
TOMA 64 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS de tienda de jeans, fachada.

PUENTE MUSICAL.

PUENTE MUSICAL (30")

DISOLVENCIA.

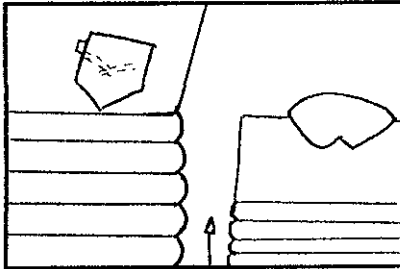


TOMA 65 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS del mostrador de tienda.

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.

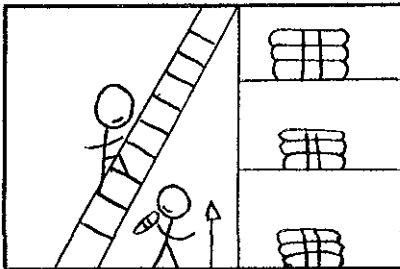


TOMA 66 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"

Tilt up de jeans con camisas.

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.

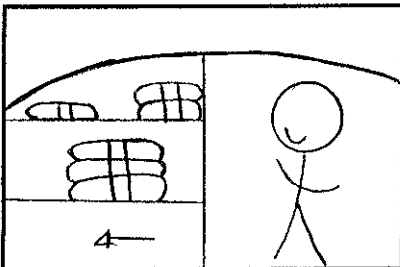


TOMA 67 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"

Tilt up de jeans en exhibición, FS de chicos

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.

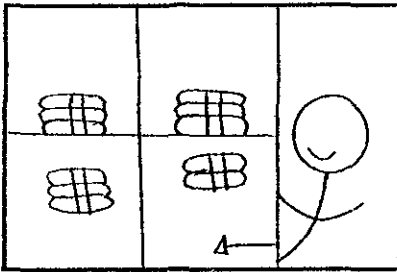


TOMA 68 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

LS con pan left de jeans.

PUENTE MUSICAL.

CORTE DIRECTO.

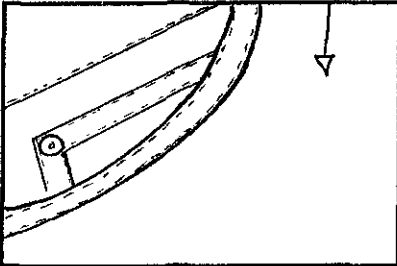


TOMA 69 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

Pan left de jeans, chica en MS

PUENTE MUSICAL.

DISOLVENCIA.

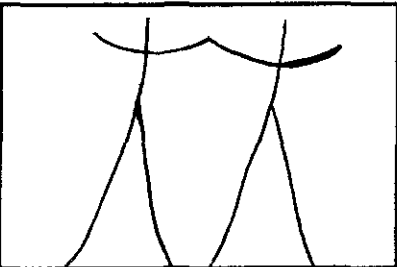


TOMA 70 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"

CU con tilt dawn de la bolsa delantera de jeans.

PUENTE MUSICAL.

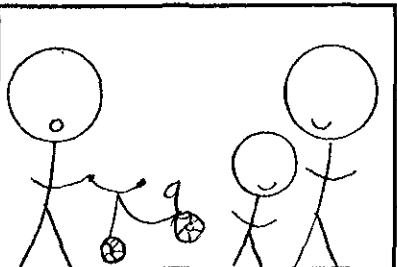
SPLIT 1370



TOMA 71 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

MS de pareja con jeans en chapultepec.

SPLIT 1385

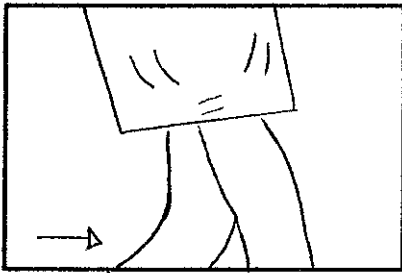


TOMA 72 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

FS de pareja y niña con jeans en un panteón.

F.J. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4" Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE HASTA INDICACIÓN.

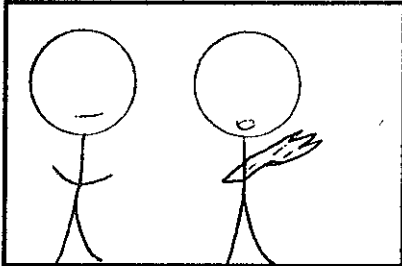
CORTE DIRECTO



TOMA 73 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

**MS con pan right de chica con
jeans caminando.**

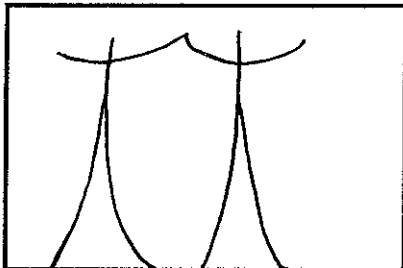
COMPRESSION 1511



TOMA 74 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

**FS de señor y joven con jeans en un
panteón.**

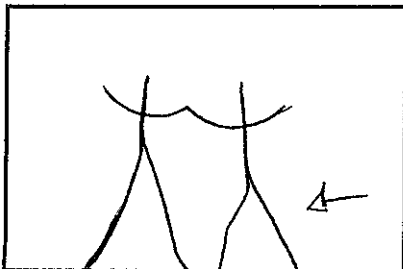
COMPRESSION 1514



TOMA 75 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

**MS de pareja con jeans en un parque de
diversiones.**

CORTE DIRECTO

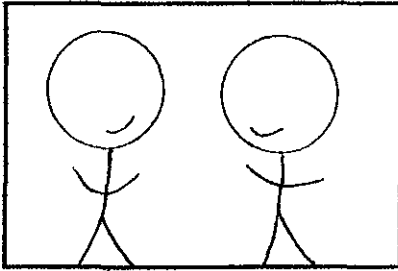


TOMA 76 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"

**FS con pan left de chicos con jeans
caminando.**

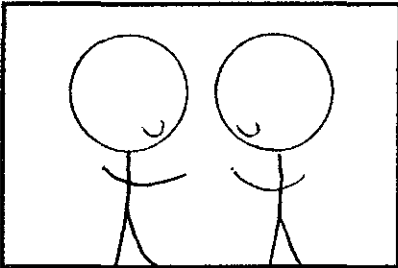
Los jeans no quedaron atrás como la historia, su época dorada sigue deslumbrando y con ella una realidad: el uso de la prenda en diversas situaciones informales y la flexibilidad de uso en cada época.

DISOLVENCIA.



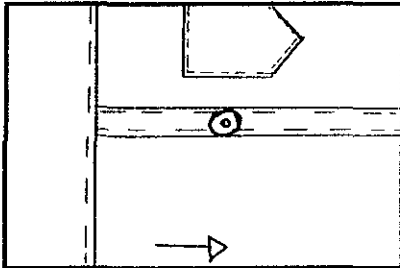
TOMA 77 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de mujeres caminando con jeans.

COMPRESSION 1520



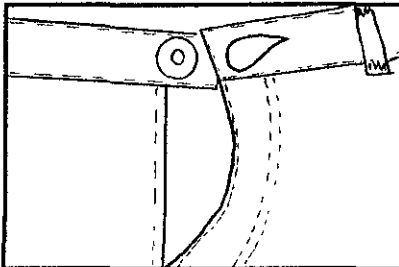
TOMA 78 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de pareja con jeans en un parque de diversiones.

DISOLVENCIA.



TOMA 79 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 6"
Pan right de un jeans gigante en un
parque de diversiones.

CORTE DIRECTO

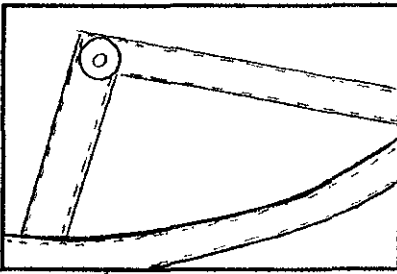


TOMA 80 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
CU frente del jeans.

F.I. RUBRICA REGISTRA 5" Y BAJA A FONDO.

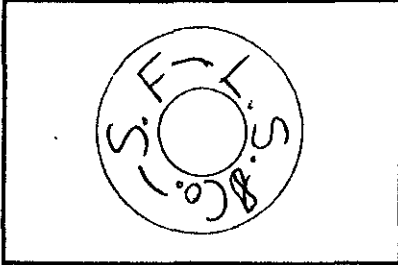
Justo a tiempo el peto del pantalón original se oculta, 1873 fue decisivo para un cambio total de color y durabilidad, colocando broches a presión en lugares clave y ribetes, permitiendo más comodidad y un avance en la continua historia.

DISOLVENCIA.



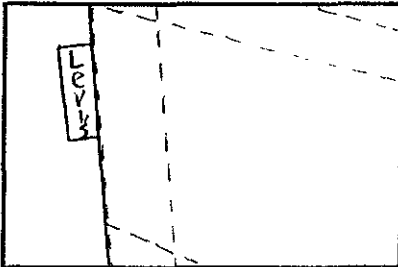
TOMA 81 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
CU broches y ribetes del jeans, bolsa
delantera.

DISOLVENCIA.



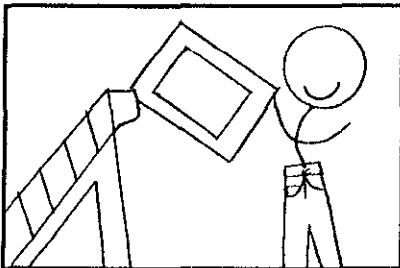
TOMA 82 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
CU broche de cobre.

DISOLVENCIA.



TOMA 83 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
CU bolsa trasera y tap.

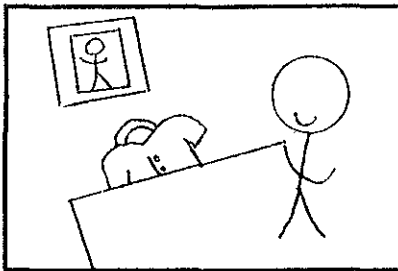
SPLIT 1340



TOMA 84 CÁMARA STOCK TIEMPO 6"
LS tienda, imagen de cuadros.

F.I. RUBRICA REGISTRA 10" Y DESAPARECE

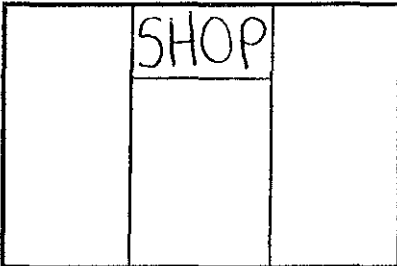
DISOLVENCIA.



TOMA 85 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS tienda.

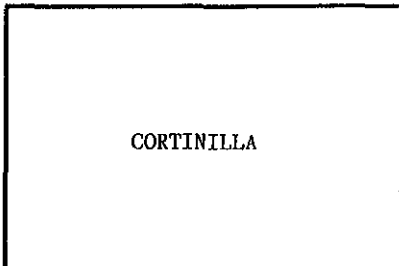
DISOLVENCIA.



TOMA 86 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS tienda, fachada.

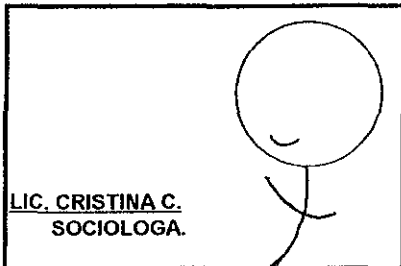
CORTE DIRECTO.



TOMA 87 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

WPE 11



TOMA 88 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 16"

**MS de la socióloga Cristina Camacho,
entrevista con super.**

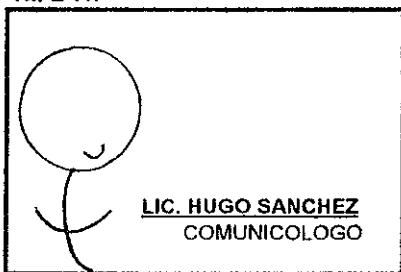
FADE OUT

CHISPA MUSICAL.

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL

" Considero que es una prenda versátil,
cómoda, que permite mucha movilidad y
que afortunadamente se puede usar ya en
algunos lugares formales y en otros informales "

WIPE 11.

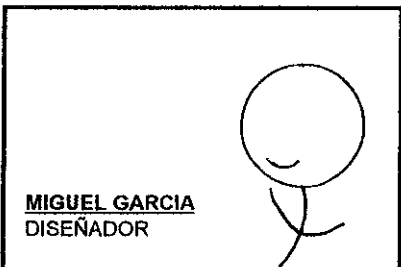


TOMA 89 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 19"

MS del comunicólogo Hugo S.,

entrevista con super.

WIPE 11

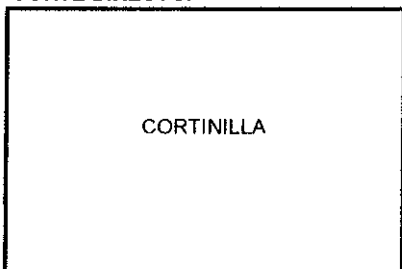


TOMA 90 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 19"

MS del diseñador Miguel García,

entrevista con super.

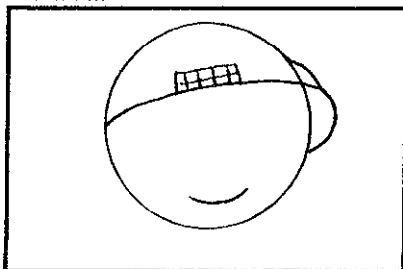
CORTE DIRECTO.



TOMA 91 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

WIPE 312



TOMA 92 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

CU chica modelando.

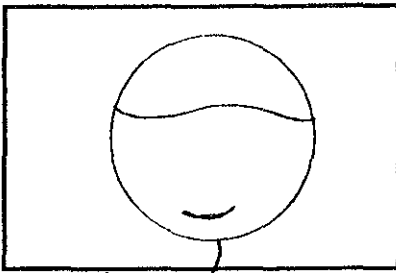
"Prodría decirse que es una prenda informal, una prenda ligera, una prenda cómoda, que representaría a... pues la ligereza, la libertad, la antesolemnidad, ya no sólo típica de los jóvenes, sino también de muchos adultos "

Tiene una característica muy especial en cuanto son de mezcilla, son resistentes, son bastante lavables, son muy cómodos... ... su estilo, su forma, su textura, se adapta a cualquier tipo de muchachos, jóvenes, niños, adultos como yo.

CHISPA MUSICAL

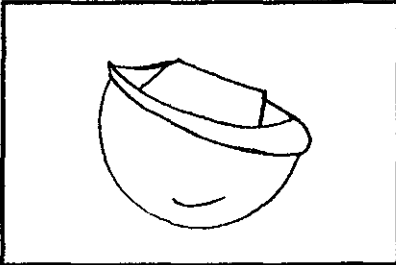
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.

CORTE DIRECTO



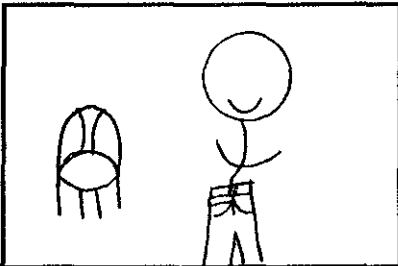
TOMA 93 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU chica modelando.

CORTE DIRECTO.



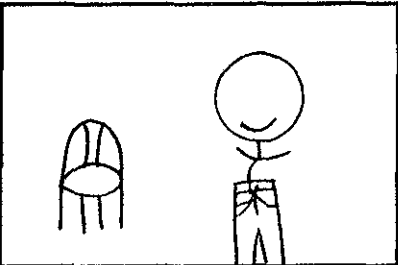
TOMA 94 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de chica modelando con sombrero.

CORTE DIRECTO.



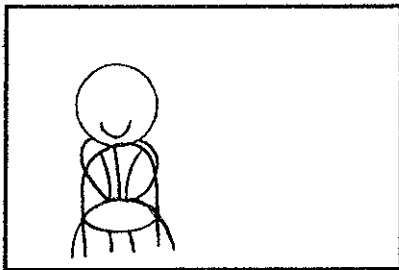
TOMA 95 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS de chica bailando con jeans.

CORTE DIRECTO



TOMA 96 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chica bailando con jeans floreados.

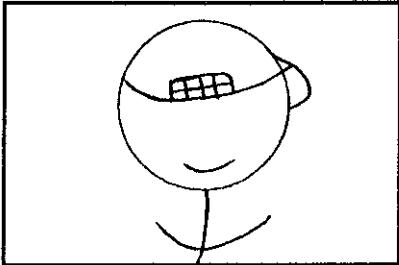
CORTE DIRECTO.



TOMA 97 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

FS chica sentada.

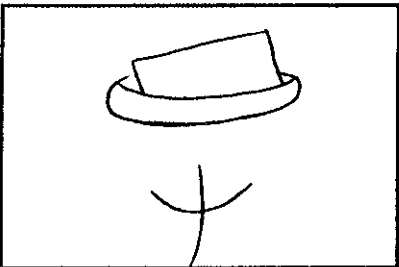
CORTE DIRECTO.



TOMA 98 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

MS chica bailando.

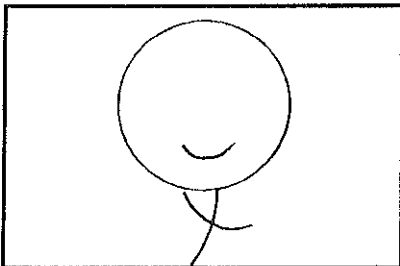
CORTE DIRECTO.



TOMA 99 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

**MS chica bailando, posición de
espalda a la cámara.**

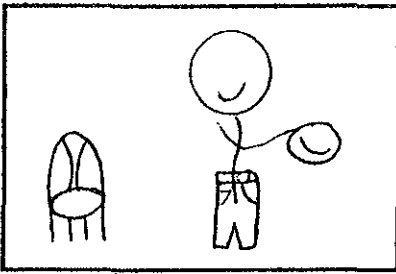
CORTE DIRECTO.



TOMA 100 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

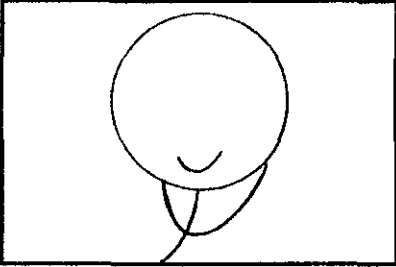
MS chica bailando.

CORTE DIRECTO.



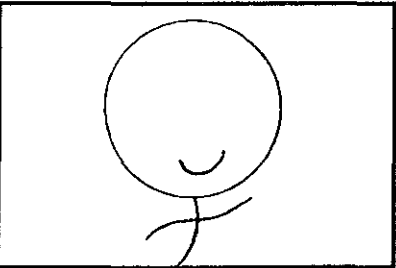
TOMA 101 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chica bailando.

CORTE DIRECTO.



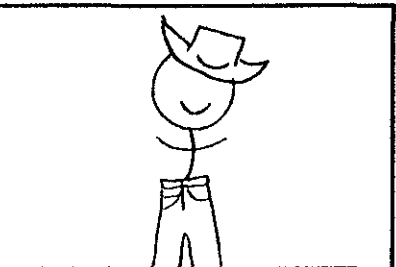
TOMA 102 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS chica bailando.

CORTE DIRECTO.



TOMA 103 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS chica bailando.

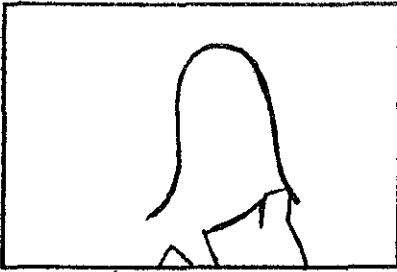
CORTE DIRECTO.



TOMA 104 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS de chica bailando.

Los cambios en la imagen de los jeans permitían adaptarse al tiempo y a las necesidades e ideologías del hombre, sin perder su esencia: existir.

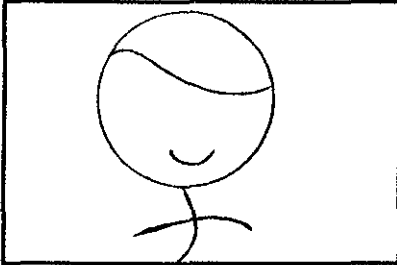
CORTE DIRECTO.



TOMA 105 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

MS chica bailando, se encuentra de espalda a la cámara.

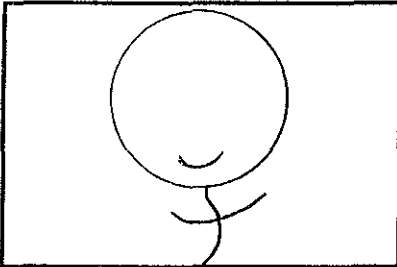
CORTE DIRECTO.



TOMA 106 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

MS chica bailando.

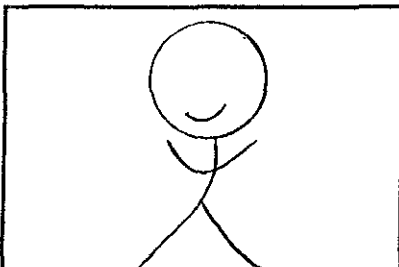
CORTE DIRECTO.



TOMA 107 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

MS chica bailando.

CORTE DIRECTO.

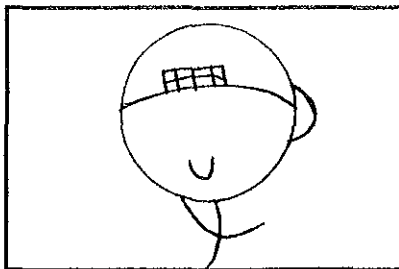


TOMA 108 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

FS chica bailando.

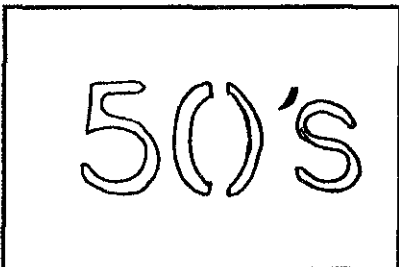
F.I. RUBRICA 10"

CORTE DIRECTO.



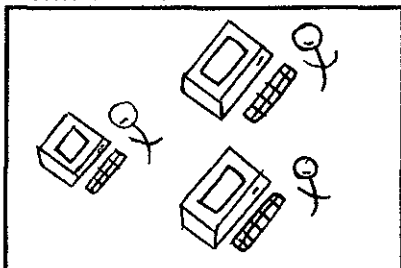
TOMA 109 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS chica modelando sentada.

WIPE 24



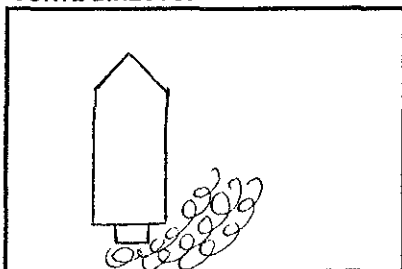
TOMA 110 CÁMARA STOCK TIEMPO 6"
Super de los 50's con back de imágenes de la época.

CORTE DIRECTO.



TOMA 111 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS de la central satelital.

CORTE DIRECTO.

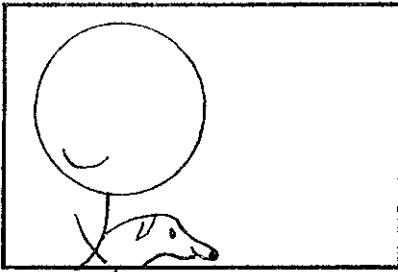


TOMA 112 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS cohete en despegue.

CROSS FADE A FONDO.

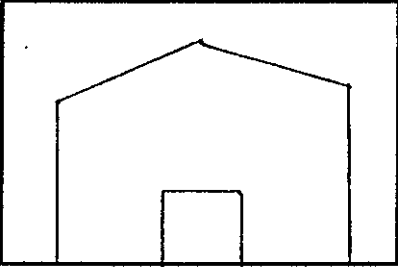
La libertad del hombre extendía fronteras innovando formas de vestir, dando paso a lo práctico y cómodo, adaptándose a todas y cada una de las situaciones, provocando, en la década de los 50's, que México se vistiese de azul con el reflejo norteamericano, permitiendo que la mezclilla y el rock and roll unieran sus vidas, todo gracias al símbolo de rebeldía James Dean, quien ante una sociedad asfixiante daba una nueva visión del vestir usando los jeans más ajustados y doblados hacia arriba, dando el toque a lo "Dean".

CORTE DIRECTO.



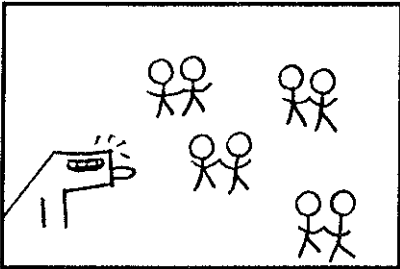
TOMA 113 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS del niño con su perro.

CORTE DIRECTO.



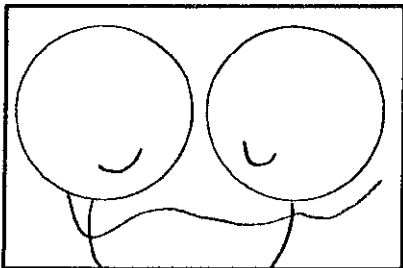
TOMA 114 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS de fábrica.

ROTACION 1630.



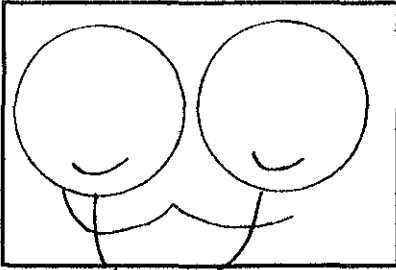
TOMA 115 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
LS con zoom in del baile de los 50's.

DISOLVENCIA.



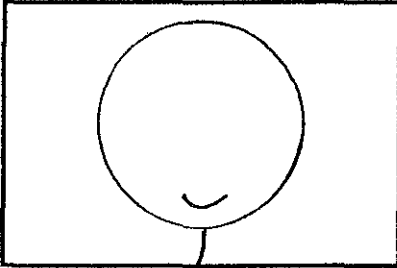
TOMA 116 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
MS pareja bailando.

CORTE DIRECTO.



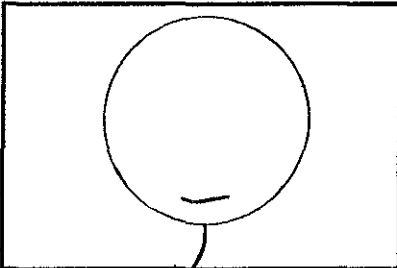
TOMA 117 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS pareja bailando.

SLIDE 1824.



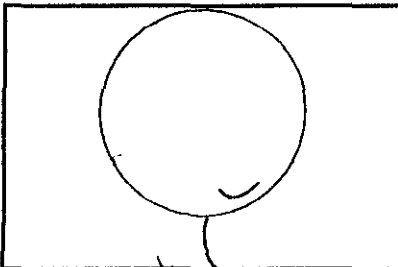
TOMA 118 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



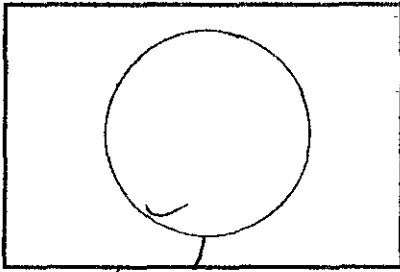
TOMA 119 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



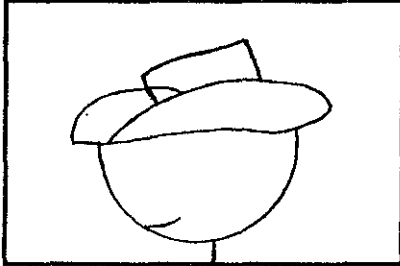
TOMA 120 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



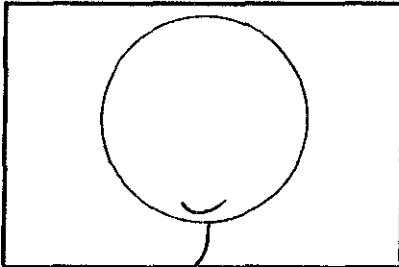
TOMA 121 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



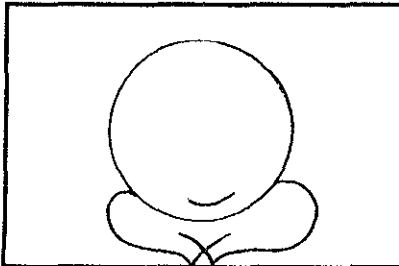
TOMA 122 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



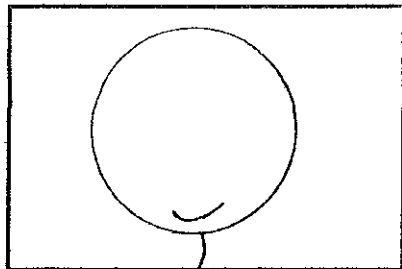
TOMA 123 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



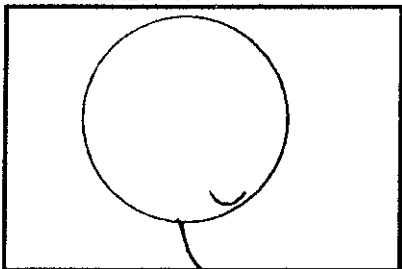
TOMA 124 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Acercamiento con zoom in a
James Dean.

CORTE DIRECTO.



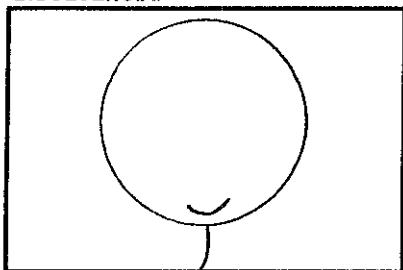
TOMA 125 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



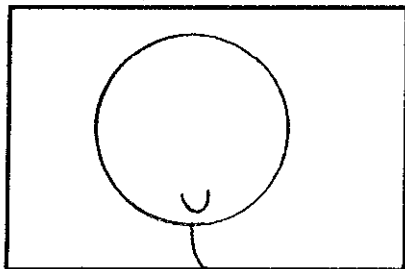
TOMA 126 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
CU de James Dean.

DISOLVENCIA.



TOMA 127 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
CU de James Dean.

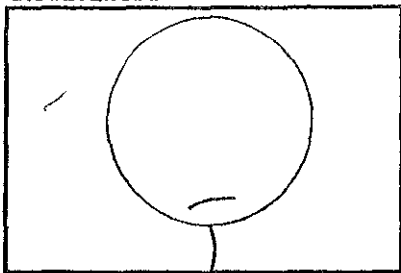
DISOLVENCIA.



TOMA 128 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
Zoom in de James Dean a CU.

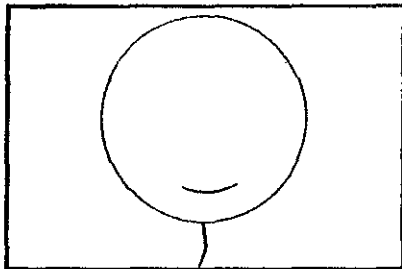
F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

DISOLVENCIA.



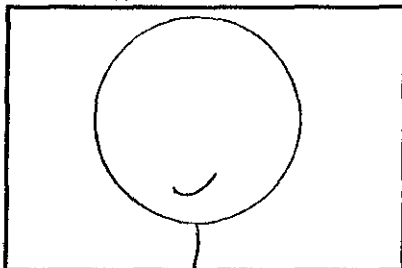
TOMA 129 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



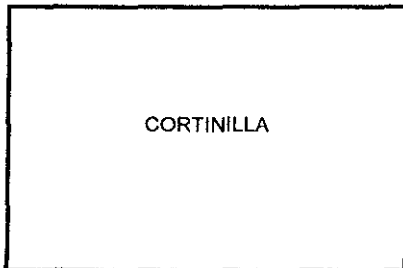
TOMA 130 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
CU de James Dean.

CORTE DIRECTO.



TOMA 131 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
CU de James Dean.

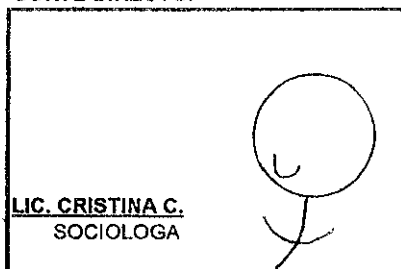
CORTE DIRECTO.



TOMA 132 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA.

CHISPA MUSICAL

CORTE DIRECTO.

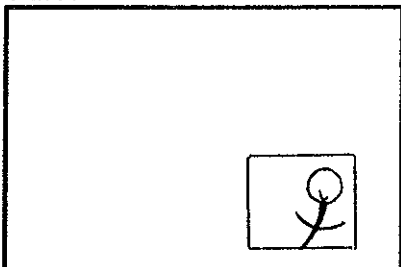


LIC. CRISTINA C.
SOCIOLOGA

TOMA 133 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 10"

MS de la socióloga Cristina Camacho,
entrevista con super.

P IN P.



TOMA 134 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 11"

Back de imágenes del rock and roll,
recuadro en primer plano la
entrevista con socióloga en MS.

CORTE DIRECTO.

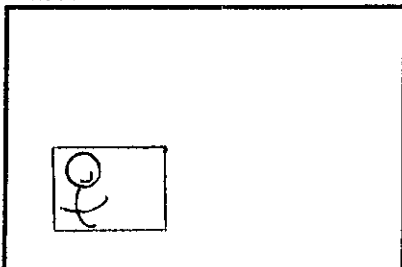


LIC. HUGO SANCHEZ.
COMUNICOLOGO

TOMA 135 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 7"

MS de comunicólogo Hugo S.,
entrevista con super.

P IN P.



TOMA 136 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 7"

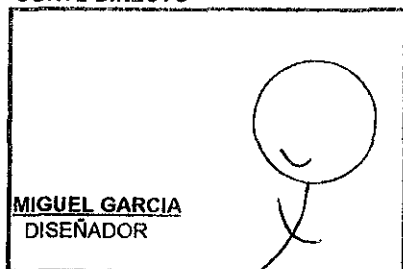
Back de imagen del rock and roll,
recuadro en primer plano la entrevista
con comunicólogo en MS.

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

"Es el inicio de los chicos rebeldes de la moto y la chamarra de cuero, los pantalones de mezclilla, independiente, libre, atrevido, temerario para algunas cosas, y siempre esa es la identificación que se da y que se pretende copiar "

"Finalmente esta prenda se asociaba con el pelo largo, con la minifalda, con toda una serie de transmisiones morales, sociales, culturales y demás."

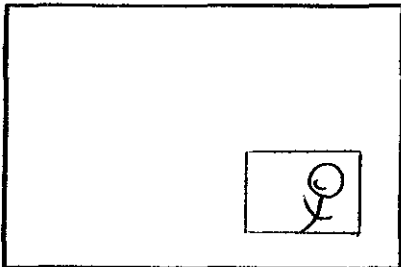
CORTE DIRECTO



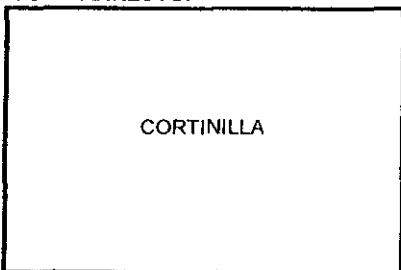
MIGUEL GARCIA
DISEÑADOR

TOMA 137 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 8"
MS de diseñador Miguel García,
entrevista con super.

P IN P.



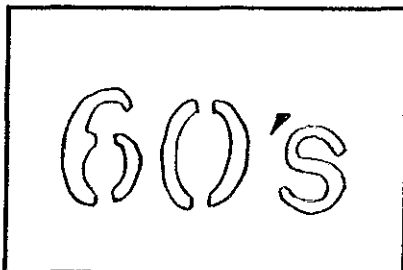
TOMA 138 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 8"
Back de imágenes del rock and roll,
recuadro en primer plano la entrevista
con diseñador en MS.
CORTE DIRECTO.



CORTINILLA

TOMA 139 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA.

WIPE 24



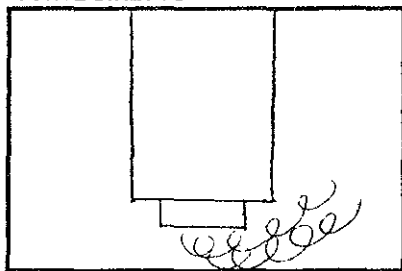
TOMA 140 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
Super de los 60's con back de imágenes
de la época.

"Nosotros estamos en un país como es México y esos cambios revolucionarios en cuestión de ropa, en cuestión de ideas, en cuestión de música ..
.. la sociedad no lo acepta, no lo asimilaba, venimos siendo una copia, una recalca de los gringos, quienes nos traen todas las modas "

CHISPA MUSICAL

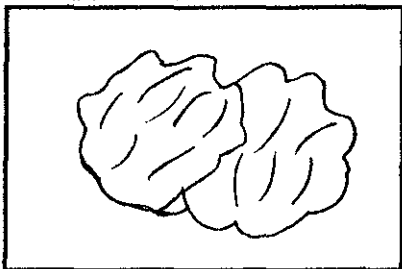
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3". REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3". PERMANECE
HASTA INDICACION.

CORTE DIRECTO



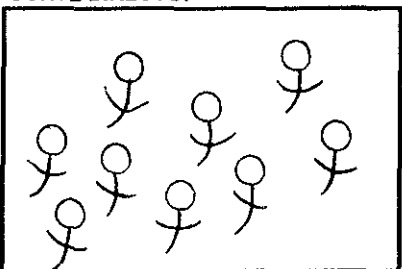
TOMA 141 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
LS cohete despegando.

CORTE DIRECTO.



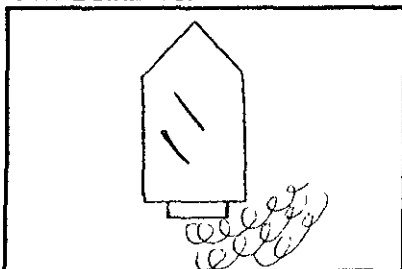
TOMA 142 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS humo del cohete.

CORTE DIRECTO.



TOMA 143 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS Gente viendo el despegue.

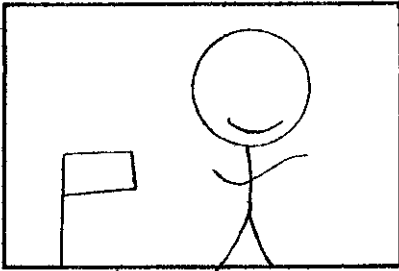
CORTE DIRECTO.



TOMA 144 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS cohete elevándose.

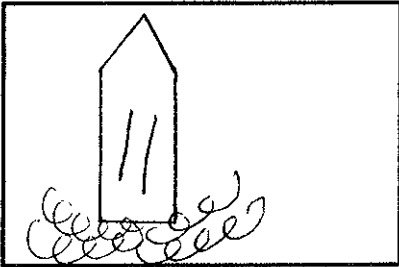
Con esto en 1966 es cuando los primeros jeans del mundo hacen su llegada a México y de ahí en adelante marcan su historia en transformaciones de estilos y colores.

CORTE DIRECTO.



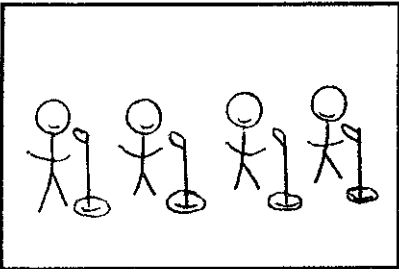
TOMA 145 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS Astronauta.

CORTE DIRECTO.



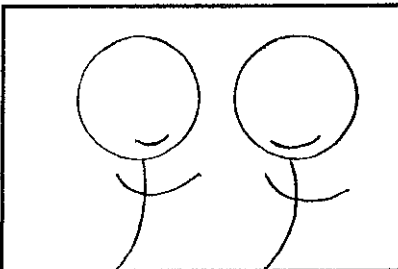
TOMA 146 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS Cohete despegando.

WIPE 804.



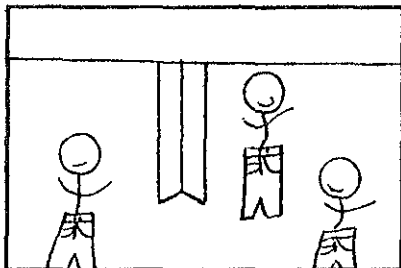
TOMA 147 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS escenario, cantando The Beatle.

CORTE DIRECTO.



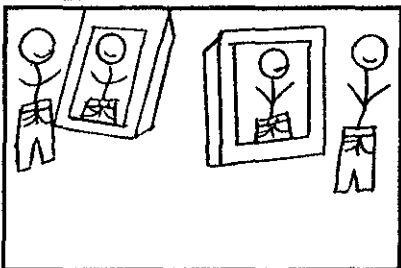
TOMA 148 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Plano americano, chicas en escenario bailando.

CORTE DIRECTO.



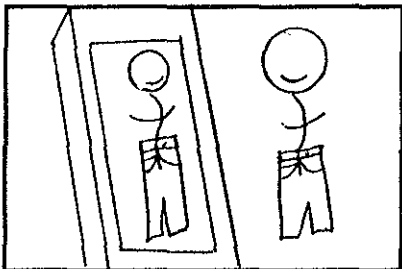
TOMA 149 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS tienda, jóvenes con jeans acampandos.

DISOLVENCIA.



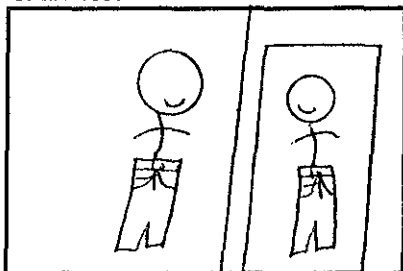
TOMA 150 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chicos mirándose al espejo.

CORTE DIRECTO.



TOMA 151 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chico mirándose al espejo.

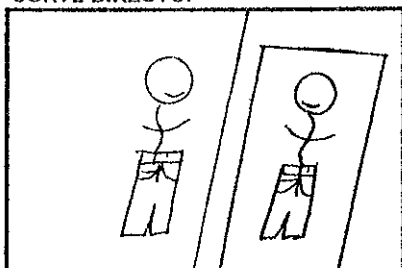
SPLIT 1330



TOMA 152 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
FS chica probándose jeans frente
al espejo.

F.J. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

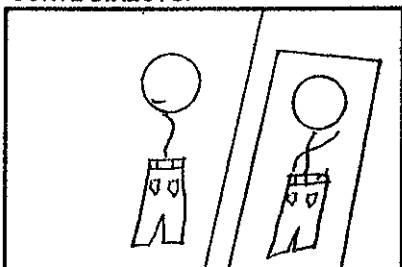
CORTE DIRECTO.



TOMA 153 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

FS chica probándose jeans frente al espejo.

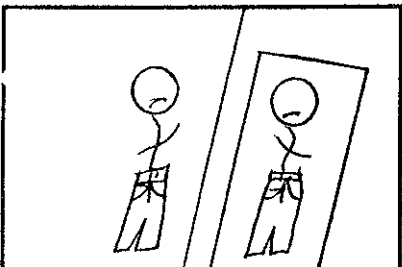
CORTE DIRECTO.



TOMA 154 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

FS chica probándose jeans frente al espejo.

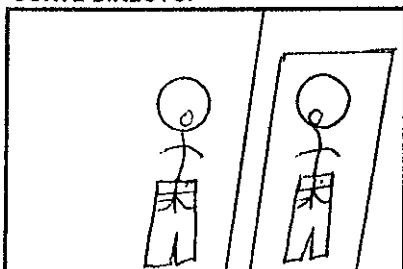
CORTE DIRECTO.



TOMA 155 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

FS chica probándose jeans frente al espejo.

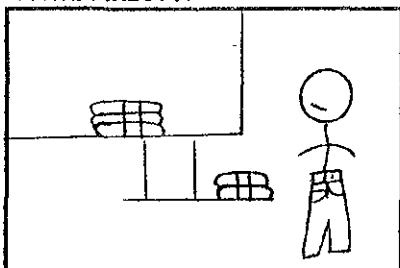
CORTE DIRECTO.



TOMA 156 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

FS chica probándose jeans frente al espejo.

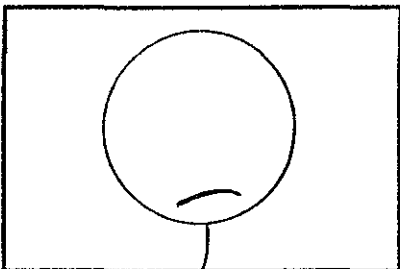
CORTE DIRECTO.



TOMA 157 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

LS tienda, FS de chica viendo jeans.

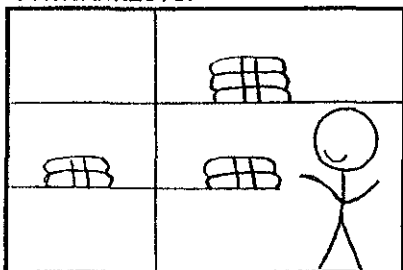
CORTE DIRECTO.



TOMA 158 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

CU chico en tienda de jeans.

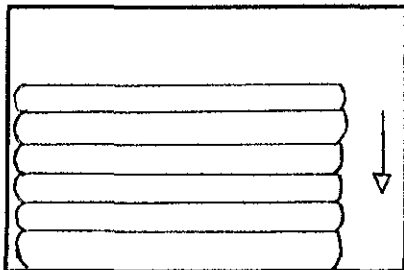
CORTE DIRECTO.



TOMA 159 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

FS chica viendo jeans, LS del lugar.

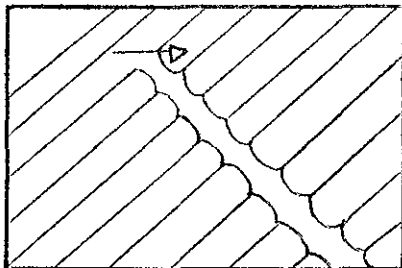
DISOLVENCIA.



TOMA 160 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

Tilt down de jeans.

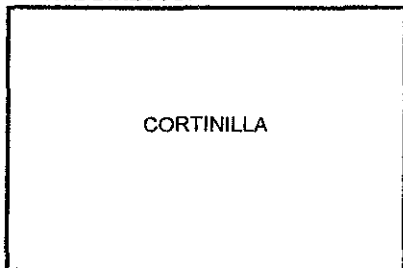
DISOLVENCIA



TOMA 161 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"

Pan right de diseños de jeans.

CORTE DIRECTO.

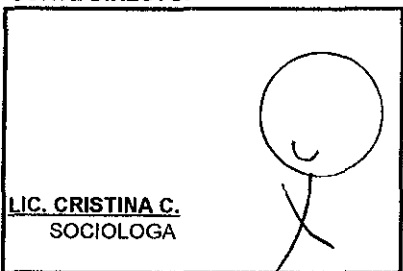


CORTINILLA

TOMA 162 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

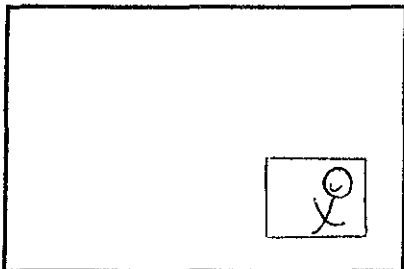
CORTE DIRECTO.



TOMA 163 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 9"

MS de la socióloga Cristina C.,
entrevista con super.

P IN P.



TOMA 164 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 13"

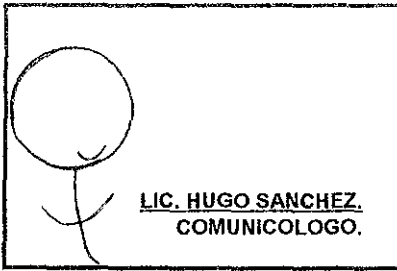
Back de imágenes de desfile de modas,
recuadro en primer plano la entrevista
con socióloga en MS.

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL.

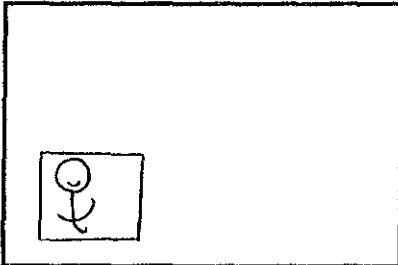
"Es una prenda que a pesar de que tiene vanas décadas utilizándose, no pasa de moda, sino que se va adecuando a la moda. Son clásicos pero le van inventando formas que lo hacen diferente, pero su línea en si no se va a modificar."

CORTE DIRECTO.

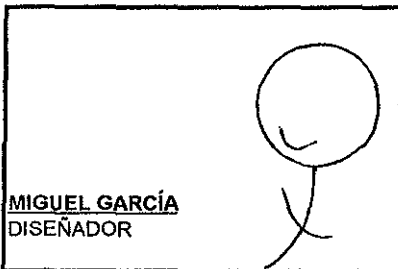


TOMA 165 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 9"
MS del comunicólogo Hugo S.,
entrevista con super.

P IN P.

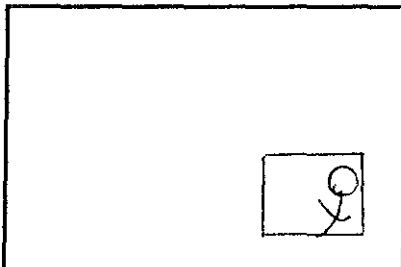


TOMA 166 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 20"
Back de imágenes de desfile de modas,
recuadro en primer plano la entrevista
con comunicólogo en MS.
CORTE DIRECTO.



TOMA 167 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 8"
MS de diseñador Miguel García,
entrevista con super.

P IN P.

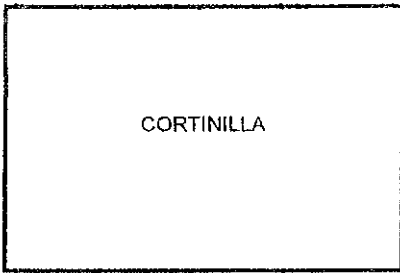


TOMA 168 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 19"
Back de imágenes de desfile de modas,
recuadro en primer plano
la entrevista con diseñador en MS.

"Aquí se asocia mucho la mezclilla con este concepto de avándaro, con la zona rosa, con los cafés cantantes, con los grupos, con las pandillas de motocicleta que asolaban ciertas zonas de la ciudad, con un tipo de música de rock, pero muy estridente para la época, con el amor libre, con la anarquía, con la ecología "

"Nos quitamos un tabú de ideología de religión, un tabú de leer, un tabú hasta de series que nos llevan por la televisión y precisamente ahí fue donde empezamos a comenzar a ver la revolución en cuanto a ropa, en cuanto a perfumes, en cuanto a gustos."

CORTE DIRECTO.



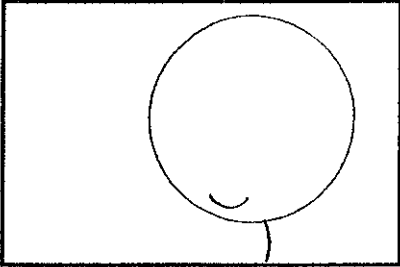
CORTINILLA

TOMA 169 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

CHISPA MUSICAL.

WIPE 22.

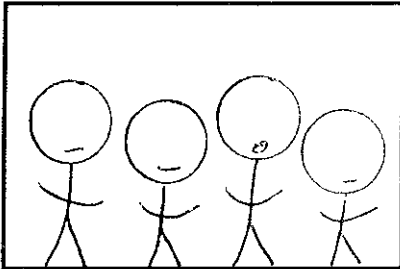


TOMA 170 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

CU chica maquillándose.

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.

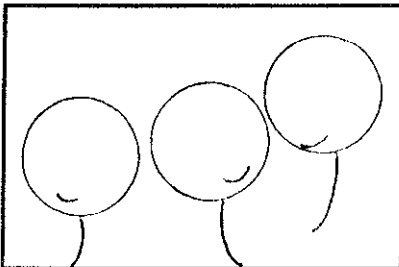
CORTE DIRECTO.



TOMA 171 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

LS chicos manifestándose.

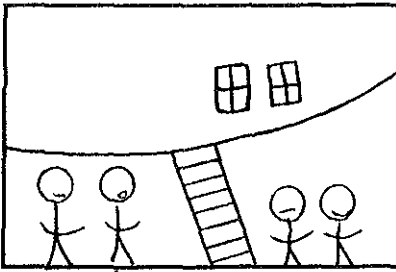
CORTE DIRECTO.



TOMA 172 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

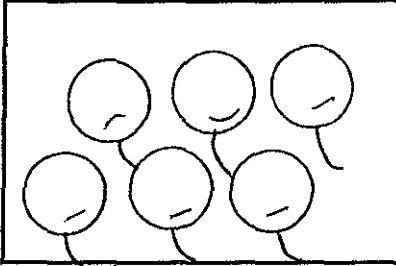
MS chica y pareja en el parque.

CORTE DIRECTO.



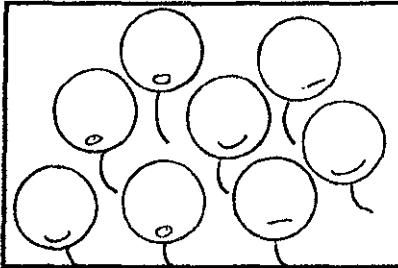
TOMA 173 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
LS del aeropuerto.

CORTE DIRECTO.



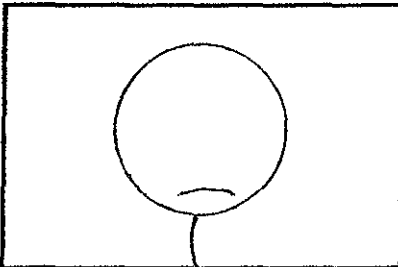
TOMA 174 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS chicas en el aeropuerto.

CORTE DIRECTO.



TOMA 175 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS chicas en un concierto.

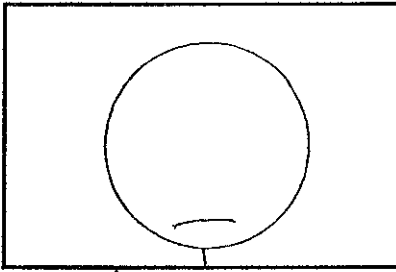
CORTE DIRECTO.



TOMA 176 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS chica observando y llorando.

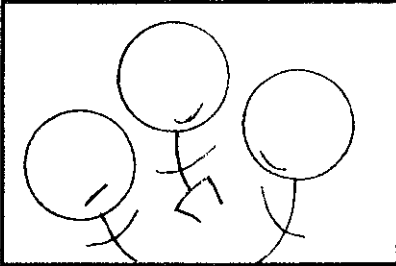
La moda de la década de 1960 aceptó caídas naturales, sin excesos, muy parecida a la que se adoptó en los 90's, incluso las chaquetas cortas sin cuello y los largos y espesos flequillos con que The Beatles irrumpieron en la escena internacional eran prácticamente una copia exacta de lo que la época lucía. Era el reflejo de los 60's.

CORTE DIRECTO.



TOMA 177 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU chica llorando.

CORTE DIRECTO.



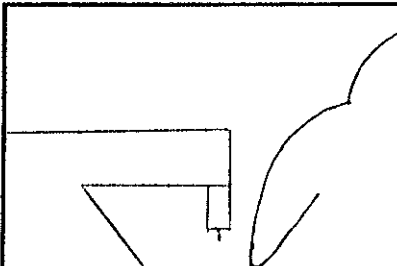
TOMA 178 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
LS chicos platicando.

CORTE DIRECTO.



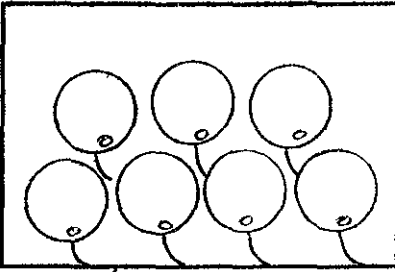
TOMA 179 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU poluca de The Beatles.

CORTE DIRECTO.



TOMA 180 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Acercamiento a máquina de coser en un taller de pelucas.

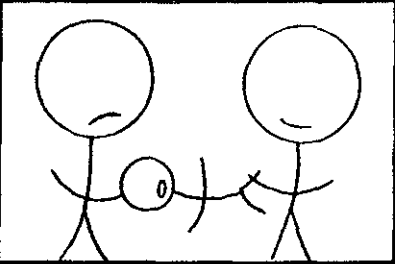
CORTE DIRECTO.



TOMA 181 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"

LS gente en la calle.

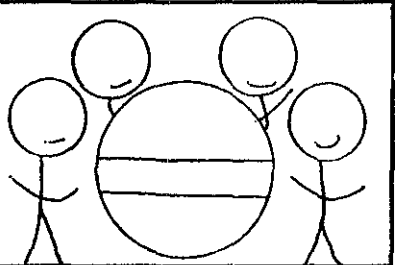
CORTE DIRECTO.



TOMA 182 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

LS policías levantando accidentados.

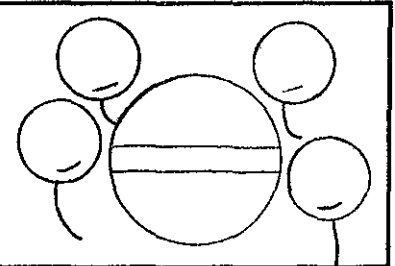
SLIDE 1820.



TOMA 183 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

FS de The Beatles.

CORTE DIRECTO.

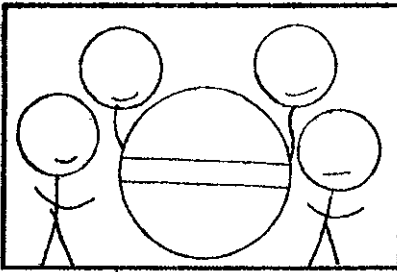


TOMA 184 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

MS de The Beatles.

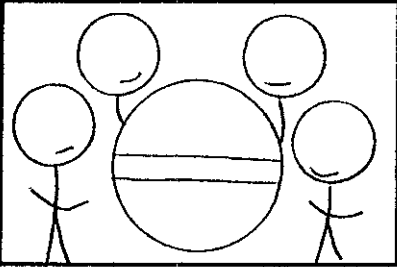
F.I. RUBRICA 10" Y DESAPARECE.

CORTE DIRECTO.



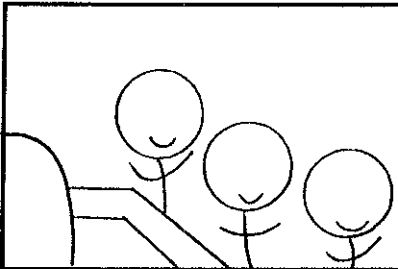
TOMA 185 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS de The Beatles.

CORTE DIRECTO.



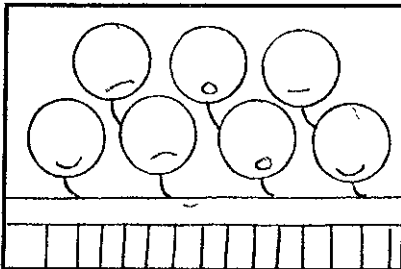
TOMA 186 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS de The Beatles.

CORTE DIRECTO.



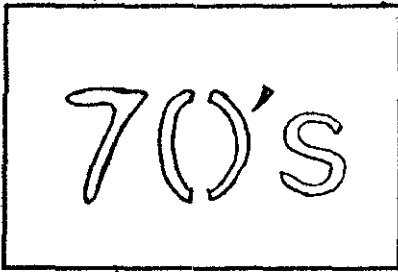
TOMA 187 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
MS de The Beatles bajando del avión.

CORTE DIRECTO.



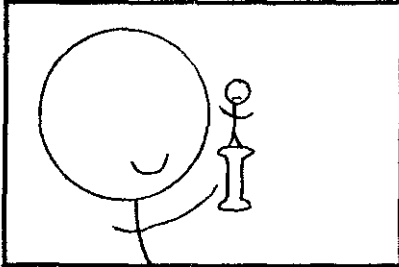
TOMA 188 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS gente viendo a The Beatles con
pan right.

WPE 24,



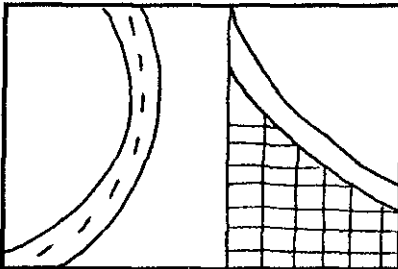
TOMA 189 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
Super de los 70's con back de imágenes
de la época.

CORTE DIRECTO.



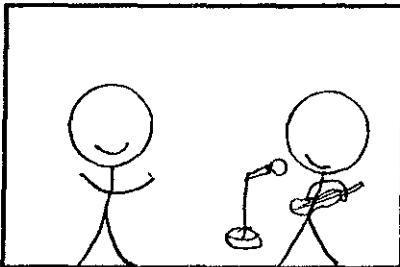
TOMA 190 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS futbolista recibiendo trofeo.

CORTE DIRECTO.



TOMA 191 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS de la ciudad.

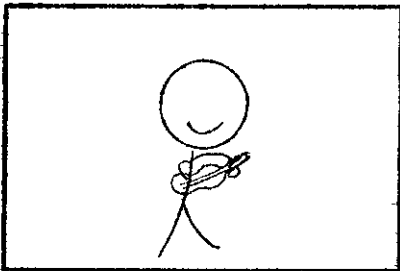
CORTE DIRECTO.



TOMA 192 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
Two shot en el escenario.

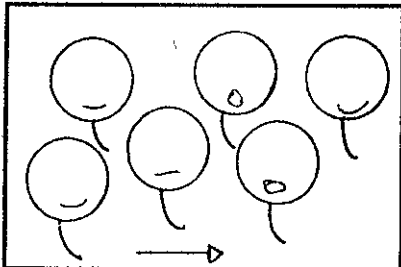
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3". REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3". PERMANECE
HASTA INDICACION.

CORTE DIRECTO.



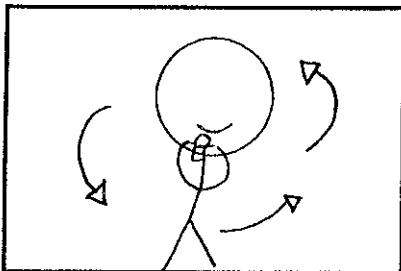
TOMA 193 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
FS cantante The Beatle.

WIPE 3.



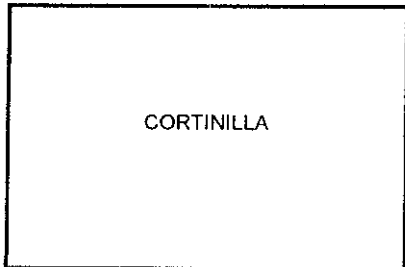
TOMA 194 CÁMARA STOCK TIEMPO 7"
Travel shot right de imagen de gente
reunida en la playa, vista desde un
helicóptero.

CORTE DIRECTO.



TOMA 195 CÁMARA STOCK TIEMPO 17"
Traveling shot en el concierto de
The Doors.

CORTE DIRECTO.



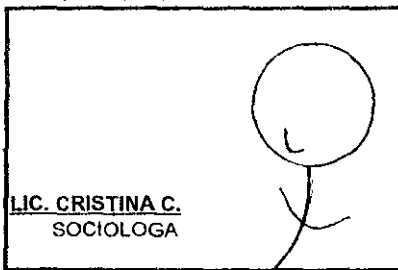
TOMA 196 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA

Los 70's fueron el momento de ensayo, donde los jóvenes buscaban reafirmar su apariencia, dando un toque de distinción a la época, provocando que la comente unisex se extendiera.

F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y
DESAPARECE.

CHISPA MUSICAL.

CORTE DIRECTO.



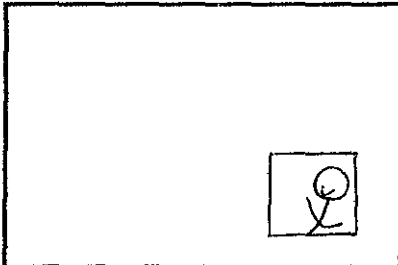
LIC. CRISTINA C.
SOCIOLOGA

TOMA 197 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 7"

MS de la socióloga Cristina C.,
entrevista con super.

"Creo que la moda que se da de los 60 a los 70 manifiesta o expresa la necesidad de libertad y lamentablemente regresamos también al prototipo norteamericano de la mujer liberada, que comienzan a reflexionar en torno a su realidad y que esta forma de vestir, casualmente, también les da una identidad "

P IN P.



TOMA 198 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 25"

Back de imágenes de The Doors,
recuadro en primer plano de
entrevista con socióloga en MS.

CORTE DIRECTO.



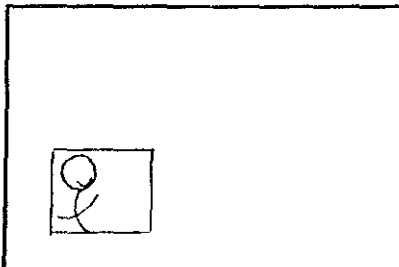
LIC. HUGO SANCHEZ.
COMUNICOLOGO

TOMA 199 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 8"

MS del comunicólogo Hugo S.,
entrevista con super.

"El asunto de la liberación femenina, pues, fue tan duro el impacto en la sociedad mexicana, que todavía tres décadas se mantiene una lucha férrea por el control de esos espacios naturales de dominación del hombre."

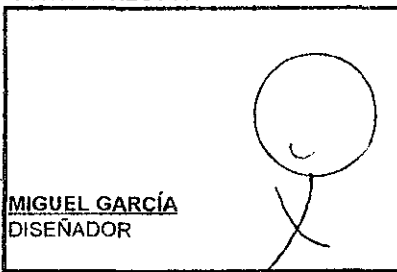
P IN P.



TOMA 200 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 15"

Back de imágenes de The Doors,
recuadro en primer plano de
entrevista con comunicólogo en MS.

CORTE DIRECTO.

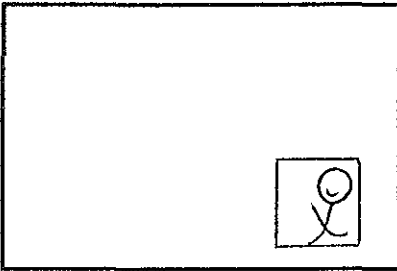


MIGUEL GARCÍA
DISEÑADOR

TOMA 201 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 8"
MS del diseñador Miguel García,
entrevista con super.

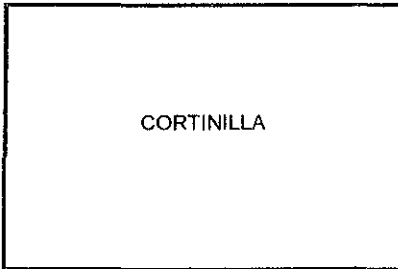
"La mujer femenina no deja de ser femenina quitándole una prenda como es la falda, como es el vestido, al contrario se ve más atractiva, más cómoda, ella misma sintió ese cambio tan radical, que en unas familias lo aceptaban y en otras no. Nosotros por los mismos complejos que tenemos de machismo, los mexicanos no aceptábamos al principio pero cuando se empezó a generalizar eso fue fabuloso para todos."

P IN P.



TOMA 202 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 19"
Back de imágenes de The Doors,
recuadro en primer plano de
entrevista con diseñador en MS.

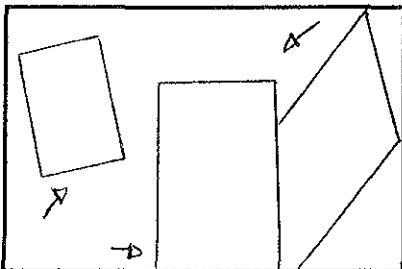
CORTE DIRECTO.



TOMA 203 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA.

CHISPA MUSICAL.

ROTACION 1630

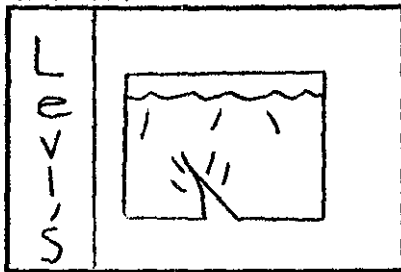


TOMA 204 CÁMARA STOCK TIEMPO 16"
LS imágenes de revistas
entrando a campo.

F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4" Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE HASTA INDICACION.

Pero todo giraba en torno a la publicidad, haciendo que la gente vistiera mezclilla a todas horas y con diseños distintos, los cuales a finales de los 80's y principios de los 90's dan paso a una imagen diferente que resultó ser noticia: los jeans desgastados y con hoyos por doquier, siendo la sensación de jóvenes y el escándalo de la sociedad. Fueron un momento de libertad individual.

SPLIT 1340.



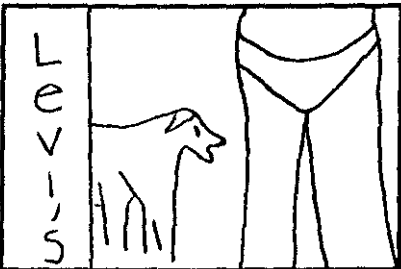
TOMA 205 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU short, chico en la playa.

CORTE DIRECTO.



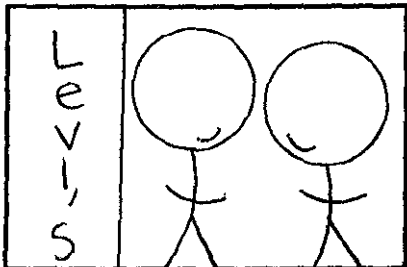
TOMA 206 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU perro en la playa.

CORTE DIRECTO.



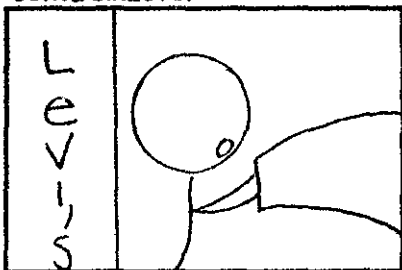
TOMA 207 CÁMARA STOCK TIEMPO 7"
Acercamiento de las piernas de chica
en la playa.

CORTE DIRECTO.



TOMA 208 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Two shot con FS de chicos en la playa.

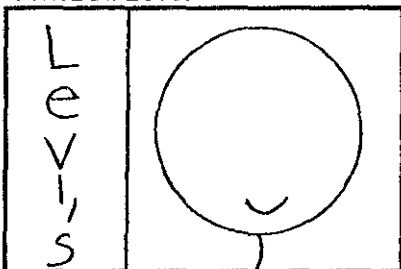
CORTE DIRECTO.



TOMA 209 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

MS chico arreglando auto, levanta cajuela.

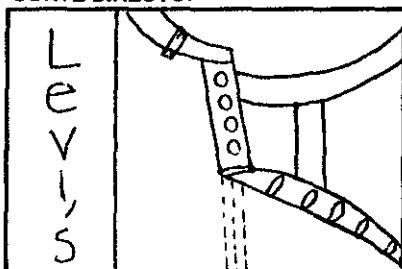
CORTE DIRECTO.



TOMA 210 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

CU chica en la playa.

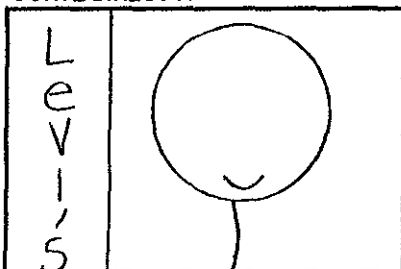
CORTE DIRECTO.



TOMA 211 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

CU parte delantera del jeans.

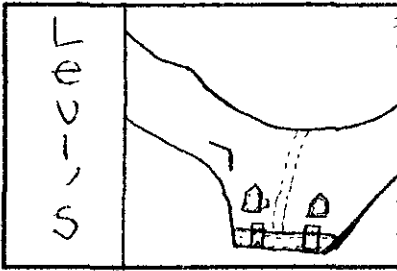
CORTE DIRECTO.



TOMA 212 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

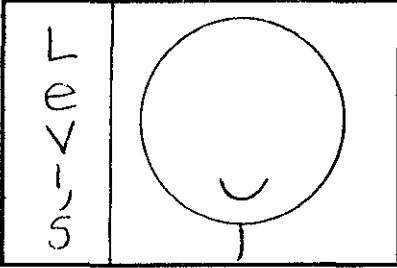
CU hombre en la calle.

CORTE DIRECTO.



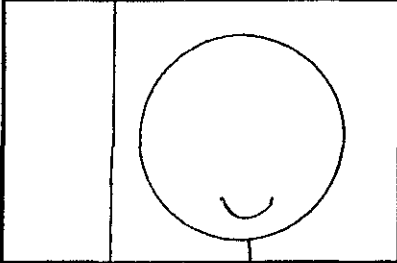
TOMA 213 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
CU jeans jalando dos autos.

CORTE DIRECTO.



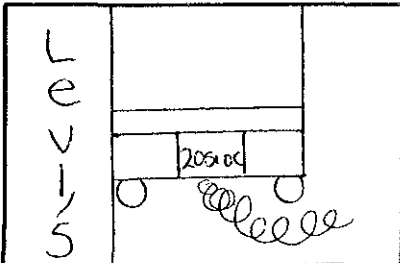
TOMA 214 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU hombre manejando.

CORTE DIRECTO.



TOMA 215 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
CU chica en auto.

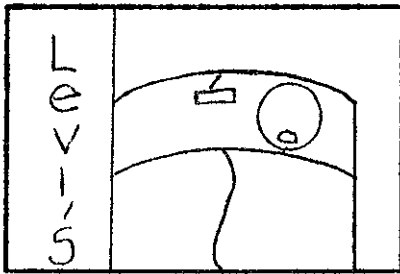
CORTE DIRECTO.



TOMA 216 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Acercamiento parte trasera del auto.

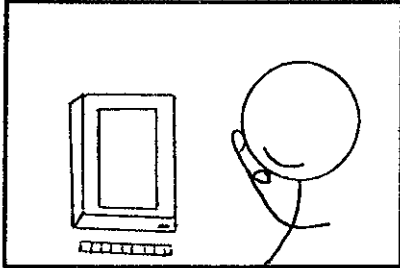
F.I. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESAPARECE.

CORTE DIRECTO.



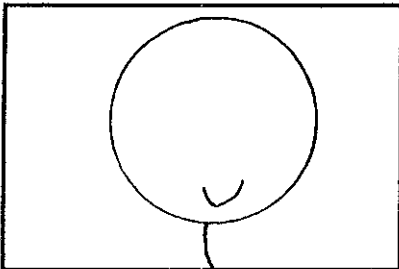
TOMA 217 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU chico manejando

CORTE DIRECTO.



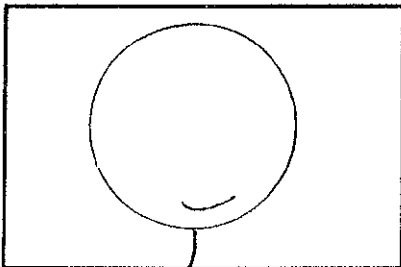
TOMA 218 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS oficina, MS chica hablando por teléfono.

CORTE DIRECTO.



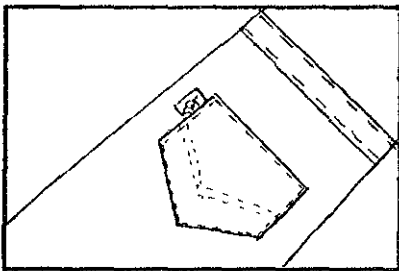
TOMA 219 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
CU chico en oficina.

CORTE DIRECTO.



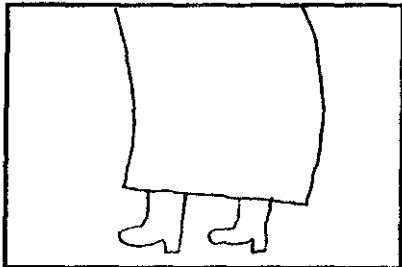
TOMA 220 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU chica en oficina.

CORTE DIRECTO.



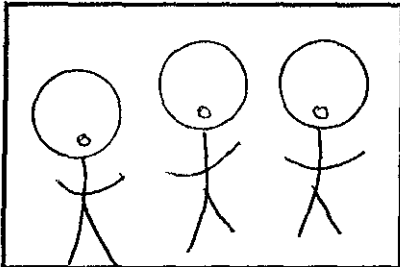
TOMA 221 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
CU jeans parte trasera.

CORTE DIRECTO.



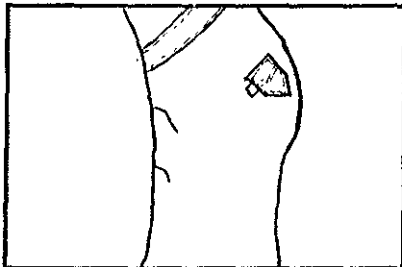
TOMA 222 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento de chica quitándose la falda.

CORTE DIRECTO.



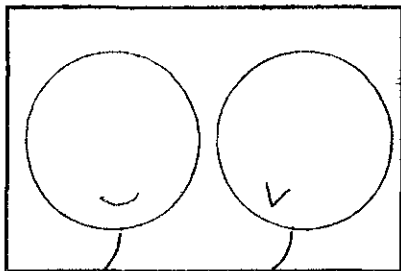
TOMA 223 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
LS gente observando.

CORTE DIRECTO.



TOMA 224 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans, parte trasera.

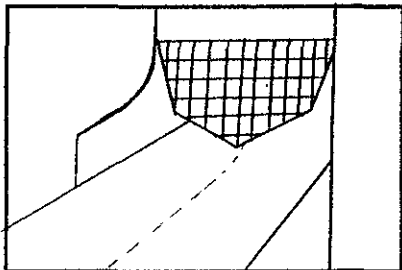
CORTE DIRECTO.



TOMA 225 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

Two short en CU de chicos.

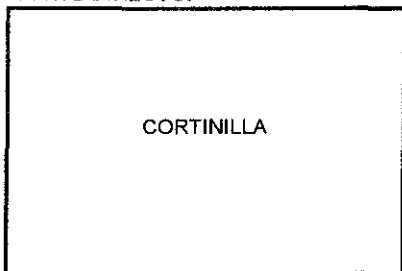
CORTE DIRECTO.



TOMA 226 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

LS del puente de autos.

CORTE DIRECTO.

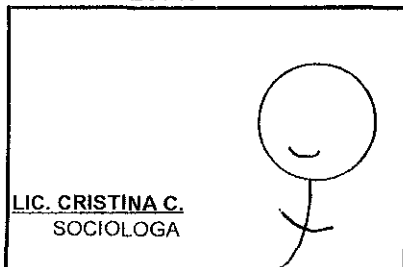


CORTINILLA

TOMA 227 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

CORTE DIRECTO.



LIC. CRISTINA C.
SOCIOLOGA

TOMA 228 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 5"

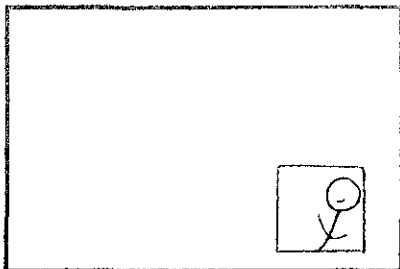
MS de la socióloga Cristina C.,
entrevista con super

CHISPA MUSICAL.

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL

"Bueno creo que esto es producto de la publicidad, producto de la comercialización, pero que a veces lo que buscamos en ese fetiche, no es tanto la tela, no es tanto la comodidad a veces, sino el cómo me vea."

P IN P.

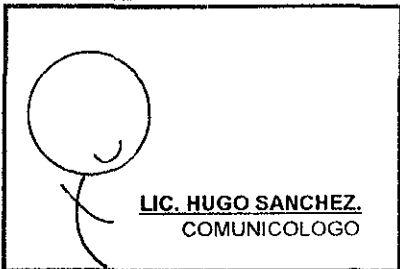


TOMA 229 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 22"

Back de imágenes de comerciales

Levi's, recuadro en primer plano la entrevista con socióloga en MS.

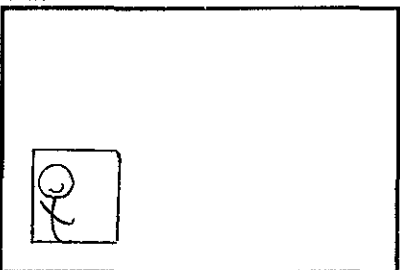
CORTE DIRECTO.



TOMA 230 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 5"

MS del comunicólogo Hugo S., entrevista con super.

P IN P.

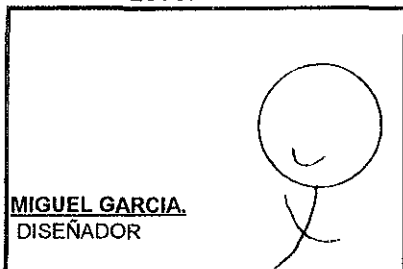


TOMA 231 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 7"

Back de imágenes de comerciales

Levi's, recuadro en primer plano la entrevista con comunicólogo en MS.

CORTE DIRECTO.



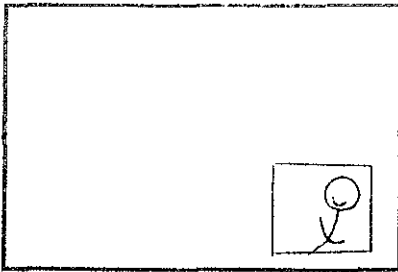
TOMA 232 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 7"

MS del diseñador Miguel García, entrevista con super.

"Es una generación que busca identidad, que busca, en esa búsqueda de identidad siempre es cruza la mezcilla como una forma de rebeldía familiar, incluso"

"El hecho que viene una nueva generación, tu le vez a tu hermano el mayor un jeans y te gusta, y ya quieres traer un jeans como el de tu hermano, o vez al vecino, o vez a los compañeros tú en la universidad, en la preparatona, en la secundaria y te llama la atención el jeans, no sé, tiene un imán.

P IN P.



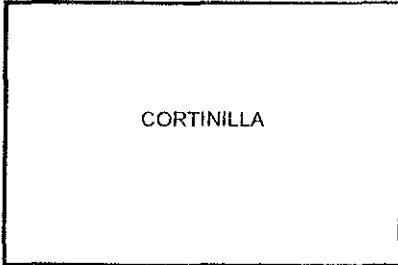
TOMA 233 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 12"

Back de imágenes de comerciales

Levi's, recuadro en primer plano

la entrevista con diseñador en MS.

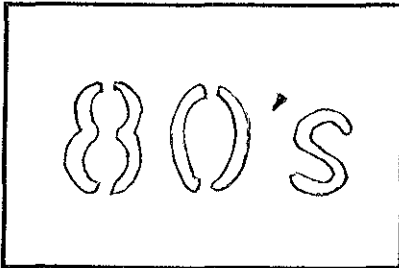
CORTE DIRECTO.



TOMA 234 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

CORTINILLA.

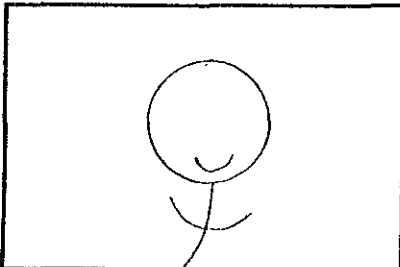
WIPE 24,



TOMA 235 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

Super de los 80's con back de imágenes de la época.

CORTE DIRECTO.



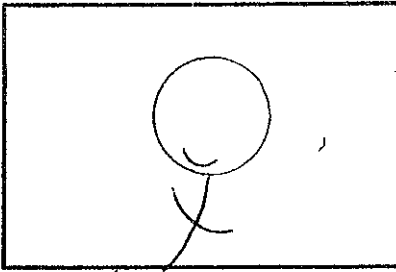
TOMA 236 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

MS chica cantando.

CHISPA MUSICAL.

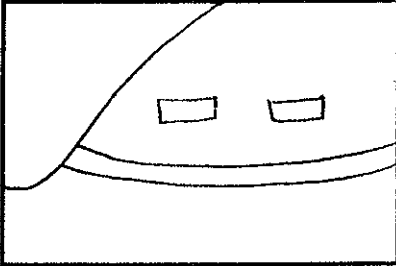
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y DESAPARECE.

CORTE DIRECTO.



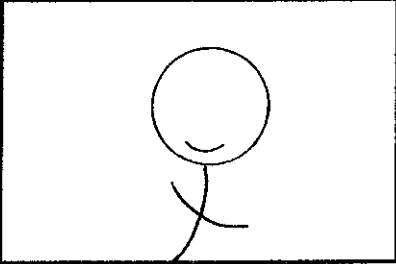
TOMA 237 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
MS de político.

CORTE DIRECTO.



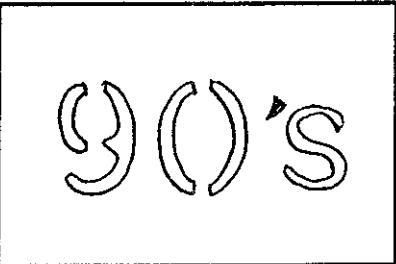
TOMA 238 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento parte delantera del avión.

CORTE DIRECTO.



TOMA 239 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS político.

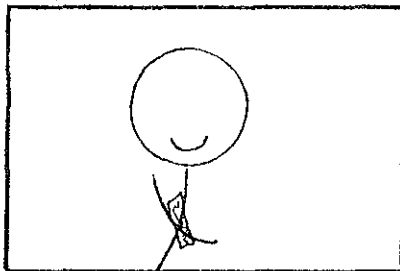
WIPE 24.



TOMA 240 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
Super de los 90's con back de
imágenes de la época.

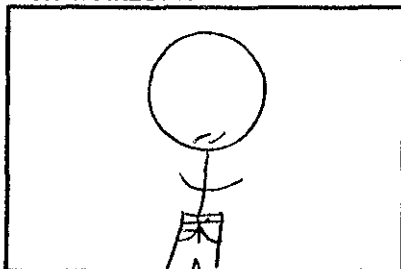
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.

CORTE DIRECTO.



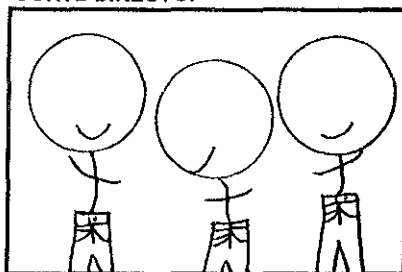
TOMA 241 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
MS de Miss Universo.

CORTE DIRECTO.



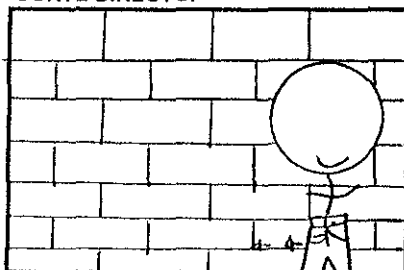
TOMA 242 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
Zoom in joven con jeans.

CORTE DIRECTO.



TOMA 243 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS gente con jeans caminando.

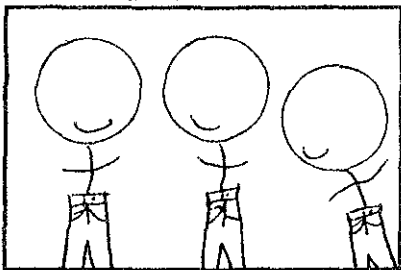
CORTE DIRECTO.



TOMA 244 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS de joven con jeans bailando.

Los jeans con el tiempo hicieron historia. Pero los 90's retoman y traen consigo todos los cambios de 148 años atrás, exhibiendo una sociedad múltiple y distinta, que logra adaptar transformaciones en hombres y mujeres, niños, adultos y ancianos; permitiendo tener más de donde escoger.

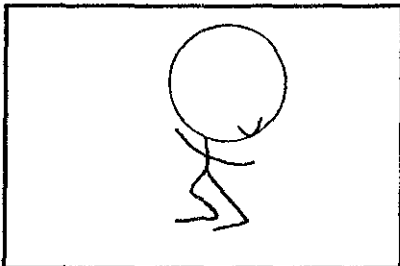
CORTE DIRECTO.



TOMA 245 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

LS chicos con jeans en la calle.

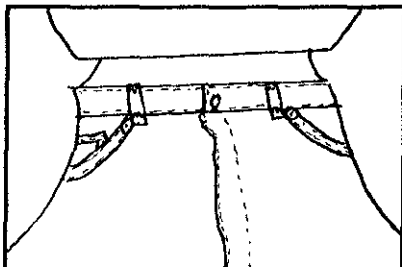
CORTE DIRECTO.



TOMA 246 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

FS chico con jeans incado.

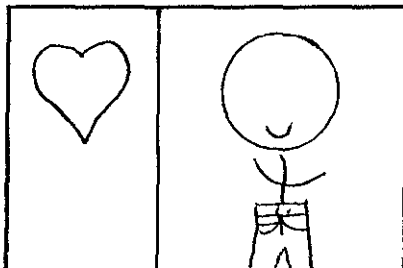
CORTE DIRECTO.



TOMA 247 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

Acercamiento parte delantera del jeans,
chica con jeans.

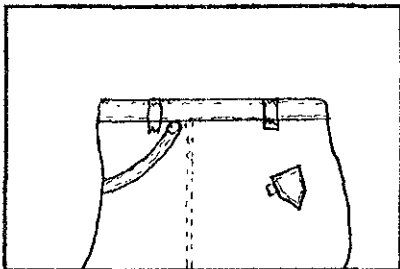
CORTE DIRECTO.



TOMA 248 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

MS chica con jeans.

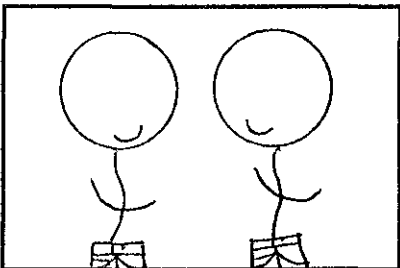
CORTE DIRECTO.



TOMA 249 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"

CU del jeans, hombre con jeans.

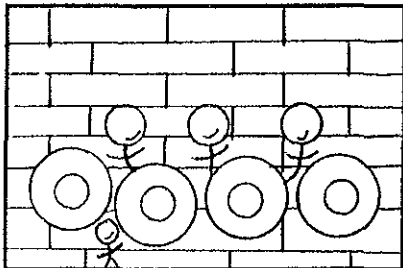
CORTE DIRECTO.



TOMA 250 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

Two shot con MS de pareja con jeans caminando.

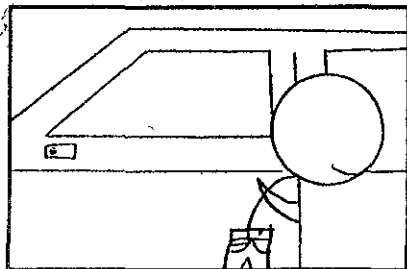
CORTE DIRECTO.



TOMA 251 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS de callejón, FS de chicos con jeans.

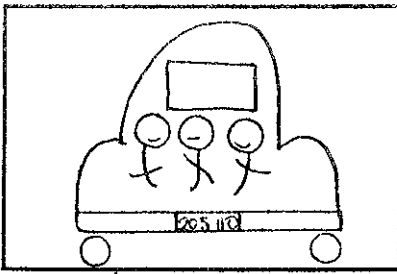
CORTE DIRECTO.



TOMA 252 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

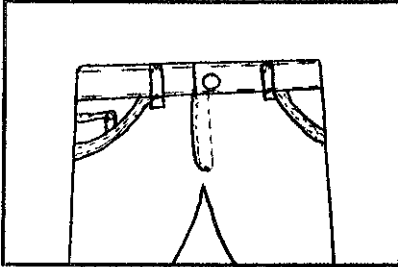
FS chico con jeans lavando auto.

CORTE DIRECTO.



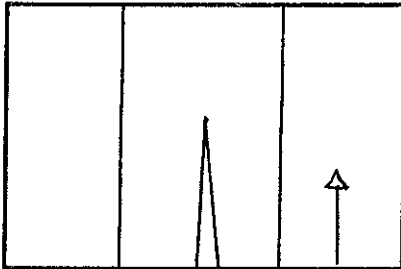
TOMA 253 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
LS calle, auto en camino, chicos con /
jeans.

CORTE DIRECTO.



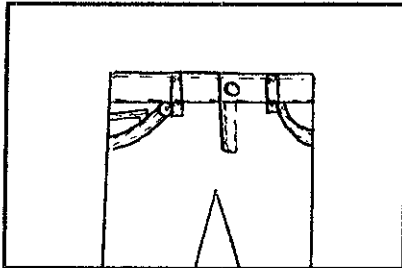
TOMA 254 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento parte delantera del jeans.

CORTE DIRECTO.



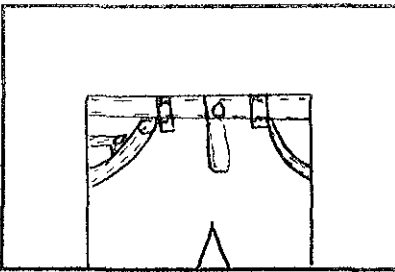
TOMA 255 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Tilt up del jeans.

CORTE DIRECTO.



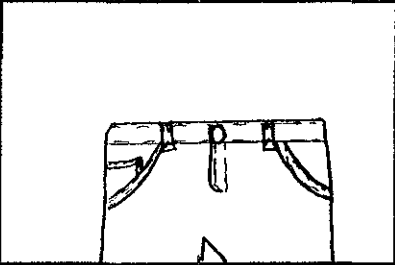
TOMA 256 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Plano americano del jeans.

CORTE DIRECTO.



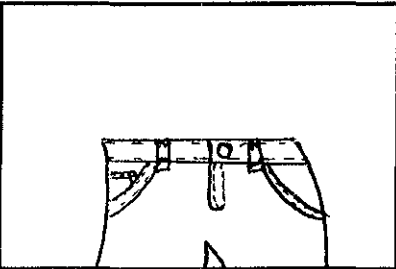
TOMA 257 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



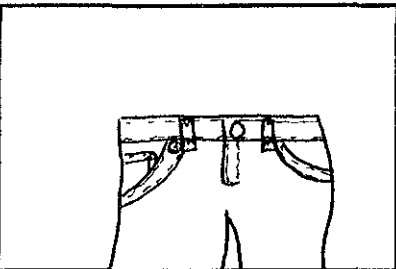
TOMA 258 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



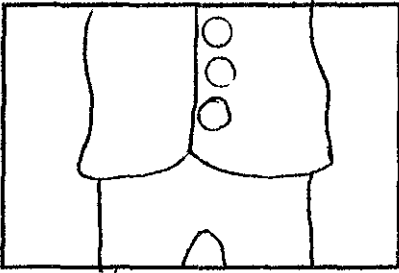
TOMA 259 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



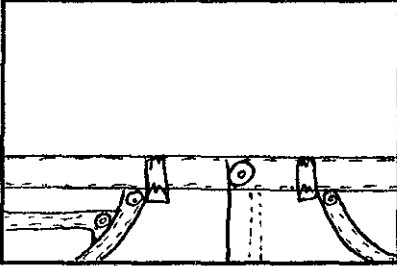
TOMA 260 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



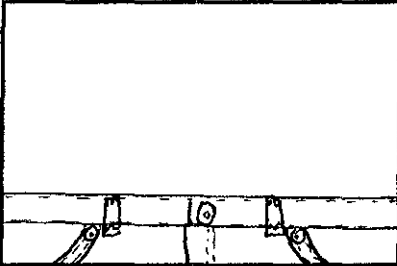
TOMA 261 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



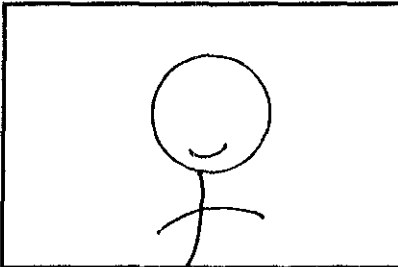
TOMA 262 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
Acercamiento del jeans.

CORTE DIRECTO.



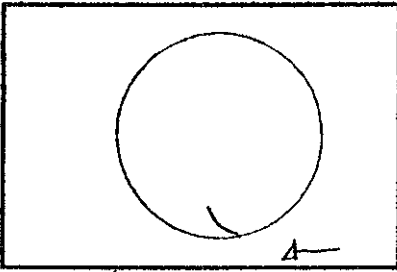
TOMA 263 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
**Acercamiento del jeans, botones y
bolsas.**

CORTE DIRECTO.



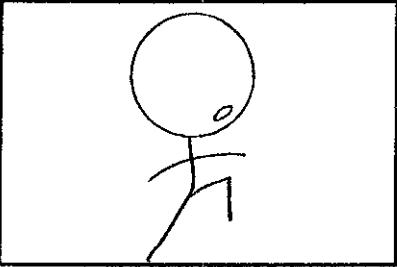
TOMA 264 CÁMARA STOCK TIEMPO .5"
MS chico caminando.

CORTE DIRECTO.



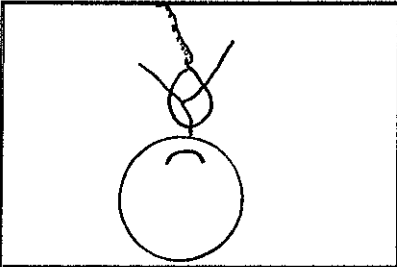
TOMA 265 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
CU y pan left de chica.

CORTE DIRECTO.



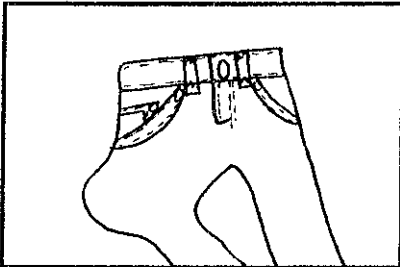
TOMA 266 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chico corriendo.

CORTE DIRECTO.



TOMA 267 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS chico colgando en cuerda,
posición de cabeza.

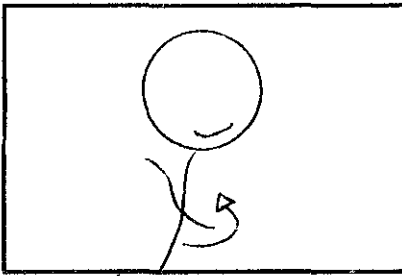
CORTE DIRECTO.



TOMA 268 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS chico girando.

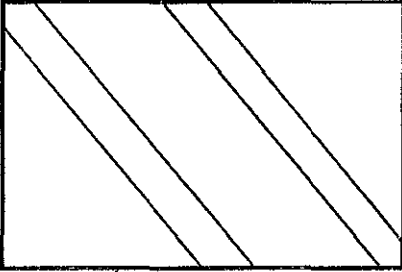
F.J. RUBRICA REGISTRA 13" Y DESPARECE.

CORTE DIRECTO.



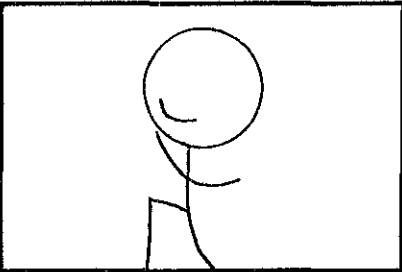
TOMA 269 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Plano americano de chico girando con jeans.

CORTE DIRECTO.



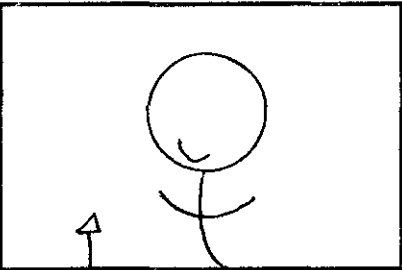
TOMA 270 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS del panorama del cielo, bandas de tela adornando.

CORTE DIRECTO.



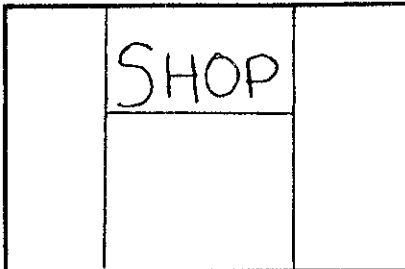
TOMA 271 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Plano americano de chica con jeans corriendo.

CORTE DIRECTO.



TOMA 272 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
MS chica con jeans y Tilt up.

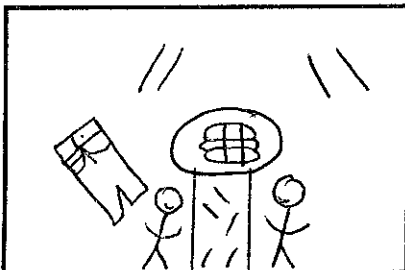
CORTE DIRECTO.



TOMA 273 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

Zoom in de la tienda en LS.

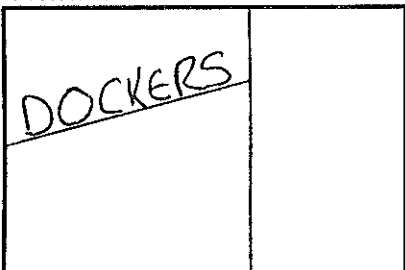
CORTE DIRECTO.



TOMA 274 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

LS tienda de jeans.

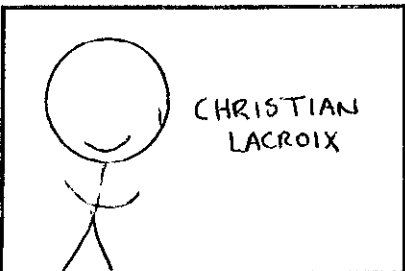
CORTE DIRECTO.



TOMA 275 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

Zoom back de tienda.

COMPRESSION 1523

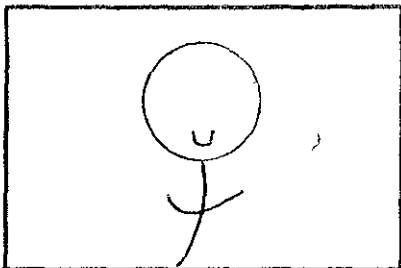


TOMA 276 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

FS chica modelando.

F.I. RUBRICA REGISTRA 22" Y BAJA A FONDO.

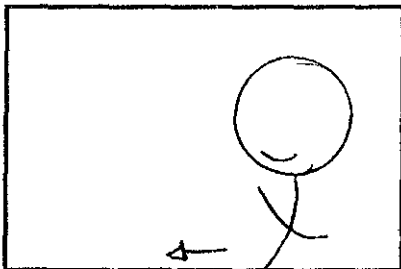
CORTE DIRECTO.



TOMA 277 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

MS de chica modelando.

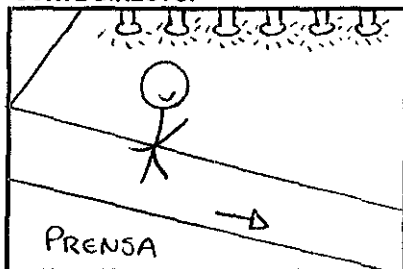
CORTE DIRECTO.



TOMA 278 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

MS con pan left de chica modelando.

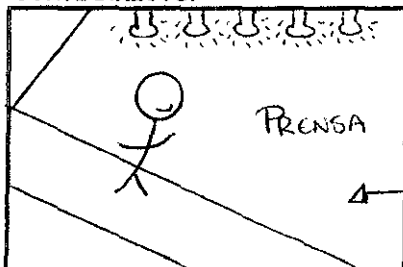
CORTE DIRECTO.



TOMA 279 CÁMARA STOCK TIEMPO 6"

FS con pan right de chica modelando.

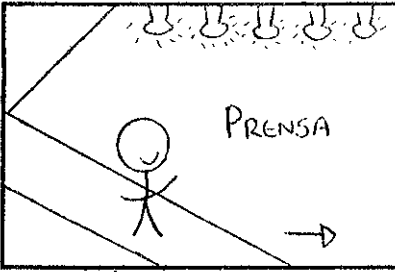
CORTE DIRECTO.



TOMA 280 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

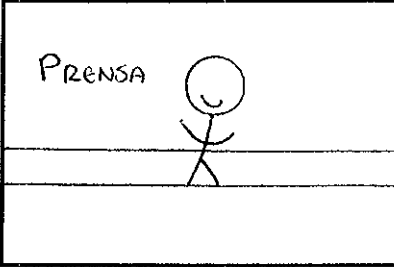
FS con pan left de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



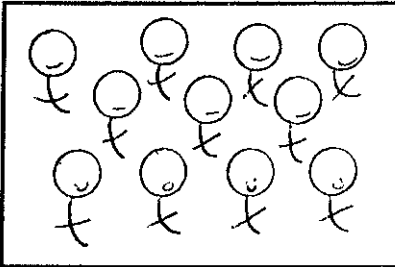
TOMA 281 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
FS con pan right de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



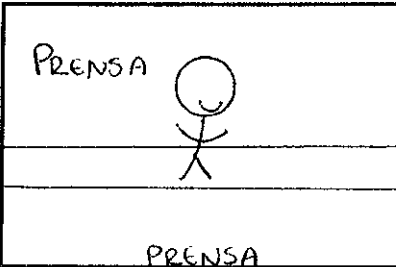
TOMA 282 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
FS de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



TOMA 283 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
LS gente que asiste al desfile de modas.

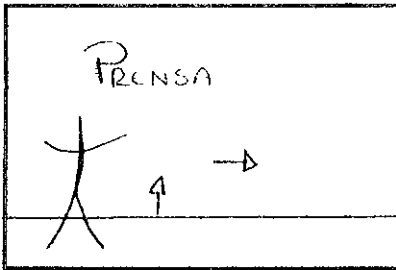
CORTE DIRECTO.



TOMA 284 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
FS chica modelando.

En nuestra década las modas demuestran más que un estilo o tendencia, una actitud frente a la situación mundial. Los jóvenes han pugnado por abandonar la corbata, el traje sastre y la camisa de cuello rígido; las chicas han olvidado las florecitas, los encajes y los tacones altos y formales.

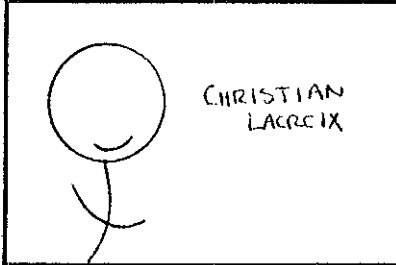
CORTE DIRECTO.



TOMA 285 CÁMARA STOCK TIEMPO 8"

Tilt up con pan right de chica modelando.

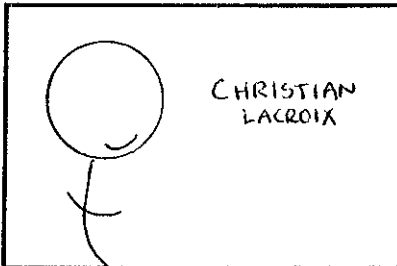
CORTE DIRECTO.



TOMA 286 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

MS chica modelando.

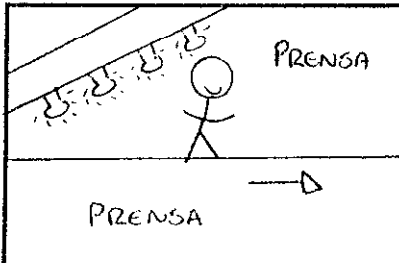
CORTE DIRECTO.



TOMA 287 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

MS chica modelando.

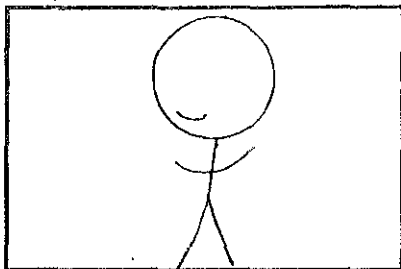
SLIDE 1930



TOMA 288 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"

FS con pan right de chica modelando.

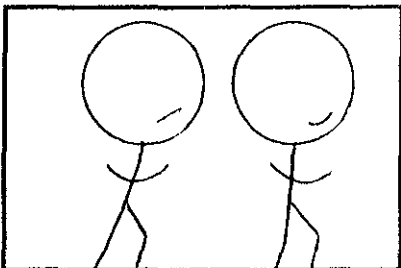
F.I. RUBRICA REGISTRA 22" Y BAJA A FONDO.



TOMA 289 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

FS de chica modelando.

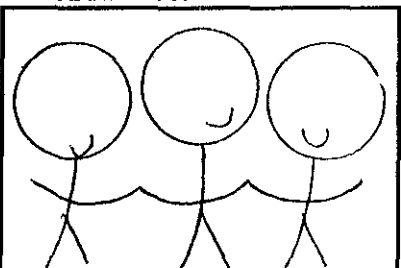
CORTE DIRECTO.



TOMA 290 CÁMARA STOCK TIEMPO 8"

Two shot con FS de chicas modelando.

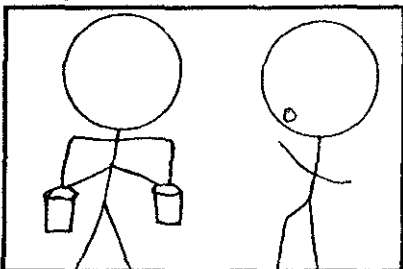
CORTE DIRECTO.



TOMA 291 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

Group shot con FS con pan left de diseñador y modelos en pasarela.

DISOLVENCIA.

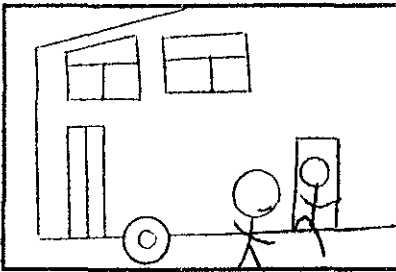


TOMA 292 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"

Two shot con FS de hombres trabajando con jeans en un panteón.

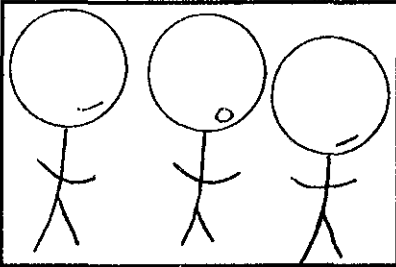
La elegancia de los jóvenes es cosa del pasado, hoy en día, la moda es una forma de vivir, pero también es una forma de enfrentarse a lo que nos toca vivir. Actualmente, la manera en que nos vestimos revela nuestro tren de vida, nuestra rutina, nuestro trabajo, pero también nuestras preocupaciones y nuestros anhelos.

CORTE DIRECTO.



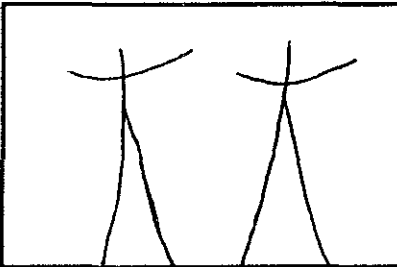
TOMA 293 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
LS de avenida, gente esperando
transporte.

SLIDE 1900



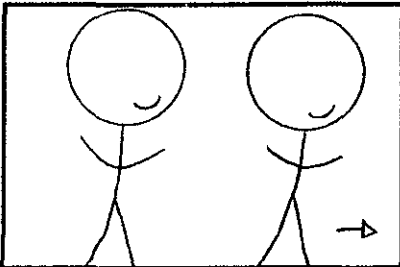
TOMA 294 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS con zoom in de chicos caminando con
jeans en la Basílica.

SLIDE 1900.



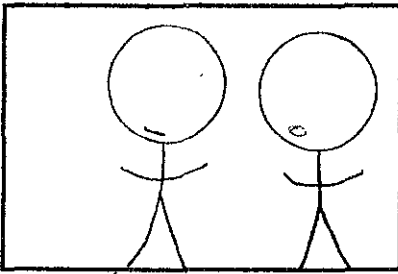
TOMA 295 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"
MS de chicos con jeans en la Basílica.

SLIDE 1900



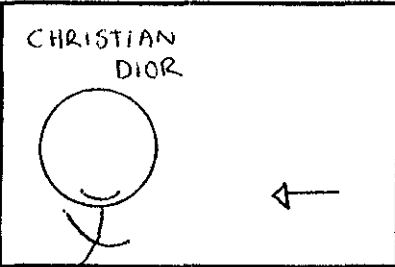
TOMA 296 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de chicos con jeans y pan right.

CORTE DIRECTO.



TOMA 297 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
FS de pareja caminando, chica con jeans.

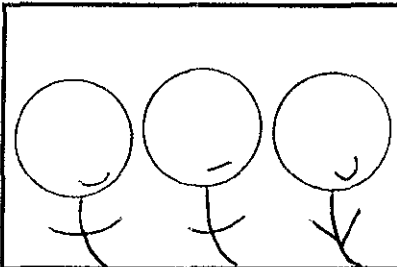
COMPRESSION 1523



TOMA 298 CÁMARA STOCK TIEMPO 9"
MS con pan left de chica modelando.

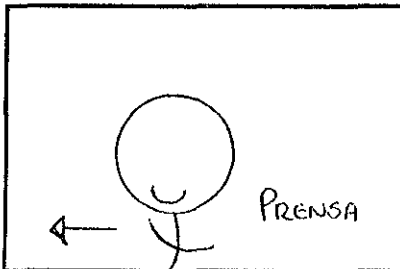
F.I. REGISTRA RUBRICA 22"

CORTE DIRECTO.



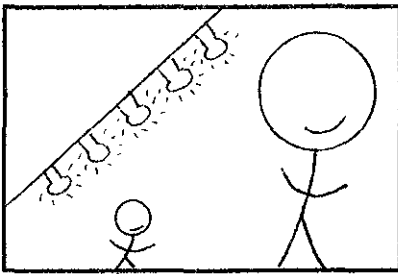
TOMA 299 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS de gente comentando el desfile.

CORTE DIRECTO.



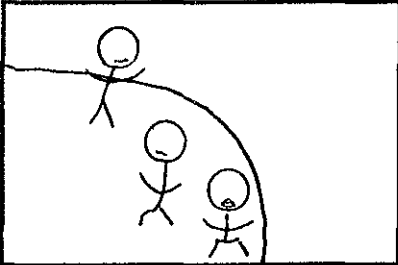
TOMA 300 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
MS con pan left de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



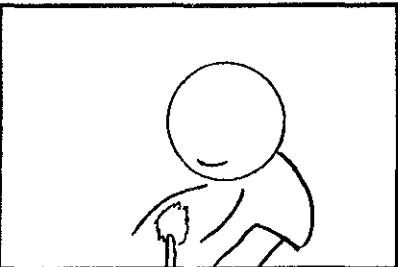
TOMA 301 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
FS chica modelando.

SLIDE 1820



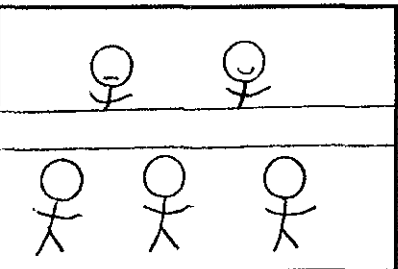
TOMA 302 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
FS chicas trabajando en el monte.

DISOLVENCIA.



TOMA 303 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chico sembrando un árbol.

DISOLVENCIA.

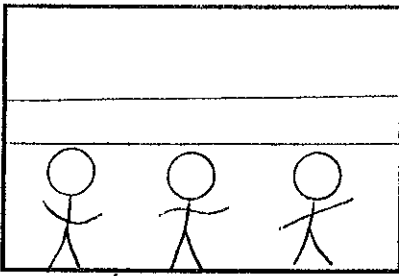


TOMA 304 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
FS chicos jugando volei ball.

CROSS FADE Y BAJA A FONDO

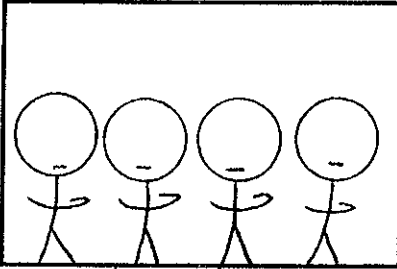
El vestir de hoy busca más la comodidad que la humanidad requiere, es más práctica, es nuestro compañero de acción, no nuestro obstáculo constante.

DISOLVENCIA.



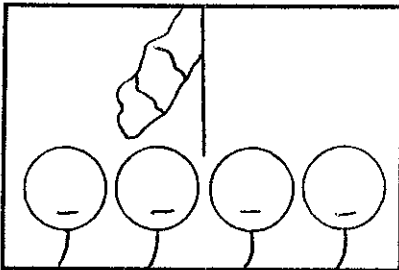
TOMA 305 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS chicos jugando.

DISOLVENCIA.



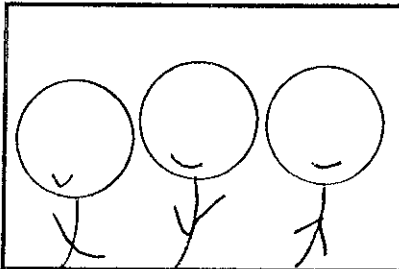
TOMA 306 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS chicos en la Plaza de la Constitución
haciendo honores.

DISOLVENCIA.



TOMA 307 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
LS Plaza de la Constitución, ceremonia
en la plaza.

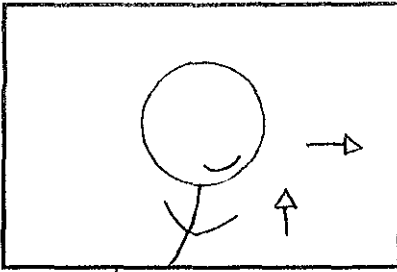
COMPRESSION 1523



TOMA 308 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
MS prensa observando.

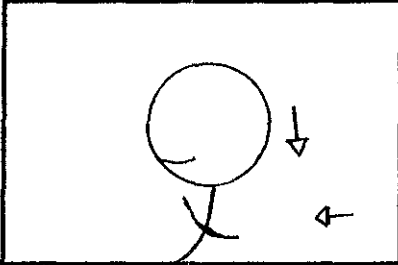
F.I. REGISTRA RUBRICA 22" Y BAJA A FONDO

CORTE DIRECTO.



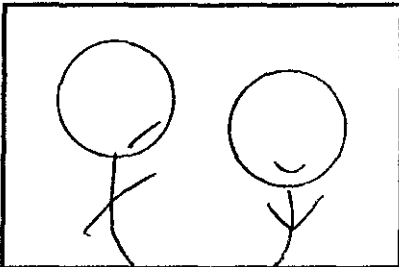
TOMA 309 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
Tilt up con pan right de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



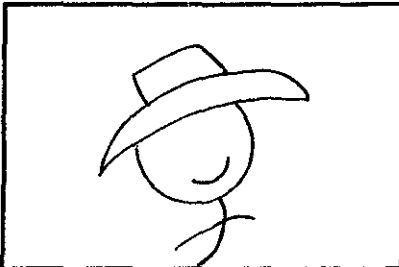
TOMA 310 CÁMARA STOCK TIEMPO 7"
CU pan left y tilt down de chica modelando.

CORTE DIRECTO.



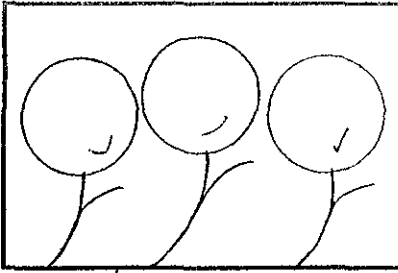
TOMA 311 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"
MS de chicas de la prensa.

CORTE DIRECTO.



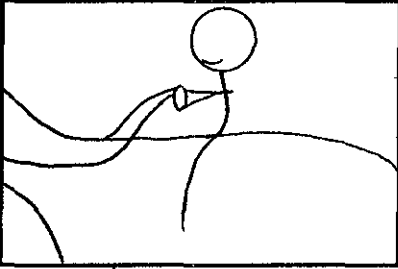
TOMA 312 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
MS señora en público.

CORTE DIRECTO.



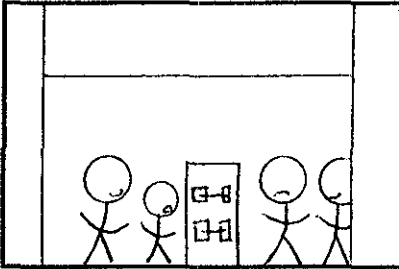
TOMA 313 CÁMARA STOCK TIEMPO 5"
MS chicas en escenario.

SPLIT 1116



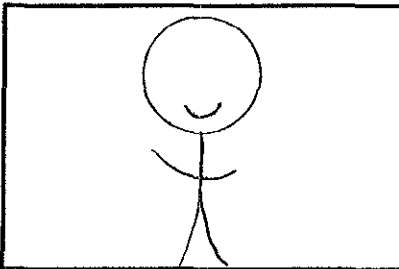
TOMA 314 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de chica con jeans montando un caballo.

SLIDE 1820



TOMA 315 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
LS de la calle, FS de mujeres saliendo de su trabajo.

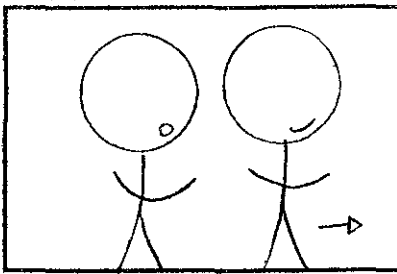
SPLIT 1200



TOMA 316 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de niña con jeans en la calle.

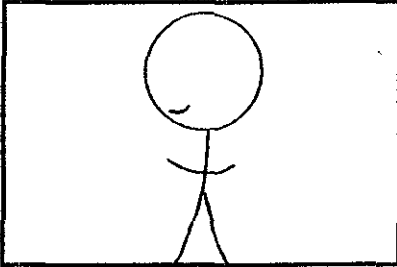
La mujer ya no "sigue", sino "pide" y "demanda" una moda propia para un estilo de vida que necesita en estos tiempos, toma en cuenta qué hace, cómo se mueve y en qué dirección, logrando crear un guardarropa con diversas prendas combinables, temporada tras temporada, recibiendo de ellas; segundad en la creación de tradiciones con la libertad que requiere.

WIPE 800.



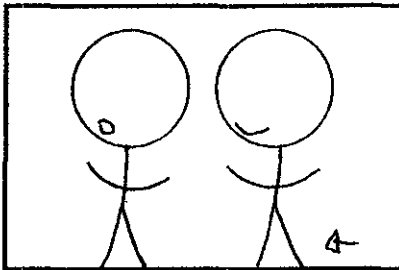
TOMA 317 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
Plano Americano de pareja con jeans,
con pan right.

SPLIT 1200



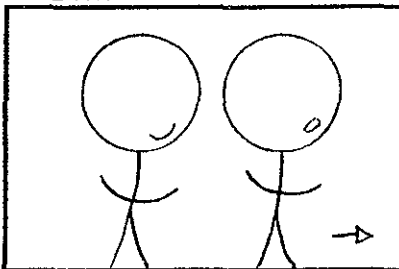
TOMA 318 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS de chica con falda de mezcilla
caminando en la calle.

WIPE 800



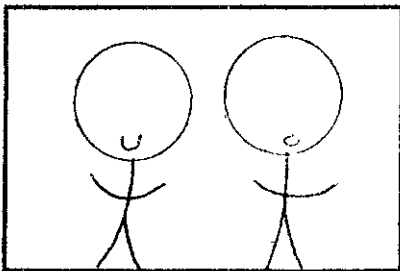
TOMA 319 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 2"
FS de pareja con jeans y pan left.

WIPE 800.



TOMA 320 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
FS de pareja caminando con pan right
y zoom back.

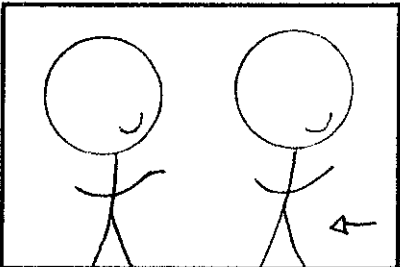
WIPE 800.



TOMA 321 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"

Plano americano de mujeres caminando con jeans.

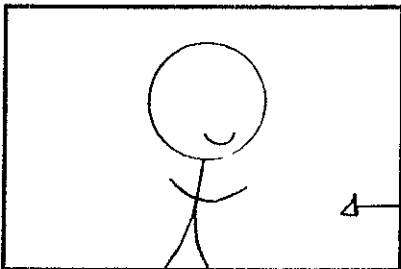
COMPRESSION 1523



TOMA 322 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"

Plano americano con pan left de chicas modelando.

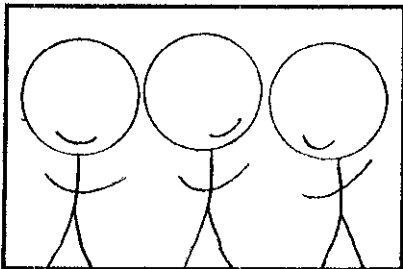
CORTE DIRECTO.



TOMA 323 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"

FS chica modelando con pan left.

CORTE DIRECTO.

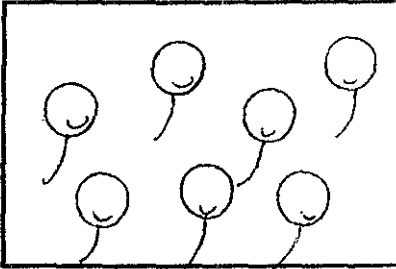


TOMA 324 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"

FS con pan left de chicas modelando.

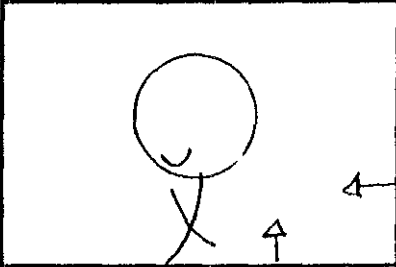
F.I. REGISTRA RUBRICA 20"

CORTE DIRECTO.



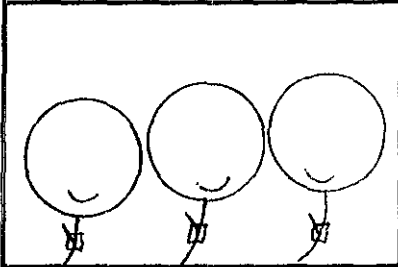
TOMA 325 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
LS gente viendo desfile.

CORTE DIRECTO.



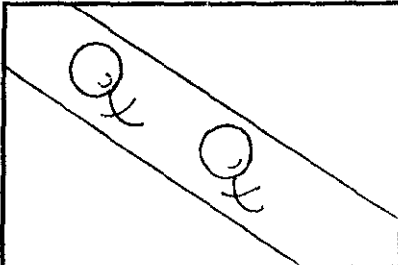
TOMA 326 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
Tilt up con pan left de chica en
escenario con MS.

CORTE DIRECTO.



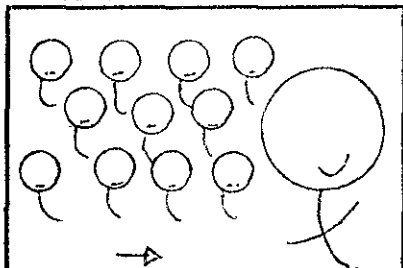
TOMA 327 CÁMARA STOCK TIEMPO 1"
LS de la prensa.

CORTE DIRECTO.



TOMA 328 CÁMARA STOCK TIEMPO 2"
Two shot con MS chicas modelando.

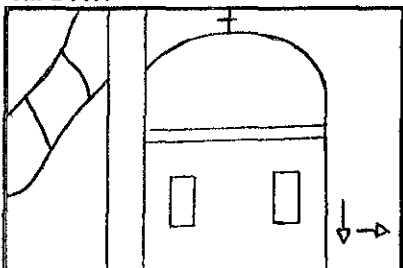
CORTE DIRECTO.



TOMA 329 CÁMARA STOCK TIEMPO 4"

**LS del público y prensa con pan right
entra a cuadro modelo.**

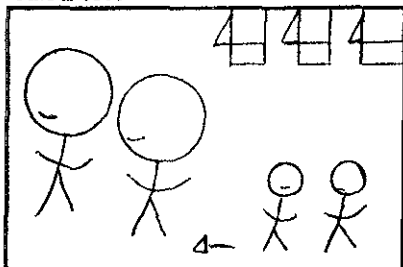
WIPE 797.



TOMA 330 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 8"

**Tilt down de bandera y catedral, zoom
back y pan right sobre la Plaza de la
Constitución.**

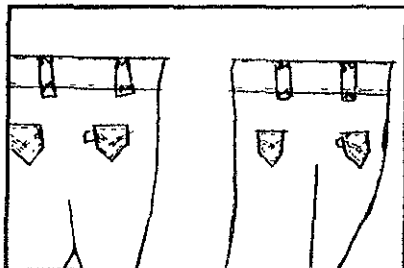
SLIDE 1800



TOMA 331 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"

**LS de la Plaza de la Constitución con
pan left.**

SPLIT 1200



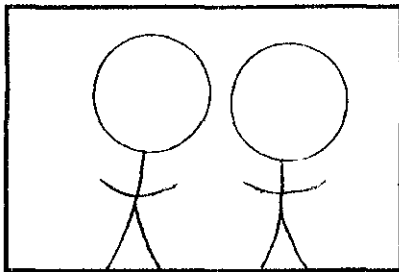
TOMA 332 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"

**MS de chicos con jeans en un parque de
diversiones.**

CROSS FADE, BAJA A FONDO

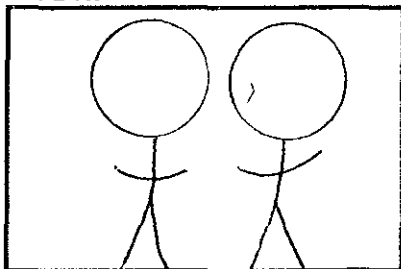
El siglo XX es parte importante de las transformaciones que los jeans como prenda han tenido y provocado tras el tiempo, tal vez el hecho de seguir usando jeans en nuestra década, con modas de los 60's, 70's y 80's, es una forma de seguir manifestando la necesidad de movimientos sociales, de transformaciones en función de proponer o de establecer alternativas de cambio para la sociedad.

WIPE 104.



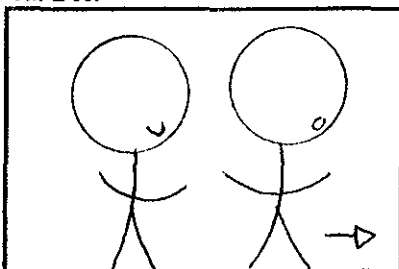
TOMA 333 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
Zoom back con FS de chicos caminando.

WIPE 80.



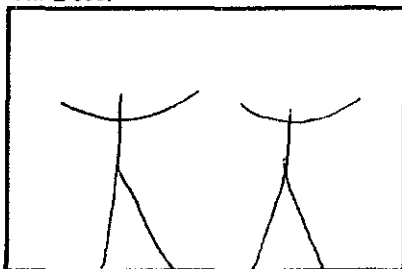
TOMA 334 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
FS de chicos caminando con jeans.

WIPE 80.



TOMA 335 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
FS de pareja caminando con jeans y
pan right.

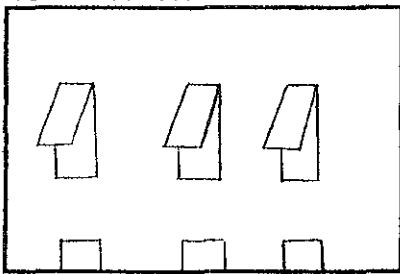
WIPE 800.



TOMA 336 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
MS de chicos con jeans.

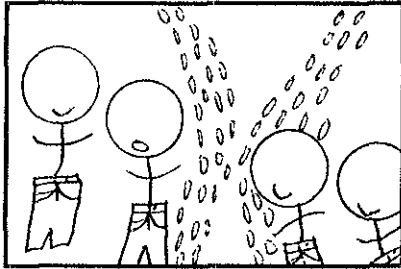
F.I. REGISTRA RUBRICA 12" Y BAJA A FONDO

CORTE DIRECTO.



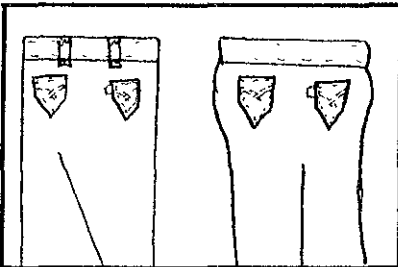
TOMA 337 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"
LS con pan right de la Plaza de la
Constitución.

WIPE 104.



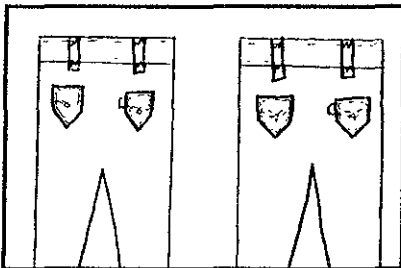
TOMA 338 CÁMARA STOCK TIEMPO 7"
LS mineros trabajando en riachuelos,
imagen mezclada con lluvia.

WIPE 900.



TOMA 339 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
MS de pareja con jeans en un parque
de diversiones.

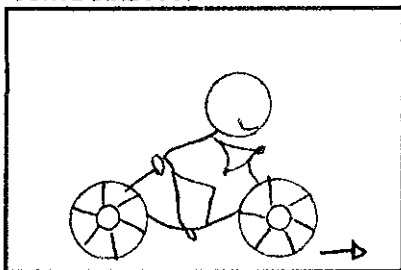
WIPE 900.



TOMA 340 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
MS de pareja con jeans en juegos
mecánicos.

Y pensar que todo comenzó hace tantos años cuando nadie se preocupa por vestirse a la moda para sacar el oro de un riachuelo o de una veta. Hoy en día ya no hay gambusinos, pero los jeans después de siglo y medio siguen usándose para el trabajo, pero también para el vivir diario.

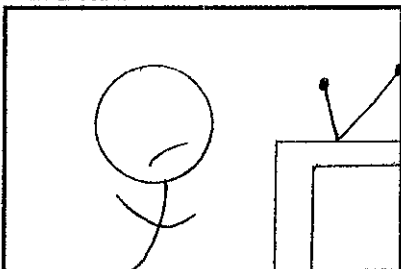
CORTE DIRECTO.



TOMA 341 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"
FS con pan right de chico en bicicleta
y con jeans.

CROSS FADE REGISTRA

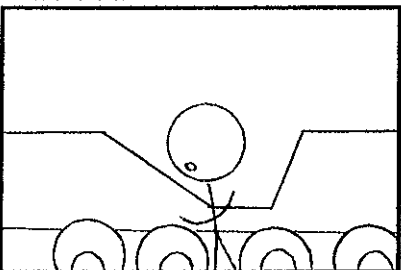
SLIDE 1824.



TOMA 342 CÁMARA STOCK TIEMPO 8"
MS con pan left de mecánico viendo
el televisor.

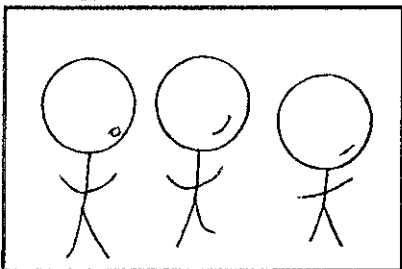
PUENTE MUSICAL (20")

SLIDE 1824.



TOMA 343 CÁMARA STOCK TIEMPO 12"
LS de carretera, FS de hombre trabajando.

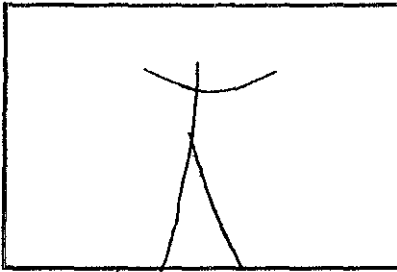
WIPE 22.



TOMA 344 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 6"
FS de chicos (as) con jeans y zoom in.

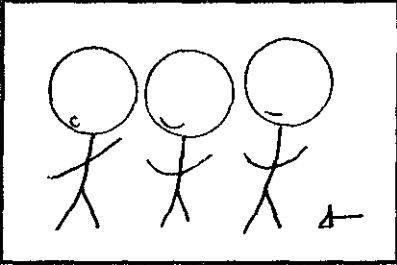
RUBRICA PERMANECE HASTA INDICACION
Y BAJA A FONDO.

WIPE 22.



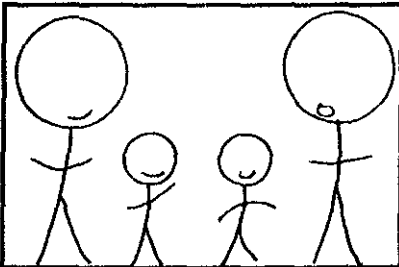
TOMA 345 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 5"
MS de chica con jeans.

WIPE 22.



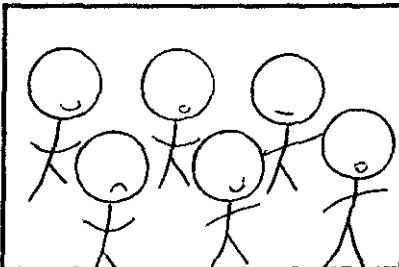
TOMA 346 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
LS de la Plaza de la Constitución con
pan left, grupo de chicos con jeans.

DISOLVENCIA.



TOMA 347 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
FS con zoom back de pareja y niños con
jeans en un panteón.

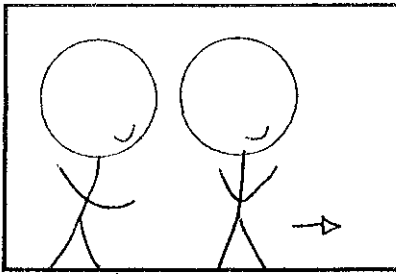
DISOLVENCIA.



TOMA 348 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
Group shot de gente con jeans.

En México y en nuestra década el uso de jeans tanto en hombres como mujeres ha sido por un cambio de cultura, pero también por comodidad, resistencia, flexibilidad, y sobre todo por ser combinable, lo cual lo vuelve permanente

CORTE DIRECTO.



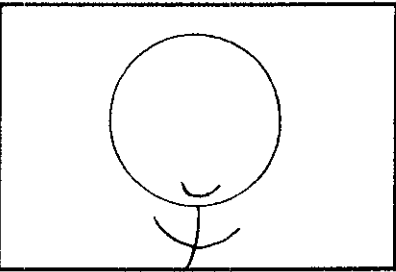
TOMA 349 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 4"
FS con pan right de pareja caminando,
chica con jeans.

CORTE DIRECTO.



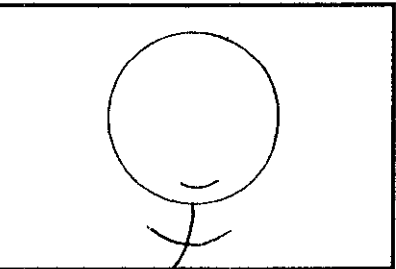
TOMA 350 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA.

WIPE 4.



TOMA 351 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 18"
MS de chica usuaria de jeans.

CORTE DIRECTO.



TOMA 352 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 15"
MS de chica usuaria de jeans.

FADE OUT

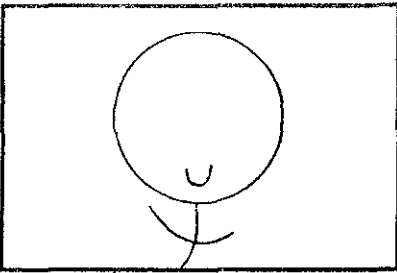
CHISPA MUSICAL

ENTREVISTAS AUDIO ORIGINAL

"A mí me gusta usar jeans porque son más cómodos y más fácil de... agarras el pantalón y te lo pones y rápido sales de tu casa, por eso me gusta usarlos, y son más fáciles de lavar, se quita más fácil lo que es la mugre, el polvo, son muy cómodos por eso me gusta usarlos "

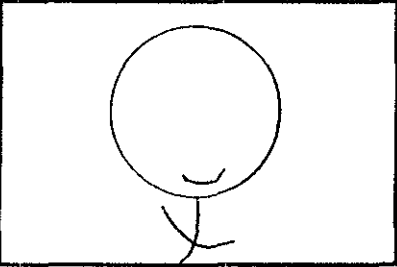
"Se me hacen muy prácticos, algo muy cómodo, combinan con muchas cosas, puedo hacer ejercicios, los puedo ocupar formal e informalmente, los puedo combinar con muchas prendas más y son muy cómodos y prácticos, por eso los uso, me encantan "

CORTE DIRECTO.



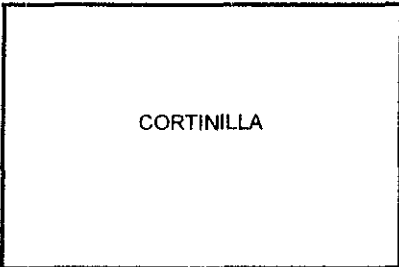
TOMA 353 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 7"
MS de chico usuario de jeans.

CORTE DIRECTO.



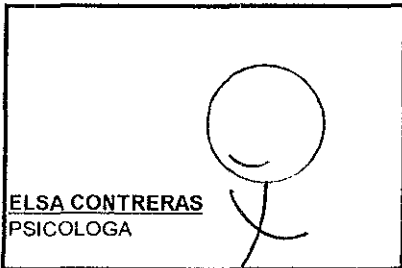
TOMA 354 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 11"
MS de chico usuario de jeans.

CORTE DIRECTO.



TOMA 355 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA

WIPE 312



ELSA CONTRERAS
PSICOLOGA

TOMA 356 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 30"
MS de la psicóloga Elsa Contreras,
entrevista con super.

"Es lo más básico, es lo más cómodo para andar, es lo mejor para andar cotorreando "

"Yo uso jeans porque aparte son muy cómodos, los puedes hacer como quieras, los puedes romper, los puedes combinar con cualquier parte y son muy prácticos para lavar"

CHISPA MUSICAL

ENTREVISTA AUDIO ORIGINAL

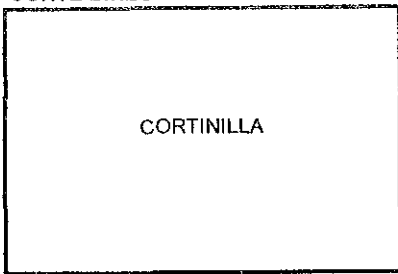
"Yo pienso que ha sido una prenda representativa de cada cambio; de verse diferente"

"Esto no es una sola clase social sino que ya es para todas las clases sociales aunque ya hay religiones que lo prohíben"

"Es una forma de aceptación"

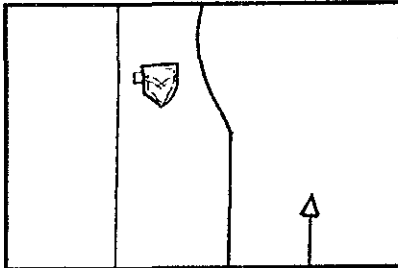
"Es algo global como que es algo muy cómodo, como que es algo que aunque esté sucio aparenta no verse tan sucio".

CORTE DIRECTO.



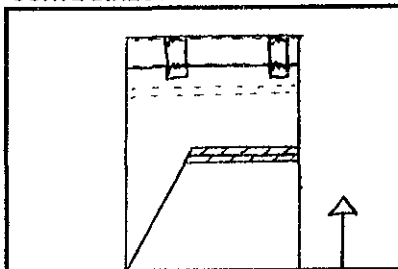
TOMA 357 CÁMARA PORTATIL TIEMPO 3"
CORTINILLA.

SLIDE 1821.



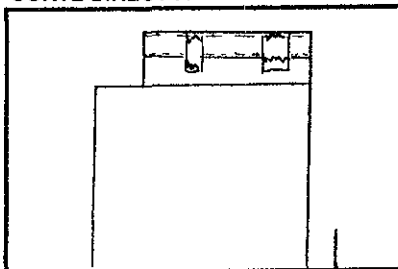
TOMA 358 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
Tilt up del jeans al ser doblado.

CORTE DIRECTO.



TOMA 359 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
Tilt up del jeans al ser doblado.

CORTE DIRECTO.

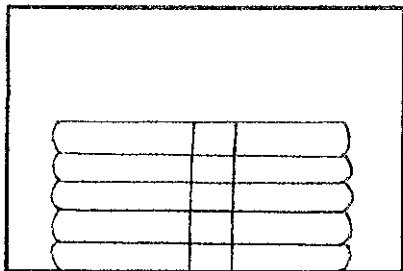


TOMA 360 CÁMARA STOCK TIEMPO 3"
Tilt up del jeans al ser doblado.

CHISPA MUSICAL

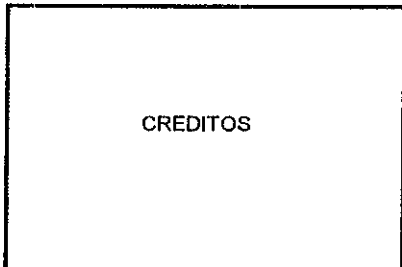
F.I. RUBRICA ENTRA EN 3", REGISTRA 4"
Y BAJA A FONDO EN 3", PERMANECE
HASTA INDICACION.

CORTE DIRECTO



TOMA 361 CÁMARA STOCK TIEMPO 10"
LS de jeans, chica acomodando.

WIPE 900.



TOMA 362 CÁMARA 1 ESTUD. TIEMPO 40"
CREDITOS.

Es así como en ires y venires los primeros jeans del mundo cierran una pagina más por el tiempo, dando así nueva vida a la historia que no se acaba

RUBRICA REGISTRA HASTA INDICACION.

3.5 BREAK DOWN

29 DE ENERO DE 1998.

- 12:00 Organización del equipo de grabación.
- 13:00 Desplazamiento a locación, lugar donde se llevará a cabo la entrevista con el diseñador.
- 14:30 Llegada a la calle de Culiacán, lugar para la realización de entrevista.
- 15:00 Realización de la entrevista al diseñador Miguel García.
- 16:00 Término de la entrevista.
- 16:15 Levantamiento del equipo de grabación.
- 16:30 Receso para comer
- 18:30 Traslado a la plaza Coyoacán para levantar imagen en centros comerciales.
- 19:00 Al llegar a la plaza, se inicia la grabación de las tomas designadas.
- 20:30 Fin de grabación.
- 22:00 Revisión de material recopilado y evaluación del trabajo.

ENEP ARAGÓN

11 DE FEBRERO DE 1998.

- 10:00 Preparación del equipo de grabación en el estudio de la ENEP ARAGÓN, lugar donde se realizará la entrevista con la socióloga Cristina Camacho Ramos, profesora de la institución.
- 11:00 Inicio de la entrevista con Cristina Camacho Ramos, Socióloga.
- 12:00 Término de la entrevista.
- 12:30 Inicio de la grabación del alumnado de la ENEP ARAGÓN, en explanadas, edificios y salones, destacando en las tomas los *jeans*.
- 14:30 Término de las actividades del día, entrega del equipo de grabación.
- 15:00 Salida a comer.
- 17:00 Revisión del material grabado y selección previa.

12 DE MARZO DE 1998.

- 9:30** Preparación del estudio de la ENEP ARAGÓN para grabar tomas fijas de posters y revistas, cartoneo.
- 10:00** Inicio de la grabación de las imágenes.
- 13:00** Término de la grabación en el estudio.
- 13:30** Revisión de tomas y comentarios sobre las mismas.
- 15:00** Receso para comer.
- 17:00** Preparación del equipo de grabación para la entrevista con el comunicólogo.
Revisión de los últimos detalles de las tomas.
- 17:30** Realización de la entrevista con el comunicólogo Hugo Sánchez Gudiño, profesor de la ENEP ARAGÓN.
- 18:30** Terminó de la entrevista.
- 19:00** Revisión del material grabado y selección previa.

CENTRO HISTÓRICO

15 DE MARZO DE 1998.

- 9:30** Revisión del material de grabación.
- 10:00** Traslado plaza a la Constitución para la grabación de imágenes y entrevistas.
- 11:00** Inicio de la grabación en la plaza de la constitución, ubicando a gente portadora de *jeans*, realización de tomas a nivel del piso, poniendo en campo sólo piernas o caderas; además de tomas abiertas a la gente que visita la plaza.
- 12:00** Inicio de entrevistas a gente que usa *jeans*, hombres y mujeres de edad variada que se ubican en la plaza de la constitución.
- 13:30** Fin de la grabación de entrevistas en el lugar.
- 14:00** Desplazamiento a la Catedral del lugar, realizándole tomas de frente, logrando tomar a la gente que la visita.
- 15:00** Traslado a la parte trasera de la Catedral, ubicando desde el lugar al Monte de Piedad y gente que transita las aceras.
- 16:00** Término de la grabación del día, se guarda el equipo de grabación.

PLAZA PERICOAPA GUELATAO

22 DE MARZO DE 1998.

- 10:00** Preparación del material para grabar el break del día.
- 11:00** Salida a locación.
- 11:30** Llegada a la Plaza Pericoapa Guelatao, organizando material para iniciar grabación.
- 12:00** Inicio de la grabación de imágenes en la planta baja de la plaza.
- 13:30** Continuación del trabajo de grabación, ahora en la planta alta.
- 15:00** Termina el trabajo de grabación, fin del break del día.
- 16:00** Revisión del material grabado, errores de iluminación y audio. Repetición de imágenes en otra locación.

FES ZARAGOZA CAMPUS 2

23 DE MARZO DE 1998.

- 11:00** Salida a la FES Zaragoza Campus 2 para grabar a universitarios con jeans.
- 11:30** Comienza la grabación de imágenes fuera de la FES
- 12:30** Término de la grabación, debido a mal tiempo.

C.C.H. ORIENTE

24 DE MARZO DE 1998.

- 14:00** Traslado al C.C.H. Oriente para grabar la explanada, edificios y entrevistas a jóvenes con jeans.
- 14:30** Inicio de la grabación de imágenes en la explanada del Colegio. Se buscan tomas de los jeans.
- 15:30** Preparación de equipo para realizar la entrevista con la psicóloga.
- 16:00** Inicio de la entrevista con Elsa Contreras, psicóloga.
- 17:00** Término de la entrevista.

EL BOSQUE DE CHAPULTEPEC

28 DE MARZO DE 1998.

- 12:15** Preparación del material de grabación.
- 12:30** Salida a locación.
- 13:30** Llegada al Bosque de Chapultepec para la grabación de imágenes a gente con *jeans*.
- 14:30** Término de la grabación de gente que visita el bosque y usa *jeans*.
- 15:00** Receso para comer.
- 17:00** Fin del break del día.
- 18:00** Revisión de tomas y comentarios sobre las mismas.

PARQUE DE DIVERSIONES DIVERTIDO

29 DE MARZO DE 1998.

- 08:00** Preparación del equipo de grabación para salir a locación.
- 08:30** Salida a locación.
- 10:00** Llega al Parque de Diversiones Divertido, organizando material para iniciar grabación.
- 10:30** Inicio de la grabación de imágenes dentro del parque a gente que lo visita y usa *jeans*.
- 12:00** Término del trabajo de grabación. fin del break del día, se guarda el equipo de grabación.
- 14:00** Revisión del material grabado.

STOCK

DEL 14 DE ABRIL AL 22 DE ABRIL DE 1998.

12:00 - 15:00 POR DÍA.

La selección del material, en cuanto a imágenes de stock se refiere, se basará en revisar los videos que con el tema son a fines y lograr obtener tomas que ayuden a dinamizar el reportaje, procurando cubrir los requisitos que la información de la voz en off marque.

Las imágenes son sobre las décadas de los 50, 60, 70 y 90. Además de buscar material de mineros y *Hippies*.

23 DE ABRIL DE 1998.

12:00 - 16:00 Selección del material de publicidad Levi's.

24 DE ABRIL DE 1998.

12:00 - 16:00 Selección de material para cortinillas.

27 DE ABRIL DE 1998.

9:00 Inicio de calificación de imagen.

12:00 Término de la selección.

28 DE ABRIL DE 1998.

9:00 Inicio de la selección de música para dinamizar el reportaje

12:00 Fin de la selección musical.

29 DE ABRIL DE 1998.

9:00 Realización del casting para locutores.

10:30 Término del casting.

10:30- Receso, comentarios

30 DE ABRIL DE 1998.

11:00 Preparación para grabar la voz en off.

12:00 Inicio de la grabación

14:00 Fin de la grabación.

PANTEÓN CIVIL SAN LORENZO TEZONCO.

02 DE MAYO DE 1998.

09:30 Preparación del material de grabación.

10:00 Traslado a la locación.

10:30 Llega al Panteón Civil, para grabar a gente que visita el lugar y usa *jeans*.

10:45 Inicio de la grabación.

11:30 Fin del break en la locación.

LA VILLA

03 DE MAYO DE 1998.

08:00 Preparación del material de grabación.

08:15 Salida a locación.

09:45 Llega a la explanada de la basílica.

10:00 Inicio de la grabación de imágenes a personas con *jeans* que visitan la basílica.

11:00 Término de la grabación.

04 DE MAYO DE 1998.

10:00 Preparación para la edición on-line.

10:30 Inicio de la edición.

15:00 Receso.

06 DE MAYO DE 1998.

10:30 Continúa la edición on-line

14:00 Término de la edición.

07 DE MAYO DE 1998.

9:00 Realización de la post-producción.

13:00 Fin de post-producción.

08 DE MAYO DE 1998.

10:00 Preparación para el copiado en serie.

16:00 Término del copiado.

3.6 PRODUCCIÓN

El largo y complejo proceso artístico, técnico, financiero y administrativo que conduce a la realización de un video, descansa sobre cuatro pilares fundamentales: investigación y guión (que es el programa sobre el papel), pre-producción o preparación, producción, realización o grabación y postproducción (que incluye; la edición y proceso de acabado en video y audio).

Por lo general, todo este proceso se engloba bajo un común denominador que se conoce con el apelativo de producción de un programa o video, y que incluye también al equipo de trabajo, técnico y artístico, que va a hacer posible esa realización.

3.6.1 PRE-PRODUCCIÓN

Esta etapa inicia cuando se especifican, de la investigación, los puntos que integrarán el guión. En esta fase se trata de poner a funcionar los elementos que intervendrán en la grabación. Para echar a andar estos elementos es necesario elaborar un guión, que abarcará los puntos más importantes de la investigación; así como un plan previo, que considerará cuidadosamente los recursos de la grabación: locaciones, sets, técnicas y costos; es decir, los elementos de la producción

Esta consideración previa concluyó con un plan de trabajo, el cual fue mi guía de grabación, aunque teniendo cierto margen de flexibilidad para cualquier imprevisto. Dicho plan de trabajo contenía las locaciones (que son los lugares donde se grabó) y las necesidades de producción, aunque para que el plan fuera fluido fue necesario elaborar una lista completa de todos los lugares de grabación (break down), detallando minuciosamente todos los elementos de producción necesarios en cada lugar.

El primer paso fue tener en cuenta la idea principal del video, saber qué se quería transmitir de la investigación; en este caso el tema *jeans* abarca mucha información que va desde el por qué se usa *jeans* hasta la historia que esta prenda trae consigo. Después de este trabajo de selección concluí que el centro donde se mueve toda la información es precisamente la historia de los primeros *jeans* del mundo, y qué mejor que seguir con la línea y terminar con la representación en imagen y sonido, además de hacer presente la importancia que la historia de esta prenda tiene, la cual todos usamos y a penas sabemos nada.

Posteriormente, ya teniendo el tema proseguí a crear un argumento con los puntos que desarrollarían la idea, explicando los principales acontecimientos que mostrarán fielmente la representación a seguir, involucrando tiempo y espacio. Todo esto a grandes rasgos, debido a que en video la historia es aburrida y poco atractiva.

El siguiente paso a dar fue el crear la sinopsis del argumento para poder traducir ya después en imágenes lo escrito, teniendo cuidado en la redacción, de forma que se llevará al receptor por el tiempo.

Ya ubicada en la historia no me quedaba más que proseguir al guión literario, el cual me permitió desarrollar, más formalmente, por orden cronológico cada etapa por la que los *jeans* pasaron y así describir y penetrar en el tiempo, imaginando estar presente.

Aunque esto no quedó ahí, puesto que el trabajo debería terminar con el guión técnico, el cual es la etapa que precede al rodaje. En él ya no se crean situaciones, ni diálogos, sino se toma toda la información literaria generando un escrito que contiene todo tipo de indicaciones sobre la técnica propia de la realización del video, como los movimientos de las cámaras, el encuadre, los efectos, etc. Aquí me enfrenté a obstáculos que impedían dar por terminado el guión técnico, que con la práctica y la ayuda profesional recibida del Lic. Fernando García Aguirre, asesor de mi tesis, pude vencer barreras y terminar la etapa de guionado, aunque ligado a ésta se encuentra una herramienta útil para el guión, la cual consiste en una serie de pequeños dibujos ordenados de acuerdo a las acciones que pretendía grabar, ayudándome a visualizar las ideas de lo escrito. A esta herramienta se le conoce como story board y su objetivo es visualizar una historia a través de imágenes unidas.

Todo esto permite confeccionar un plan bastante aproximado a la realidad de la producción, evitando confusiones al reunir al equipo de trabajo a una junta de preproducción para leer el guión y verificar toda la acción a desarrollarse.

3.6.2 REALIZACIÓN

La fase de grabación o producción, consiste en la concreción de las ideas generadas en la etapa anterior. Es la realización misma del programa, en este caso del video-reportaje.

Para levantar las imágenes y sonidos adecuados, planeados desde el guión hasta el plan de producción, es necesario tener presente las siguientes consideraciones durante la grabación.

Los primeros días de trabajo fueron livianos, de tal manera que me permitieron ir adaptándome a las condiciones de las locaciones, cuando éstas eran largas, el escalonamiento de los días de grabación permitieron la continuidad dentro de cada secuencia: los materiales y equipos se eligieron con cuidado para servir a las necesidades; cada plan diario de trabajo se planeó de modo tal que las condiciones climatológicas y de luz natural permitieran grabar los exteriores de manera óptima.

Al ir elaborando todo lo necesario para la producción del video, tuve que crear un plan previo para organizar las grabaciones, además de precisar mediante un break down el horario de grabación, desplazamientos y edición, todo con el fin de llevar organizadamente la producción sin contratiempos, así como cuidar a través de las necesidades de producción, tanto materiales como técnicas y profesionales, el presupuesto de la producción y realización del video.

Las tomas debían obedecer al plan original, aprovechando imaginariamente las contingencias de la grabación y también complementando las escenas y las tomas que permitían nuevas perspectivas.

De la evaluación de todas estas consideraciones surgieron, en algunos casos, modificaciones que eran necesarias por cambios imprevistos y repetición de tomas. Al final de cada día de trabajo, este plan se transformaba en informe diario, con el objetivo de organizar el trabajo de producción y así facilitar el terminado final.

Durante esta fase encontré la falta de experiencia en la rama televisiva, ya que el producir un video no es solamente ponerse a grabar, sino que intervienen elementos poco tomados en cuenta como la luz, el sonido, el encuadre adecuado, la transición de imágenes, efectos, técnicas para las entrevistas, permisos de grabación y por supuesto, la utilización de relaciones públicas. Enumerar suele ser fácil, pero llegar a la realización y ejecutar resulta un reto.

3.6.3 POST-PRODUCCIÓN

"El término post-producción engloba todos aquellos procesos operativos de base técnica y artística que conducen, una vez grabado el material original, al acabado definitivo de la obra, es decir, el video tal y como llegará al espectador".¹

La post-producción comienza con la selección de las imágenes grabadas, las cuales permanecen en off line, sigue en la sala de edición (o sala de montaje), se desarrolla a través de los distintos aparatos de procesado de la imagen, con lo cual nos situamos en la etapa on line, continúa en la cabina de audio con el tratamiento del sonido, y termina con el copiado final del programa.

El concepto de la edición se vincula al de continuidad narrativa y significa la operación de unir o engarzar un plano tras otro, con el fin de construir el hilo narrativo o argumental del programa. Consiste en "cortar" una toma a la medida exacta, unirla a otra igualmente ajustada, y así un plano tras otro. La unión y el corte se hacen exclusivamente por medios electrónicos en los bancos de edición.

La necesidad de editar se impone tanto a razones de tipo artístico como técnico. Cada toma por separado tiene una longitud temporal mayor que su duración útil real. Cuando se inicia la grabación de una toma hay que dejar transcurrir cierto tiempo no inferior a 10 segundos antes de dar la orden de "acción", con el fin de permitir que la toma de imagen se establezca electrónicamente, (este sobrante se elimina en la edición), ocurre lo mismo al final de cada toma.

Existen muchos motivos que hacen imprescindible la edición, como el darle coherencia al material grabado y la comprobación de lo considerado en el guión, así como el ritmo, es decir, los elementos unidos armónicamente. Con este proceso se le confiere un sentido artístico al material en bruto.

"La edición de las imágenes exige de la técnica, otras posibilidades por encima del simple ensamble o inserto de tomas por corte directo. Son recursos habituales que utiliza el lenguaje audiovisual, las transiciones encadenadas, las disolvencias en negro de la imagen, las cortinillas de paso de un plano a otro, la multiplicación de imágenes distintas sobre un mismo plano, la congelación, la reproducción lenta de un movimiento, etc".²

Estos recursos se pueden utilizar gracias a la mesa de mezclas. Esta unidad hace posible tanto los fundidos y encadenados de la imagen como la sobreimpresión y disolvencias, permitiendo conmutar señales de dos o más fuentes de video.

¹ Soler, Llorenç La televisión. p. 90

² Ibidem p 93

Armado el programa, se recurre a la cabina de audio para musicalizar y mezclar los efectos de sonido que se requieren. Al concluir con todas las etapas de post-producción, el videocassette master (que es en el que se armó el programa) es revisado minuciosamente por el director, productor, y de ser posible, por todo el equipo de trabajo que intervino en la realización del programa. Si es necesario se hacen las correcciones para su terminación. Al master final, se le hacen las copias necesarias, las cuales son revisadas y enviadas para ser programadas y difundidas.

CONCLUSIONES.

La idea fue hacer una tesis que tratara un tema fuera de los comúnmente tomados en cuenta, que engloban el hacer o no hacer de la sociedad, que enfocan al individuo a conscientizar su entorno, como la sexualidad, la corrupción, el narcotráfico, entre otros; sino que tuviera un contenido más fresco, ya que el ser un trabajo de Ciencias de la Comunicación, implica el preguntarse todo lo que pasa a nuestro alrededor por más simple que sea, siempre tendrá su importancia y su por qué. Es por esto que el presente trabajo de investigación se desarrolló girando en torno a los *jeans*, una prenda que la mayoría usamos y ni siquiera sabemos que origen tiene; esto debido a que cuando algo se vuelve cotidiano o constante va perdiendo el interés de conocerlo o preguntarse el por qué de las cosas, aspecto en el cual entran los *pantalones de mezclilla* que al ser usados constantemente ya sea por una necesidad o por una simple forma de vestir, van convirtiéndose en algo común de la sociedad.

Aquí es donde, precisamente, se encuentra la importancia que esta prenda representó y presenta para todos los que la usamos, y que con ayuda de una profunda investigación documental y de campo, además de la asesoría profesional, he podido darme cuenta de que la prenda *jeans* tiene una historia, la cual junto con los cambios sociales, culturales, económicos e ideológicos de la sociedad, permiten que los *jeans* no pierdan su esencia: existir.

Es aquí donde entra el saber que la hipótesis determinada fue comprobada, puesto que los *jeans* han podido adaptarse a las necesidades y circunstancias de las distintas épocas gracias a los cambios históricos que la sociedad manifiesta constantemente; esto en virtud de que las variaciones en el vivir y vestir siempre serán determinadas por la sociedad de acuerdo a las situaciones que enfrentamos.

El estudio de los *jeans* obedeció a los objetivos que se determinaron, concluyendo con el video reportaje, ya que la investigación inicia históricamente para ubicar y exponer la evolución de la prenda, logrando explicar su surgimiento, su uso inicial y actual, su llegada a México, así como el conocer de manera explícita la opinión de expertos como la socióloga Cristina Camacho Ramos, el comunicólogo Hugo Sánchez Gudiño, el diseñador Miguel García y la Psicóloga Elsa Contreras; así como la opinión de quienes usan *jeans*, todo con el fin de enfatizar la investigación.

Bajo estas determinaciones se hizo el proyecto de investigación. Al concluir el reportaje, según los objetivos a seguir, éste mismo fue adaptado a un guión técnico para televisión, lo cual se volvió aún más interesante, pero también permitió que conociera las verdaderas técnicas televisivas, así como lo importante que es el transmitir a través de la televisión, por medio de sonidos e imágenes, mensajes que nos hagan permanecer frente a ella.

La grabación y edición de imágenes son en esencia, una forma de poder alimentarse de cosas tan simples, como el ver pasar a la gente, pero que en ese ir y venir nos transmiten cosas que le dan importancia a la voz del video.

De hecho, el realizar un video reportaje resulta ser un compromiso verdadero y profesional, que con la enseñanza académica no logramos cubrir, puesto que el desempeñar varios cargos en un sólo trabajo suele convertirse en dedicación completa y aprendizaje general del cómo llevarlos a cabo, saber desempeñar el papel de un productor no es lo mismo que el de un guionista o el de un director, son actividades y conocimientos distintos, pero con un mismo objetivo. Es precisamente la experiencia que enfrenté ante este trabajo, pero que con la ayuda profesional que recibí del taller de T.V. de la ENEP ARAGÓN, pude aprender, de manera generalizada, cómo mostrar las actitudes ante cada situación, así como lograr un trabajo de acuerdo a la televisión y a los objetivos planteados, que sí fueron cumplidos ante la investigación y en el video reportaje.

El hacer una tesis teórica-práctica, implica hacer uso de todos los conocimientos adquiridos en la carrera. Por ello, en la parte escrita se describe todo el proceso que conlleva al video: la investigación de la que se parte para hacer la escaleta y posteriormente, el guión; el plan de producción, el break de grabación y el Story Board. Se anexaron todos estos documentos con el fin de que se tuviera una información completa del trabajo.

Los *jeans* como prenda han vestido a miles y millones de personas, satisfaciendo sus necesidades en el vestir; a veces los usan por comodidad, otras porque duran más tiempo en comparación con otras prendas, porque resisten más lavadas o porque se ensucian menos, por flexibles y combinables.

La investigación que realicé en busca de un título se convirtió en una prueba más para la búsqueda de mayores bases en la composición de imágenes, me generó nuevas dudas, retos e ideas que no había tomado en cuenta antes de incursionar de manera formal en el mundo de la imagen en movimiento

El guión fue un reto a mi inexperiencia. Al convertirlo en técnico se hizo una parte ardua, ya que tuve que plasmar la idea de la imagen en el papel, realizar plantillas para la grabación y un plan de producción, además de la realización de un break down, donde las locaciones, las solicitudes de permisos para poder grabar plazas, fue todo un proceso nuevo en la realización.

En las grabaciones, por la escasa experiencia, noté que el uso de luces es fundamental, sin dejar de lado el sonido, elemento con el que aprendí a trabajar, pues en algunas grabaciones exteriores el ruido las afectó, teniendo que volver a repetir la toma.

Es cierto que la producción de un video crea experiencia y motiva nuestra autoevaluación en los conocimientos que adquirimos durante la carrera de Comunicación y Periodismo de la E.N.E.P. Campus Aragón, corrigiendo así cualquier error que en un futuro campo de trabajo se pueda presentar.

Debido a la experiencia adquirida en la realización del presente estudio, he podido darme cuenta que cuatro años en la E.N.E.P. Aragón, a través de la carrera de Comunicación y Periodismo no bastan para ser un experto en técnicas televisivas, así como en investigaciones documentales y de campo, tenemos las bases para iniciar un buen trabajo, pero no la práctica adecuada para desenvolvernos en un medio tan comprometedor como es la comunicación.

Así podemos darnos cuenta que los *jeans*, la investigación documental y de campo, así como la producción de un video son claves accesibles para presentar un trabajo de tesis.

GLOSARIO

ARGUMENTO: Se traza un recorrido de los distintos personajes que van a servir para el desarrollo de la idea. Se explican los principales acontecimientos y se ubica la acción en el tiempo y espacio. Todo ello a grandes rasgos, es decir, que traducido a lenguaje escrito, a penas ocupará un folio.

GUIÓN: Texto o pauta escrita que se sigue en el rodaje, contiene no sólo el diálogo, sino descripciones de todos los efectos sonoros, acciones y movimientos de la cámara cinematográfica.

GUIÓN LITERARIO: Es la historia pormenorizada y estructurada en forma escrita que incorpora los contenidos que serán expuestos y desarrollados en el video. Forma novelada de construir el guión. Partiendo de todas las escenas detalladas en las sinopsis, el guión literario desarrolla por orden cronológico cada una de ellas, incluyendo la descripción del espacio y del decorado donde tiene lugar la acción, qué tipo de ella ejecuta cada persona, cuáles son sus movimientos, reacciones y actitudes, pero sobre todo se detallan los diálogos que sostendrán los personajes entre sí e incluso el texto de la voz en off si existiera. Hemos dicho que adquiere forma novelada porque leído en continuidad recuerda esa forma narrativa.

GUIÓN TÉCNICO: Describe con minuciosidad, no sólo la acción y los diálogos de los personajes, sino también los movimientos de la cámara, su angulación con respecto al sujeto, el sector de la realidad que abarca, así como todos los elementos aclaratorios de la puesta en escena, además de los detalles técnicos y artísticos que se consideren útiles. Es la etapa que precede al rodaje. En él ya no se crean situaciones, ni personajes, ni diálogos. Se toma toda la información del guión literario y se pasa por el tamiz del ojo del realizador, simplemente. Ello genera un tipo de guión que contiene todo tipo de indicaciones, propias de la realización de ese programa, sobre emplazamientos y movimientos de las cámaras, tamaño del encuadre, efectos especiales, etc.

IDEA NÚCLEO INICIAL: Será temática. De ella se partirá para el desarrollo de las posteriores fases del guión; constituye el tema del guión.

LENGUAJE: Conjunto de sonidos articulados que constituyen una lengua, utilizados por el hombre para manifestar lo que piensa o siente. en la manera de expresarse existe el lenguaje culto, grosero, secillo, técnico y vulgar.

PRÁCTICA: Ejercicio de cualquier arte o facultad, conforme a sus reglas. Aplicación de una idea o doctrina.

PRE-PRODUCCIÓN: Es la etapa donde se recurre a las discusiones acerca de las condiciones y se negocia con diversos actores y directores, modificaciones al guión, búsqueda de locaciones, diseño de escenarios, ensayos, transporte y rodaje de las escenas.

PRODUCCIÓN: Es la parte en donde se realizan las grabaciones con base en un guión, interviene la dirección, las tomas y las locaciones.

POST-PRODUCCIÓN: Se realiza la edición y musicalización, para finalmente hacer la promoción y publicidad, los efectos especiales, montaje y doblaje.

RECURSOS: Petición por escrito, medios especiales para conseguir algo.

SINOPSIS: Consiste en descomponer el argumento en unidades simples de modo que puedan ser traducidas posteriormente a imágenes, a través de las distintas escenas.

STORY BOARD: Es una herramienta útil para la elaboración de guiones, tanto del género dramático como del género informativo. Consiste en una serie de pequeños dibujos ordenados en secuencia de las acciones que se van a filmar o grabar, de manera que la acción de cada escena se presenta en términos visuales. Ayuda a visualizar las ideas del guionista y es muy utilizado en la producción de anuncios comerciales, video-clips, audiovisuales de transparencias y películas con diseños visuales muy elaborados. El objetivo siempre debe ser el mismo: visualizar una historia a través de imágenes unidas en secuencia.

TÉCNICA: Relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes.

VISUAL: Recta que va desde el ojo espectador hasta el objetivo.

VIDEO: producción, grabación de imágenes con base en un guión de tiempo determinado.

FUENTES

BIBLIOGRAFIA

1. ALISON, Lurie. **El lenguaje de la moda**, Edición Paidós, Barcelona, 1994, 302 p.p.
2. BAENA, Paz Guillermina, Sergio Montero O. **Cómo elaborar una tesis en 30 días**, Ediciones Mexicanos Unidos, México, 1986.
3. BARTHES, Roland. **El sistema de la moda**, Barcelona, Ed. A.C., 1978, 278 p.p.
4. BEATON, Cecil. **El espejo de la moda**, Barcelona, Parsifal Ediciones, 1990, 349 p.p.
5. BONET, Eugeni Dols Joaquín, et al. **En torno al video**, Editorial G.G., Bcelona, 1980.
6. CARL, Grimberg. **Historia Universal. La Guerra de Secesión**, Colección N. 41, p. 31-33
7. CROCCI, Paula y VITALE, Alejandra. **Los cuerpos dóciles, hacia un tratado sobre la moda**, Argentina. La Marca, 1983, 172 p.p.
8. DÍAZ Palafox, Guillermo (recopilador). **Curso básico de lenguaje y técnica cinematográfica**, C U E C., México.
9. FELDMAN, Simón. **Realización cinematográfica, análisis y práctica**, Editorial Gedisa, España, 1979.
10. FELDMAN, Simón. **El director de cine**, Editorial Gedisa, España, 1979.
11. FIJEROLA, Pierre. **Introducción a la sociología**.
12. GAVARÓN, Lola. **La mística de la moda**, Barcelona, Ed. Anagrama, 1989, 181 p.p.
13. GONZÁLEZ Alonso, Carlos. **El Guión**, Editorial Trillas, México, 1984.
14. GONZÁLEZ, Reyna Susana. **Manual de redacción e investigación documental**, Editorial Trillas, México, 1984.
15. GONZÁLEZ, Treviño Jorge E. **Televisión teoría y práctica**, Editorial Alhambra Mexicana, S A de C.V, México. D F., 1988.
16. HAYTEN, Peter **Armonimod: los colores armónicos de textiles, plásticos, trajes femeninos y masculinos y en todos los componentes de la moda**. Barcelona, Ed. Leda, 1970, 240 p.p
17. **Historia del cine** Biblioteca Temática UTEHA, España.
18. J. DOLS, T. Perales. et Al **Introducción al video**, área: video, n. 21 C.U.E.C., México, D.F., 1989.

19. KALONIKO. **La historia del traje**, México, Ed. Diana, 1992, 143 p.p.
20. KLEPPER, Erhard. **El traje a través de los tiempos**, Barcelona, Gustavo Gili, 1971, 144 p.p.
21. LAYER, James. **Breve historia del traje y la moda**, España, Ed. Cátedra, 1989, 143 p.p.
22. LEÑERO, Vicente, Carlos Marín. **Manual de periodismo**, Edit. Grijalbo, S.A., México, 1986.
23. LEVI-STRAUSS, Claude. **Antropología estructural**, Buenos Aires, Ed. Eudeba, 1977, 371 p.p.
24. MARSHAL URBAN, Wilbur. **Lenguaje y realidad**, México, Ed. F.C.E., 1979, 638 p.p.
25. MELLI, Richard. **La estructura de la personalidad en motivación**, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1979.
26. MIRANDA BASURTO, Angel. **La evolución de México**, Ediciones Numancia, S.A., México 5, D. F., 1989, 367 p p.
27. MORALES, Luz María. **La moda**, Salvat Editores, Barcelona, 1956, 300 p.p.
28. NAGEL, Ernest. **Simbolismo y ciencia**, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1972.
29. **NUEVA ENCICLOPEDIA TEMÁTICA**, Editorial Cumbre, S. A., 28a. edición, Tomo 5 y 7, México, D.F., 1981, 536 p p.
30. **NUEVA ENCICLOPEDIA AUTODIDÁCTICA QUILLET**, Editorial Cumbre, S. A., 20a. Edición, tomo IV, México, 1981, 550 p.p.
31. R. DALMAU, J. Ma Soler Janer. **Historia del traje**, Barcelona, Ed. Vda. J. Ferrer Coll., 1947, 489 p.p.
32. RIVIÈRE, Margarita. **La moda, ¿comunicación o incomunicación?**, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1977, 185 p.p.
33. RODRÍGUEZ ESTRADA, Mauro. **Autoestima: clave del éxito profesional**, México, Ed. Manuel Moderno, 1985, 137 p.p.
34. SQUICCIARINO, Nicola. **El vestido habla**, Madrid, Cátedra, 1990, 215 p.p.
35. VON VOEHN, Max. **La moda, siglo XIX (1818-1842)**, Salvat Editores, S. A., Tomo 6, Barcelona, 1951, 210 p.p.
36. YONNET, Paul. **Juegos, modas y masas**. Barcelona, España, 1988, Ed. Gedisa, 239 p p.

TESIS: Redistribución de las líneas de producción de una planta manufacturera de pantalones. INGENIERÍA INDUSTRIAL

ARCIAGA Mariscal, Salvador,

LEDESMA Ledesma, Isidro,

VICENCIO Garcia, Marcos,

IPN, UPIICSA, México, 1985.

Industria Textil. Apuntes sobre el curso de actualización profesional en hiladura.

IPN Escuela Nacional de Ingeniería Textil, COFFA, México.

HEMEROGRAFÍA

REVISTA ERES (CATORCENAL)

1. 1o. Enero de 1990, Año II Núm. 32
2. 1o. Marzo de 1990, Año II Núm. 36
3. 1o. Mayo de 1990, Año II Núm. 40
4. 1o. Enero de 1991, Año II Núm. 56
5. 16 Enero de 1991, Año III Núm. 57
6. 1o. Febrero de 1991, Año III Núm. 58
7. 16 Febrero de 1991, Año III Núm. 59
8. 1o. Marzo de 1991, Año III Núm. 60
9. 16 Abril de 1991, Año III Núm. 63
10. 1o. Mayo de 1991, Año III Núm. 64
11. 1o. Noviembre de 1991, Año IV Núm. 76
12. 16 Noviembre de 1991, Año IV Núm. 77
13. Edición especial en forma y vacaciones 1992
14. Edición especial pareja 1992
15. 16 Agosto de 1992, Año IV Núm. 95
16. 1o. Septiembre de 1992, Año IV Núm. 96
17. 1o. Noviembre de 1992, Año V Núm. 100
18. 1o. Febrero de 1993, Año V Núm. 109
19. Edición especial pareja 1993, Año V Núm. 110
20. 1o. Abril de 1993, Año V Núm. 115
21. 1o. Mayo de 1993, Año V Núm. 117
22. 16 Agosto de 1993, Año V Núm. 124
23. 16 Septiembre de 1993, Año VI Núm. 126
24. 16 Diciembre de 1993, Año VI Núm. 132
25. 16 Septiembre de 1994, Año VII Núm. 150
26. 16 Enero de 1995, Año VII Núm. 158
27. 1o. Febrero de 1995, Año VII Núm. 159

28. Edición especial de aniversario 1995.
29. 16 Septiembre de 1995, Año VIII Núm. 174
30. 16 Enero de 1996, Año VIII Núm. 182
31. 15 Mayo de 1996, Año VIII Núm. 190
32. 16 Septiembre de 1996, Año IX Núm. 198
33. 16 Octubre de 1996, Año IX Núm. 200

REVISTA SIEMPRE EN FAMILIA (MENSUAL)

1. Septiembre 93, Año 1 Núm. 4
2. Marzo 95, Año 2 Núm. 22

REVISTA VEINTITANTOS (MENSUAL)

1. Septiembre 1996, Vol. 3 Núm 9

FUENTES VIVAS.

DISEÑADOR: MIGUEL GARCIA

SOCIOLOGA: CRISTINA CAMACHO RAMOS.

COMUNICOLOGO: HUGO LUIS SANCHEZ GUDIÑO.

PSICOLOGA: ELSA CONTRERAS.

USUARIOS DE JEANS.