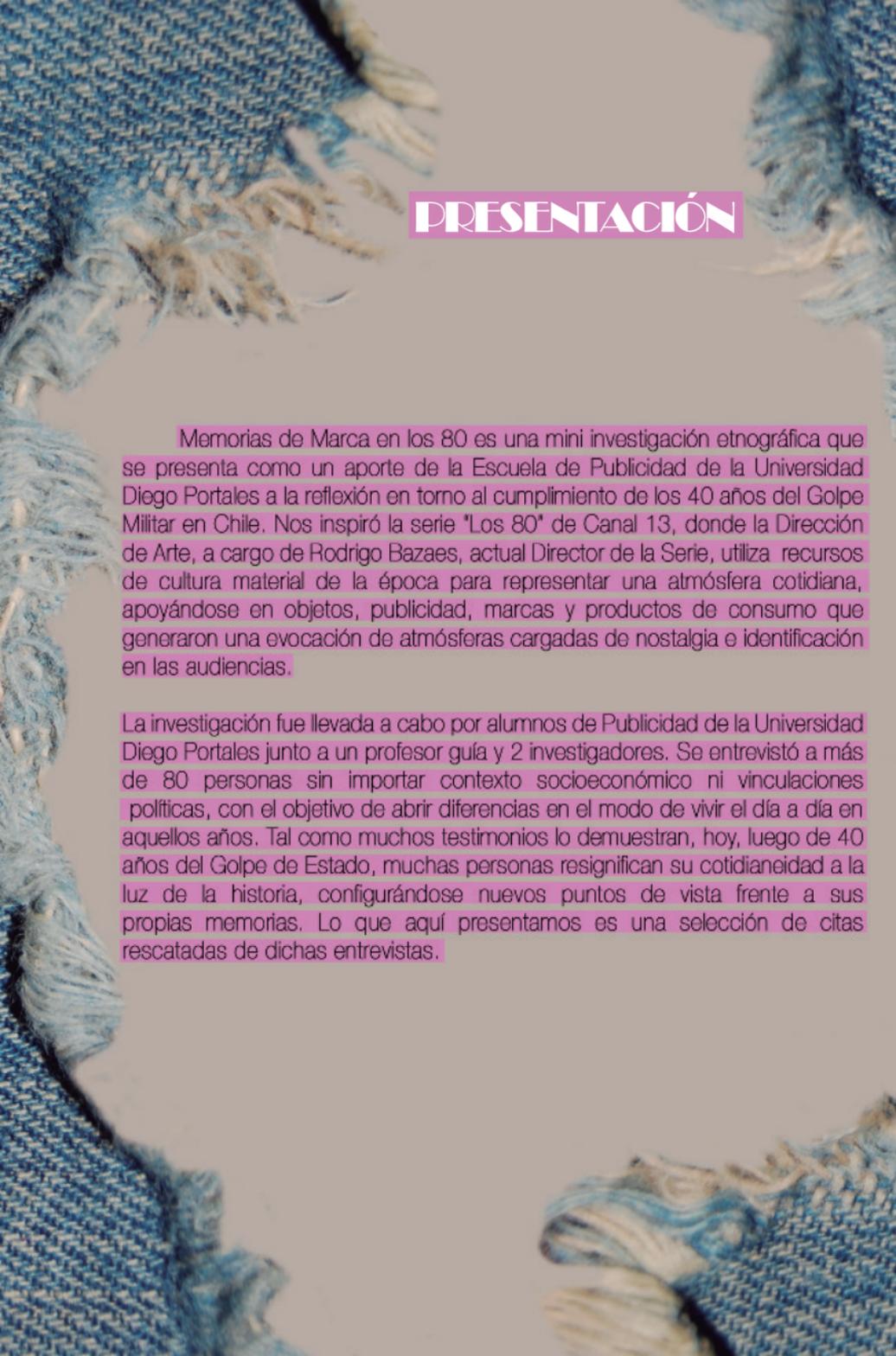


The image shows a hole in a piece of blue denim fabric. The hole is roughly circular and has frayed, white threads around its edge. Inside the hole, there is a white graphic element consisting of several concentric, stepped rectangular borders. The text 'MEMORIA DE MARCA DE LOS 80' is printed in black, sans-serif font within this graphic. 'MEMORIA' and 'DE MARCA' are on the top line, 'DE LOS' is on the second line, and '80' is a large, bold number on the third line.

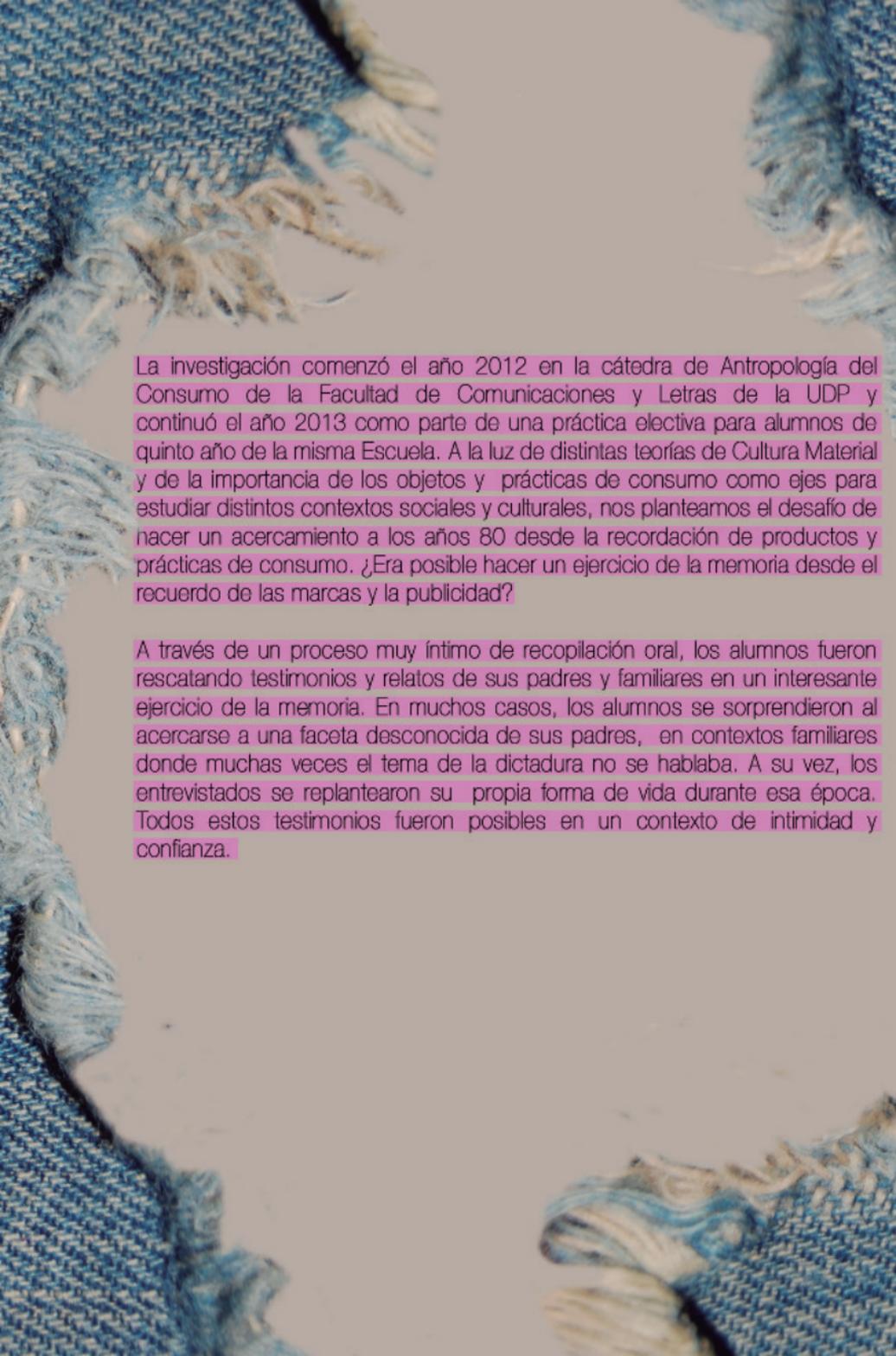
MEMORIA
DE MARCA
DE LOS **80**



PRESENTACIÓN

Memorias de Marca en los 80 es una mini investigación etnográfica que se presenta como un aporte de la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales a la reflexión en torno al cumplimiento de los 40 años del Golpe Militar en Chile. Nos inspiró la serie "Los 80" de Canal 13, donde la Dirección de Arte, a cargo de Rodrigo Bazaes, actual Director de la Serie, utiliza recursos de cultura material de la época para representar una atmósfera cotidiana, apoyándose en objetos, publicidad, marcas y productos de consumo que generaron una evocación de atmósferas cargadas de nostalgia e identificación en las audiencias.

La investigación fue llevada a cabo por alumnos de Publicidad de la Universidad Diego Portales junto a un profesor guía y 2 investigadores. Se entrevistó a más de 80 personas sin importar contexto socioeconómico ni vinculaciones políticas, con el objetivo de abrir diferencias en el modo de vivir el día a día en aquellos años. Tal como muchos testimonios lo demuestran, hoy, luego de 40 años del Golpe de Estado, muchas personas resignifican su cotidianeidad a la luz de la historia, configurándose nuevos puntos de vista frente a sus propias memorias. Lo que aquí presentamos es una selección de citas rescatadas de dichas entrevistas.



La investigación comenzó el año 2012 en la cátedra de Antropología del Consumo de la Facultad de Comunicaciones y Letras de la UDP y continuó el año 2013 como parte de una práctica electiva para alumnos de quinto año de la misma Escuela. A la luz de distintas teorías de Cultura Material y de la importancia de los objetos y prácticas de consumo como ejes para estudiar distintos contextos sociales y culturales, nos planteamos el desafío de hacer un acercamiento a los años 80 desde la recordación de productos y prácticas de consumo. ¿Era posible hacer un ejercicio de la memoria desde el recuerdo de las marcas y la publicidad?

A través de un proceso muy íntimo de recopilación oral, los alumnos fueron rescatando testimonios y relatos de sus padres y familiares en un interesante ejercicio de la memoria. En muchos casos, los alumnos se sorprendieron al acercarse a una faceta desconocida de sus padres, en contextos familiares donde muchas veces el tema de la dictadura no se hablaba. A su vez, los entrevistados se replantearon su propia forma de vida durante esa época. Todos estos testimonios fueron posibles en un contexto de intimidad y confianza.



Agradecemos al Departamento de Publicidad y a la Escuela de Comunicaciones de la Universidad Diego Portales, en especial a Cristián Leporati, Fabiola Contreras y a Memorias de Siglo XX de la DIBAM, a la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), en especial a Isabel Calderón, a Juan José del Río y Luis Mora, Publicistas de la Franja del No, a Rodrigo Bazaes, Director de Arte de la serie "Los 80" de Canal 13 y a todos los entrevistados que gentilmente estuvieron dispuestos a recordar junto a nosotros y ser parte del ejercicio colectivo de generar memoria, compartiendo con nosotros simples recuerdos que están cargados de historia.

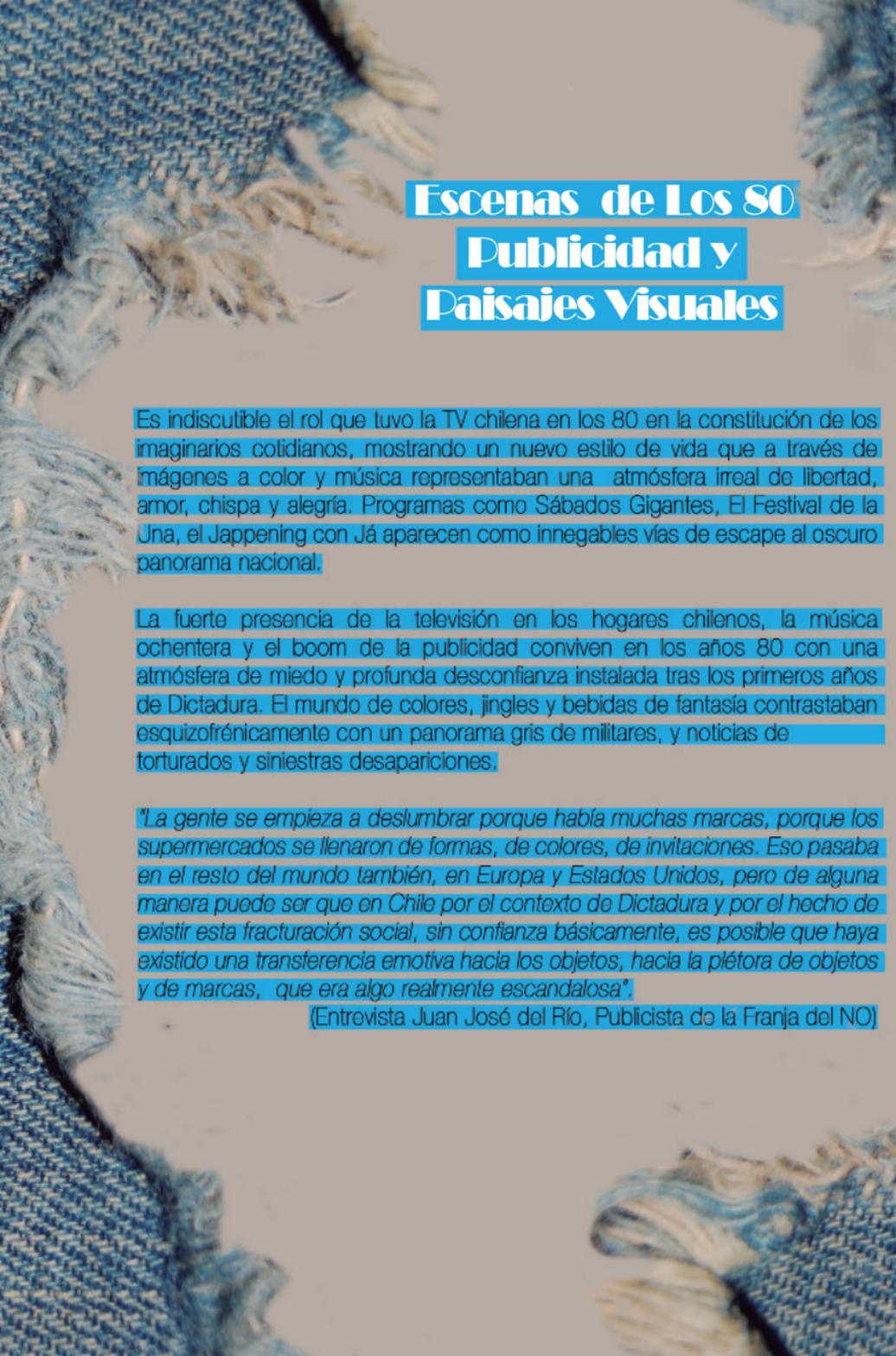
Profesora Guía: Luisa Urrejola

Ayudante Investigadora: Daniela Bussenius

Ayudantes de Investigación: Roberto Mardones, Mauricio Montecionos y Kamila Mecklenburg.

Diseño: María Paz Morales, Roberto Mardones.

Alumnos investigadores: Cristóbal Palma, Michelle Tamayo, Roberto Mardones, Kamila Mecklenburg y a todos los alumnos de la cátedra de Antropología del Consumo del año 2012, especialmente a: Roberto González, Patricio Reyes, Ignacia Riveros, María Ignacia Ramirez, Constanza Roco, Tomás Alvarez, Luis Sepúlveda, María Pilar Correa, Tamara Murillo, Rocío Lopez, Karla Pinto, Carolina Contreras, Daniela Olivares, Javiera Carrillo, Gaspar Ormeño, Alfonso Belaustegui, Cristóbal Reyes, Ilonka Obilnovic, Kevin Silva, Ivan Baeza, Eduardo Madariaga, Constanza Santibañez, Samanta Vincens.



Escenas de Los 80

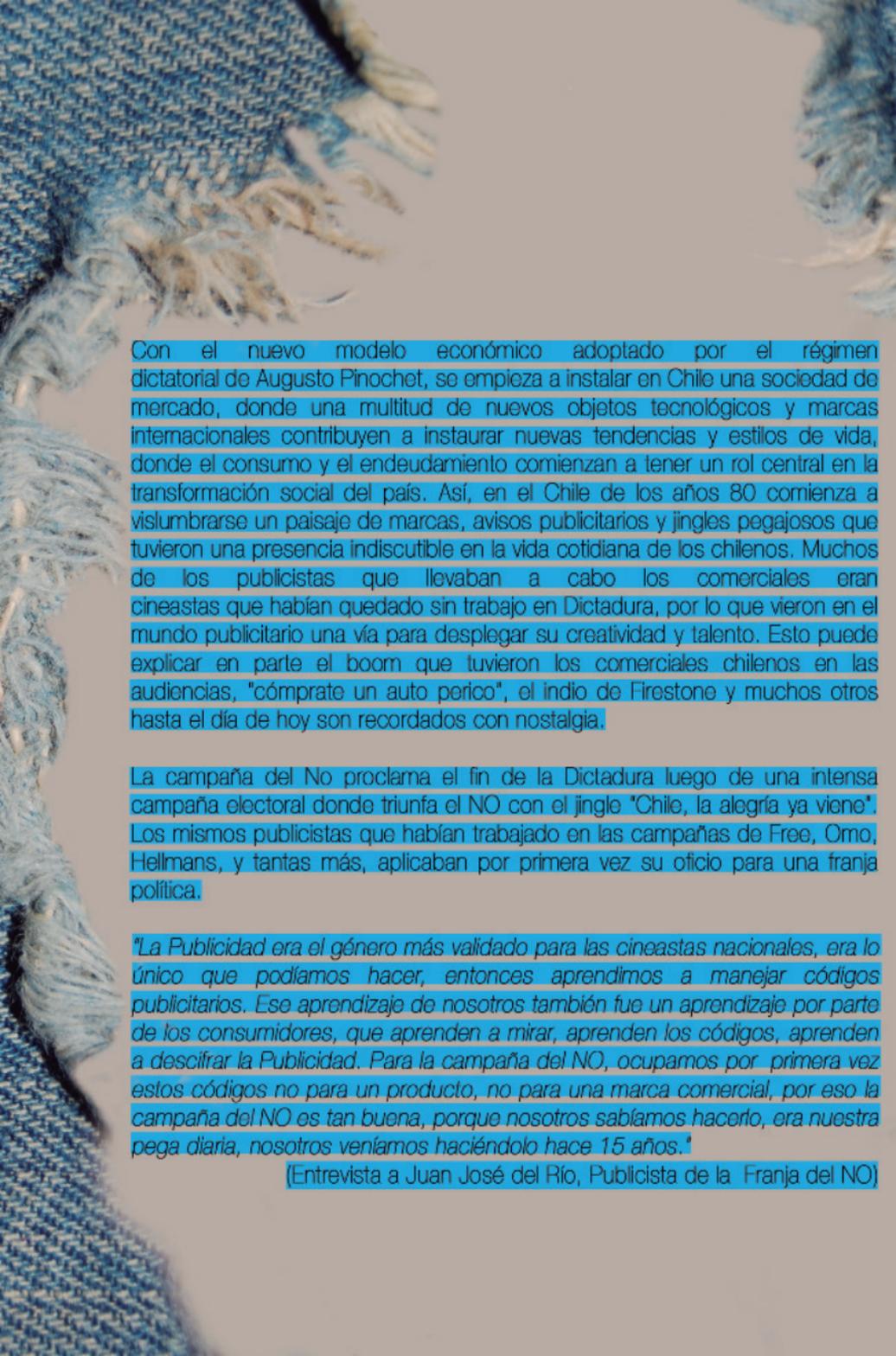
Publicidad y Paisajes Visuales

Es indiscutible el rol que tuvo la TV chilena en los 80 en la constitución de los imaginarios cotidianos, mostrando un nuevo estilo de vida que a través de imágenes a color y música representaban una atmósfera irreal de libertad, amor, chispa y alegría. Programas como Sábados Gigantes, El Festival de la Jna, el Japening con Já aparecen como innegables vías de escape al oscuro panorama nacional.

La fuerte presencia de la televisión en los hogares chilenos, la música ochentera y el boom de la publicidad conviven en los años 80 con una atmósfera de miedo y profunda desconfianza instalada tras los primeros años de Dictadura. El mundo de colores, jingles y bebidas de fantasía contrastaban esquizofrénicamente con un panorama gris de militares, y noticias de torturados y siniestras desapariciones.

"La gente se empieza a deslumbrar porque había muchas marcas, porque los supermercados se llenaron de formas, de colores, de invitaciones. Eso pasaba en el resto del mundo también, en Europa y Estados Unidos, pero de alguna manera puede ser que en Chile por el contexto de Dictadura y por el hecho de existir esta fracturación social, sin confianza básicamente, es posible que haya existido una transferencia emotiva hacia los objetos, hacia la plétora de objetos y de marcas, que era algo realmente escandalosa".

(Entrevista Juan José del Río, Publicista de la Franja del NO)



Con el nuevo modelo económico adoptado por el régimen dictatorial de Augusto Pinochet, se empieza a instalar en Chile una sociedad de mercado, donde una multitud de nuevos objetos tecnológicos y marcas internacionales contribuyen a instaurar nuevas tendencias y estilos de vida, donde el consumo y el endeudamiento comienzan a tener un rol central en la transformación social del país. Así, en el Chile de los años 80 comienza a vislumbrarse un paisaje de marcas, avisos publicitarios y jingles pegajosos que tuvieron una presencia indiscutible en la vida cotidiana de los chilenos. Muchos de los publicistas que llevaban a cabo los comerciales eran cineastas que habían quedado sin trabajo en Dictadura, por lo que vieron en el mundo publicitario una vía para desplegar su creatividad y talento. Esto puede explicar en parte el boom que tuvieron los comerciales chilenos en las audiencias, "cómprate un auto perico", el indio de Firestone y muchos otros hasta el día de hoy son recordados con nostalgia.

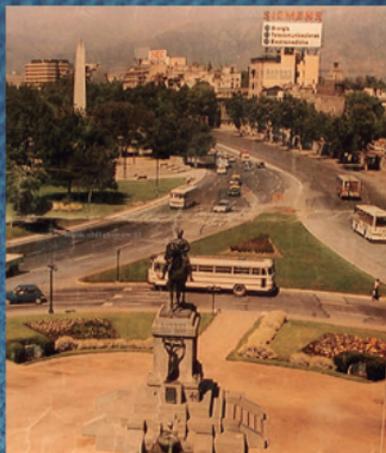
La campaña del No proclama el fin de la Dictadura luego de una intensa campaña electoral donde triunfa el NO con el jingle "Chile, la alegría ya viene". Los mismos publicistas que habían trabajado en las campañas de Free, Omo, Hellmans, y tantas más, aplicaban por primera vez su oficio para una franja política.

"La Publicidad era el género más validado para las cineastas nacionales, era lo único que podíamos hacer, entonces aprendimos a manejar códigos publicitarios. Ese aprendizaje de nosotros también fue un aprendizaje por parte de los consumidores, que aprenden a mirar, aprenden los códigos, aprenden a descifrar la Publicidad. Para la campaña del NO, ocupamos por primera vez estos códigos no para un producto, no para una marca comercial, por eso la campaña del NO es tan buena, porque nosotros sabíamos hacerlo, era nuestra pega diaria, nosotros veníamos haciéndolo hace 15 años."

(Entrevista a Juan José del Río, Publicista de la Franja del NO)

"No tenía idea de lo que pasaba de Plaza Italia para abajo, muy mayor supe de lo que se trataba realmente el Régimen Militar. Antes de eso vivía en una verdadera burbuja."

(Isabel Ormeño, 54)



"Me informaba por la radio porque se cortaba mucho la luz, por eso teníamos radio a pilas, unas Philips chiquititas de colores. Así como ahora todos tienen celulares, antes todos tenían su radio de bolsillo"

(Marianela, 47 años)

"En tiempos de Dictadura me senti encerrado, tenía la necesidad de sentir la libertad, era imposible creer en la veracidad de la televisión, sumado a los cierres de las estaciones confiables de radio. Los libros, diarios y revistas eran una fuente mucho más confiable".
(Iván Sandoval, 74)

"En esa época no todos tenían televisor, yo me acuerdo que en mi barrio la gente tenía que pagarle a la vecina por entrar a ver algunos programas".
(Jazmine Jara, 57)

"Cómo olvidar las campañas del No... era como sentirte parte de una época..."
(Mónica Fuentes, 50)

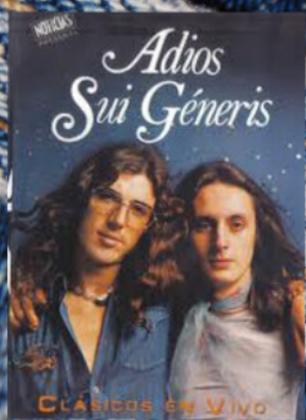
NO

"Los cassetes eran caros, así que uno compraba un cassette y después los re-grababa para los amigos".
(Marianela, 47 años).



"Las radios más escuchadas eran la Agricultura y la Cooperativa, eran las que informaban. La Cooperativa tenía un tono especial cuando informaba cosas importantes, cuando lo escuchábamos todos corriamos al lado de la radio".

(Marianela, 47 años).



"En esa época donde vivíamos había una familia muy adinerada que tenían los primeros televisores, eran unos Boloccos, y fue la novedad para la gente porque los ricos tenían televisión, les decían los magnates, la gente que pasaba por la calle quería ver la televisión, así que ellos para no dejar pasar a todo el mundo al living le abrían las cortinas y ahí se apilaba un montón de gente en la ventana. No les importaba escuchar o no escuchar, la novedad era mirar. En esa época tampoco habían tarjetas de créditos, entonces a la gente no le alcanzaba para comprar un televisor, no era accesible para todas las personas. Yo el 87 recién me compré un televisor en blanco y negro y 8 años después uno en colores".

(Hilda Vera, 62)

"De hobby jugábamos a andar en bicicleta, andábamos en patines, era típico jugar al Tombo, al Alto y ya más lolos fue la música, nos juntábamos a escuchar música en la casa de algunos.. Me acuerdo cuando descubrí Sui Géneris".

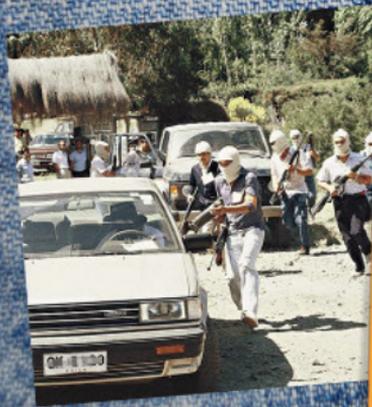
(Mónica Fuentes, 50)





"En los 80 como no estaban los Mall estaban los Persas, por ejemplo el Persa de Balmaceda, donde podías encontrar los jeans de marca. Los Persas eran como los Malls de ahora pero a terreno abierto."

(Mónica Fuentes, 50)



"Los 80 fueron bastante convulsionados porque seguían los toques de queda, las desapariciones, y a mi parecer fueron bastantes más duras que en los 70, porque, no sólo había gente detenida en los centros de detención, hubo muchos allanamientos ilegales, asesinaron a algunos amigos en sus casas a sangre fría, a cualquier hora, había mucha censura, poco podíamos ver la televisión, sabíamos todos que los medios estaban controlados y bueno, habían programas pero era en realidad para disfrazar la realidad, pero al fin y al cabo yo y mi familia veíamos igual a Don Francisco, el programa Éxito, el Festival de la Una."

(Luis Palma, 47)

El único medio de comunicación que había era el teléfono de casa no más. También estaba el diario, la tele y la radio. La televisión a color empezó a llegar por ahí por el 81, a hacerse más masiva. El cambio era bien entretenido porque uno estaba acostumbrado a ver en blanco y negro."

(Mónica Fuentes, 50)

"Yo perdí varios amigos que los mataron en la operación Albania en el sector de Macul. Los acribillaron a todos a sangre fría sin pensarlo...esas cosas te matan".
(Luis Palma, 47)

"Me detuvieron como en tercer año de la universidad, me golpearon y después me dejaron regresar, quisieron que yo denunciara gente y al final dije muchos nombres falsos y estuve harto tiempo asustado por haber mentado, yo sabía que me estaban siguiendo, creamos un sistema de comunicación bastante estricto; cómo llamar, que cosas hablar, teníamos claves pero las cambiábamos, porque sabíamos que nos estaban pinchando el teléfono".

(Luis Palma, 47)

"Las Cacerolas y las protestas marcaron los ochenta".

(Patricia Gutiérrez, 53).

"Nos distraíamos viendo películas que conseguíamos que no se veían, libros que no se podían leer, y los que éramos amigos éramos muy bien amigos".

(Patricia Gutiérrez, 53).

"En esa época uno se juntaba solo con la gente en la que podía confiar porque se vivía con temor, eran tiempos difíciles. Las reuniones eran muy familiares, de parentesco. Hoy día la gente tiene más vínculos significativos con gente que no tiene vínculos sanguíneo pero en esa época predominaba la desconfianza."

(Patricia Gutiérrez, 53).

Por fin un verdadero Shopping Center. Parque Arauco, "El primer Shopping Center de Chile."



" Surgieron los primeros Malls, que fueron como los lugares más seguros para poder moverte, aunque siempre estabas con la amenaza de los sapos, nunca sabías quien te estaba mirando".

(Cristian Leporati, 53)

" Santiago funcionaba como pueblo, me gustaba que funcionara todo en comunidad. Ahora todo es mucho más individualizado con la sociedad de consumo. Tuve el privilegio de viajar mucho, pero siento que me robaron una parte importante de la juventud, la libertad plena".

(Cristian Leporati, 53)

" Yo la viví con todo, me acuerdo de todo, casi me matan porque con el toque de queda me agarraron webiando y fue una época muy brígida donde la cultura, el odio, lo peor de este país salió ahí, y lo peor de todo es que se les olvidó, a toda la gente se les olvidó y hoy estamos igual."

(Hernán Orellana, 59)

" Empezó toda esta onda de los créditos, antes la gente andaba con una libretita y pagando las letras. Llegaron los créditos y salieron las tarjetas. El sistema te decía "viaja", pero los chilenos no viajábamos, quedabas en quiebra. Poco tiempo después hasta el más picante empezó a viajar. La Dictadura terminó por endeudar a todo el mundo."

(Carlos Mecklenburg, 48 años)

Diners Club International®

Diners Club International®

Diners Club International®

3612 345678 0009
SOCIO DINERS

67 DC ZP valid 01/07 01/10

"Cuando Pinochet perdió el plebiscito puse una calcomanía de Aylwin en el auto, eso era un inmenso desafío con uno mismo".

(Hernán Orellana, 59)

"Mi círculo de amigos era un muy reducido, se desconfiaba de todo el mundo, eran solo personas que andaban las mismas que uno".

(Carlos Mecklenburg, 48 años)

GANAR
AYLWIN
PRESIDENTE
LA
GENTE



"Estaba como empezando toda la onda de la moda, las marchas, porque igual se venía saliendo de la prehistoria de los 70's. Si Chile era penca en los 70's, en los 80's también era un país relativamente penca, venía toda una onda de cultura fuerte que fue golpeada por la Dictadura, que cambió todo eso por consumir, el cuento de la pinta, de las fachas, las marcas, era horroroso en esa época, incluso más exagerado que ahora diría yo. Empezaron a salir marcas nacionales y marcas típicas que a Chile no llegaban. Por ejemplo, tener un Levi's... uno mataba por tener unos jeans de marca".

(Carlos Mecklenburg, 48 años)

Nosotros los de esa época crecimos no hablando de política, siempre crecí con una sensación de que había cosas de las que no se debían hablar, ni en el trabajo ni en ningún lugar, y no pintarse de ningún color político. Sin quererlo se lo transmití a mis hijos, aunque ellos tienen la libertad de expresarse y opinar en cualquier lugar."

(Patricia Moraga, 47 años)

"Cuando jugábamos de niños, pasaban helicópteros y tiraban bengalas que iluminaban hasta el último rincón, era una sensación de miedo constante, pasabas asustada siempre".

(Patricia Moraga, 47 años)

"La fiestas en ese tiempo eran preparadas. Te compraban ropa para la ocasión, ojo, que no existían las poleras de "a luca" y desechable como hoy.

Se compraba ropa dos veces al año, en Septiembre y Diciembre, el 18 de Septiembre y Navidad. Existía mucho el ir a la modista, ella hacía los pantalones."

(Patricia Moraga, 47 años)

"Las marcas eran buenas, y no como ahora que hay tanta marca. En los 80 era bien claro, lo que tenía marca era bueno. Ahora te ofrecen 20 productos y no tienes idea cuál elegir"

(Isabel Gutiérrez, 61)

"Nos juntábamos en el Café del Cerro, pero teníamos que ser muy sigilosos, estar tranquilos. A veces íbamos a comer al Hoyo, al Canalla en el Centro, y a unas peñas que hacían a veces en la Universidad."

(Luis Palma, 47)

"Para el 18 uno se compraba ropa nueva, se vestía a los niños del calcetín pa arriba todo nuevo, los calzoncillos, los zapatos, todo nuevo y uno igual po, yo por ejemplo, me compraba un blue jeans, una polera y salíamos a dar una vuelta al Parque O'Higgins, porque en ese tiempo las fondas se ponían en la Quinta Normal."

(Teresa Martínez, 55)

"Me gustaba, mucho escuchar música. Como Quilapayún, los Prisioneros, Silvio, Pablo Milanés, Los Jaivas, Joan Manuel Serrat, pero uno tenía, que tener esas músicas bien escondidas, porque muchos de ellos, estaban censurados o exiliados, y Serrat no pudo entrar más al país. Escuchaba mi música con el famoso personal estéreo, siempre tenía mi lápiz bic en el bolsillo para retrocederlo o adelantarlo."

(Luis Palma, 47)



"Era típico ver Televisión Nacional con su programa 60 minutos, y leer la Realidad Verdadera, de la Revista Análisis, que uno las conseguía de manera clandestina. Si tú tenías algo contrario a algo estipulado por una dictadura, te ibas preso y no volvías más. Había que ser bastante sigiloso. En ese tiempo, tenías que saber con quién contabas".

(Luis Palma, 47)

Esta es una época convulsionada y que dio pie para un cambio, uno que lamentablemente se ha hecho a medias, porque la Constitución fue armada entre 4 paredes que amarró al país, y que obviamente le dio mucho poder a la derecha".

(Luis Palma, 47)



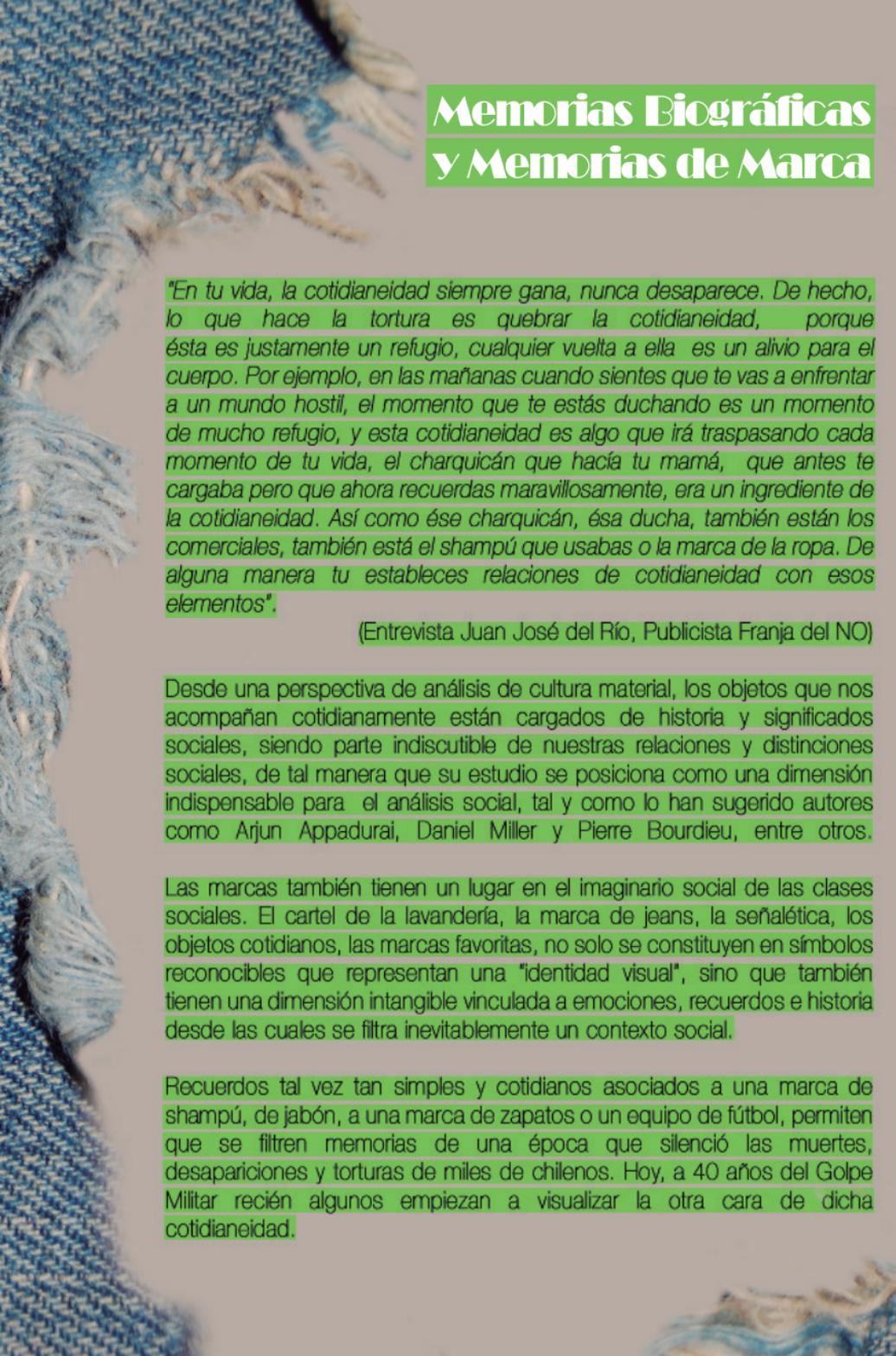
"Estaban matando a mis amigos pero yo podía enamorarme, podía pinchar, podía tener ganas de encamarme con una señorita, esas cosas no paraban nunca".

(Juan José del Río, 58)

"La malta con huevo me trae malos recuerdos porque un día me junté con algunos conocidos cercanos que volvieron de la clandestinidad, andaban con sus disfraces, sus pelucas, y tomamos malta con huevo en el almuerzo, y al otro día los traté de ubicar y me enteré que la CNI había entrado a la casa de uno y los había baleado, lamentablemente los mataron ahí a sangre fría."

(Luis Palma, 47)





Memorias Biográficas y Memorias de Marca

"En tu vida, la cotidianeidad siempre gana, nunca desaparece. De hecho, lo que hace la tortura es quebrar la cotidianeidad, porque ésta es justamente un refugio, cualquier vuelta a ella es un alivio para el cuerpo. Por ejemplo, en las mañanas cuando sientes que te vas a enfrentar a un mundo hostil, el momento que te estás duchando es un momento de mucho refugio, y esta cotidianeidad es algo que irá traspasando cada momento de tu vida, el charquicán que hacía tu mamá, que antes te cargaba pero que ahora recuerdas maravillosamente, era un ingrediente de la cotidianeidad. Así como ése charquicán, ésa ducha, también están los comerciales, también está el champú que usabas o la marca de la ropa. De alguna manera tu estableces relaciones de cotidianeidad con esos elementos".

(Entrevista Juan José del Río, Publicista Franja del NO)

Desde una perspectiva de análisis de cultura material, los objetos que nos acompañan cotidianamente están cargados de historia y significados sociales, siendo parte indiscutible de nuestras relaciones y distinciones sociales, de tal manera que su estudio se posiciona como una dimensión indispensable para el análisis social, tal y como lo han sugerido autores como Arjun Appadurai, Daniel Miller y Pierre Bourdieu, entre otros.

Las marcas también tienen un lugar en el imaginario social de las clases sociales. El cartel de la lavandería, la marca de jeans, la señalética, los objetos cotidianos, las marcas favoritas, no solo se constituyen en símbolos reconocibles que representan una "identidad visual", sino que también tienen una dimensión intangible vinculada a emociones, recuerdos e historia desde las cuales se filtra inevitablemente un contexto social.

Recuerdos tal vez tan simples y cotidianos asociados a una marca de champú, de jabón, a una marca de zapatos o un equipo de fútbol, permiten que se filtren memorias de una época que silenció las muertes, desapariciones y torturas de miles de chilenos. Hoy, a 40 años del Golpe Militar recién algunos empiezan a visualizar la otra cara de dicha cotidianeidad.

"La verdad es que a la colonia Denim yo no la puedo ver. Recuerdo, que era la que usaba con mis amigos, nos sentíamos lolos, con sexappeal, y cuando ya iban muriendo los compañeros, con esa colonia me acordaba de ellos, las veces en que nos arreglábamos para ir a las fiestas, las pocas fiestas a las que íbamos, pero nos arreglábamos".

(Luis Palma, 47)



SABADOS GIGANTES '85



SABADOS GIGANTES '85
desde las 13:30 hrs. en su Canal 13.

Nuevas y espectaculares concursos
Recurrentes secciones humanitarias
Lo mejor del mundo de la música
Emoción y sorpresas en inéditos y dramáticos reportajes

Y junto a ellas todas aquellas secciones
tradicionales que han hecho de Sabados Gigantes
el programa preferido de toda la familia.
Anfitrión: Mario Krauchberger, Don Francisco.
Director: Arturo Ripstein



"Siempre aparece la figura de Don Francisco porque duraba desde las 2 de la tarde hasta las 8 de la noche entonces todo lo comercial estaba con la imagen de él."

(Mónica Fuentes, 50)

"Aunque la tele tenía un gran espacio, especialmente me acuerdo de Don Francisco, que era el rey de la televisión."

(Manuel Gutiérrez, 62)

"Un típico programa era el Festival de la Uña, yo lo veía antes de ir al colegio, siempre tenían premios que los daban las mismas marcas, por ejemplo Té Supremo, Sabrosalsas Deyco, Guitarras Tizona, Poncho Linda..."

(Mauricio Breza, 56)



* Se podría decir que yo era de la clase alta en esa época. Salía todos los fines de semana con mis amigos a recorrer Providencia, Las Condes y Vitacura, pasábamos a tomar helado al Coppelía, comprábamos ropa en los Dos Caracoles, música en la Feria del Disco o íbamos al cine Las Lilas, el Pedro de Valdivia. Me lo pasaba en el Almac, era fanática de los chocolates Hucke y por supuesto, de mis jeans Fiorucci."

(Isabel Ormeño, 54)

FIORUCCI



...El rápido SAPOLIO
con DETERGENTE...



LIMPIA VOLANDO
DEJA TODO BRILLANDO



* En todo caso era una época de muchas menos cosas y marcas que ahora. Por ejemplo para limpiar los baños se usaba Sapolio y Cloro, para el aseo personal el típico jabón Le Sancy, para las manos mi Crema Nivea y para de contar."

(Isabel Ormeño, 54)

"En los 80 se masificó el uso de los autos, especialmente en la clase media. Empezaron a llegar nuevos autos japoneses, los Suzuki, los Subaru, Mitsubishi, y la clase media empezó a comprarse los famosos pan de molde que se llamaban. Antes de la sociedad de los 80 la verdad es que el automóvil no era un símbolo de clase media. En los 80 comprarse un Pan de Molde era dejar de ser Perico y pasar a ser Juan Herrera."

(Francisco Lois, 55)

La potencia, diseño, aerodinámica y tecnología del Subaru Coupé GTi admite sólo una comparación.

Al entrar a su cabina sabrá de inmediato que se trata de un auto de una nueva generación. Diseño por líneas aerodinámicas, potencia y performance. Totalmente equipado en un espacio limitado por sus medidas.

- Motor de 1600 cc. 16V, 150 CV
- Transmisión automática de 5 velocidades
- Suspensión independiente de los ejes traseros
- Dirección Servo asistida
- Airbag de protección de pasajeros
- Aire acondicionado
- Cierre centralizado
- Servicio al cliente

• Desde 500000 con IVA y gastos
 • Alternativa desde 400000 con IVA y gastos

• Precio de venta en los 4 mercados:
 Chile \$11. \$ 4.190.000
 Ecuador \$11. \$ 3.390.000
 Perú \$11. \$ 3.000.000

Sabrá cómo que controla, porque la verdad es que sólo una persona como usted podrá manejarlo que controla el Coupé GTi. Automat.

SUBARU
HELIX

SUBARU
Indumotora
Santiago de Chile 1991. De venta en Chile, Colombia, Ecuador, Perú y en los 4 continentes.

P. 69

Era increíble, por más pinufla que fuera el auto, ahora nos estábamos pareciendo a los gringos, que todos tenían auto. El Perico del comercial cómprate un auto Perico era mi papá, mi tío, cualquier persona de clase media..de la noche a la mañana todos queríamos tener ese auto de Perico.

(Francisco Lois, 55)

Uno! FIRE El auto más inteligente jamás inventado.

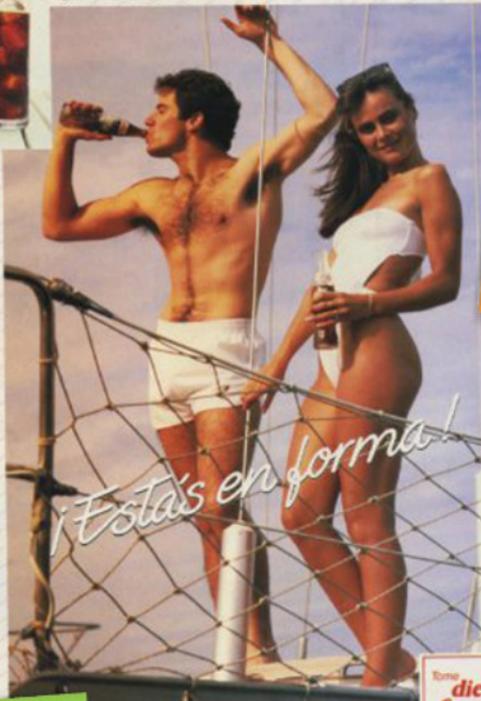
El auto más inteligente jamás inventado. Con un motor de 1600 cc. 16V, 150 CV, transmisión automática de 5 velocidades, suspensión independiente de los ejes traseros, dirección servo asistida, airbag de protección de pasajeros, aire acondicionado, cierre centralizado, servicio al cliente.

FIAT
El auto más inteligente jamás inventado.

"Empezaron a llegar las motos por el boom de la importación de la época, las primeras que llegaron eran las Yamaha y las Honda. Yo me compré mi moto Honda y sentía una cierta libertad al andar en ella, estar en contacto con el aire, con la naturaleza..eran mis únicos momentos de sentir la libertad".

(Luis Orellana, 57)

Menos de una caloría
por cada 100 cc.



87

"Recuerdo coca cola como lo más cercano, era lo que más nos atraía, porque era como la gran cosa tomarla."

(Patricia Gutiérrez, 53)

"Me acuerdo los comerciales de Coca-Cola en esa época. Entró con todo ese mensaje más global y salían eso típicos cuadros medios evangélicos, como el mundo feliz."

(Cristian Leparati, 53)

La coca cola
era la reina,
la que mandaba."

(Manuel Gutiérrez, 62)

"A nosotros la Dictadura Militar nos empobreció mucho más, se nos hizo muy difícil. Teníamos tan poco que me acuerdo que el Rinso usábamos como comodín, para lavarnos el pelo, para lavar la loza, limpiar los pisos, lavar la ropa..."

(Jazmine Jara, 57)



En la blancura
de las sábanas...

...se nota la mamá que se preocupa más!

Ella pone dedicación en la limpieza y blancura de la ropa. Por eso, ella elige Nuevo RINSO. Nuevo RINSO elimina hasta la suciedad más escondida, gracias a su activa espuma que lava en profundidad.



... Y SE NOTA!



" Me acuerdo mucho Free Cola, y fue re entretenido que para meter el producto en Chile, se hicieron socios de todos los grupos argentinos. Vino Soda Stéreo, Luca Prodin, Virus, llegaban todos estos grandes grupos rockeros argentinos que eran espectaculares y si me hablas de eso, pucha yo creo, salieron muchos Jingle de estos grupos a partir de Free cola.

(Cristian Leporati, 53)



"Me acuerdo que a mi hijo le gustaba mucho jugar con los soldaditos Matchbox, una vez que él estaba jugando con un amiguito, de la misma edad, de repente se para Pablo corriendo a donde estaba yo y me cuanta que su amiguito le había dicho que a su papá lo habían matado por pensar distinto y Pablo muy angustiado me dice ¿pero mamá cómo lo mataron por pensar distinto, si los pensamientos no se ven?

(Eliana Cornejo, 62)

" Recuerdo con un sentimiento negativo el programa 60 minutos de noticias del canal siete, me trae malos recuerdos porque tenía un tinte marcado militar.

(Arturo Palma, 62)



" Mi Citroneta todavía la tengo, guardada en un lugar especial. Me hizo pasar grandes sustos en los toques de queda, pero me ayudo a desplazarme. En ese tiempo, era un gran personaje en la ciudad, hoy es una pieza de museo, a nivel de culto".

(Manuel Gutiérrez, 62)



...es Verdad!

lo dijo Cooperativa.

Es de su opinión, y lo dice entre de miles de personas, que escuchan en Radio Cooperativa el único programa de información de toda la verdad, a través de un equipo de profesionales que investigan y analizan todos los hechos que suceden en Chile.
Es el mayor compromiso con la y los niños de América que se definen con nuestro estilo de hacer radio.

Saber la verdad es su derecho.
Decir la es nuestro deber.



Radio
Cooperativa
EN EL 76 DE SU DIAL A.H.

POR ESO PUEDE DECIR CON ORGULLO:
COOPERATIVA ES MI RADIO.

"Había cosas que me molestaban mucho de la época, los mensajes en las radios Cooperativa, en revistas, marchas de gente y rumores que se esparcían que nos ponían a todos en situación de pánico, a mi parecer exagerado, y una como mamá tenía que sobreponerse a ello y alejar a los hijos de ese miedo colectivo"

(Rosa Quinteros, 61)

Lo que más recuerdo es la falta de libertad, la carencia de información. Hubo una fuerte restricción en los medios, ya pasados 5 años del Golpe apareció la revista Causa y la revista Análisis, era fanático de ellas y para mí eran muy importantes. Se vendían en los kioscos y después desaparecieron porque no fueron apoyadas tampoco después del Golpe.

En la Concertación quedó la Tercera y El Mercurio, adiós para siempre las revistas políticas."

(Manuel Gutiérrez, 62)



Cacharanos va bien con todos, con el trabajador, la vida al aire libre, y una tranquilidad en familia.
Cacharanos es una bebida para gustar y disfrutar.
Por eso, Cacharanos es mi agua mineral.
¡Forma 1.00, también!

"Los envases de Coca Cola eran mas chicos, la Cachartín venía en una botella de vidrio con una flor roja, un copihue parece."
(Teresa Martínez, 55)

"Me acuerdo de los jugos Watts, los Caricia y sus jaleas Otra cosa que me acuerdo es que cuando chica me moría de ganas de tener una caja de chicles dos en uno, era mi sueño."
(Mónica Fuentes, 50)

Un estilo de vida refrescante y natural



"Lo único que recuerdo de mi mismo era cuando me quedaba en las calles y de día lo pasaba bien, hacía mi vida diaria y después llegaba la noche y llegaba la pena porque no tenía mi lugar estable como casa. En la noche veía peleas, pero al final como yo aspiraba Neoprén veía de todo."
(Wilson Valdebenito, 50)

(Wilson Valdebenito, 50)

"No me olvido de unas zapatillas North Star que me regaló mi papá, era un modelo clásico de la época. Me las regaló para mi cumpleaños en plena Dictadura, y le costó mucho esfuerzo porque no teníamos buena situación. Con mi viejo siempre nos tomábamos una Cristal los fines de semana, nos arreglábamos para salir, él se ponía sus jeans Lee, los mejores blue jeans, y yo mis North Star. No se podía conversar de los temas de la Dictadura en publico, ni siquiera en un bar con tu papá, porque en cualquier parte podía aparecer la CNI."
(Mario Carrillo, 52)



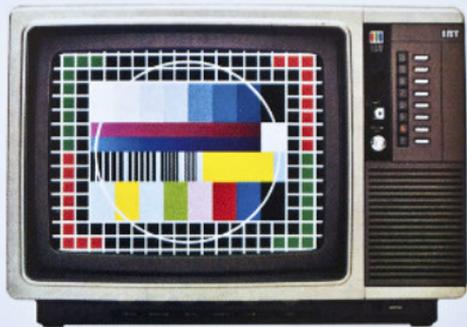
Somos parte de ti.



"Todos querían tener sus North Star, eran totalmente deseadas, especialmente por la clase media."
(Mauricio Bræza, 56)

(Mauricio Bræza, 56)

IRT Color 14" control remoto



La perfección bajo control

Todo el mundo tiene un ideal de televisor a color. Que tenga buena imagen, colores naturales, buen sonido, hermoso diseño... en fin. Los expertos de IRT también lo tienen. Y decimos lo tenían, porque eso ideal ya es una realidad. Se trata del nuevo IRT Color 14" control remoto: una maravilla en tecnología y diseño.

El IRT Color 14" CRT ha logrado equilibrar en el más alto nivel de perfección, todas las funciones que en otros televisores hay que calibrar constantemente. ya

que sus colores han sido "precontrolados" corregidos y fijados, en una imagen estable de nitidez y contrastes perfectos. Es por esto que el control remoto del IRT Color 14" tiene solo las funciones que Ud. verdaderamente necesita: on/off, más volumen y cambio de canales. Todo lo demás ya está precontrolado en este televisor. Vaya a su Distribuidor IRT y pida una demostración. Por primera vez en su vida tendrá la perfección bajo control... y con una sola mano.

IRT Respuestas Electrónicas

"El primer televisor que tuvimos fue un IRT. El primero en blanco y negro, lo compré en La Polar a letras y así tuve mi primer televisor.

Fue emocionante cuando lo boté, porque lo tuve mas o menos del 88 al 92 que ahí apareció el Panasonic a color que todavía tengo".

(Teresa Martínez, 55)

FRUTA QUE SE BEBE

Elaborado con jugo natural de los mejores frutos de larga vida. Ingredientes: agua y 1 litro de jugo a las regiones tropicales y 1 litro de agua de las zonas templadas. 1 litro de agua larga vida. Para tener este maravilloso producto en el momento, lo mejor de la vida.

JUGOS LARGA VIDA SOPROLE FRUTA DE LARGA VIDA.



"Extraño al caballero que pasaba vendiendo lácteos en un carrito de Soprole con yogurt y jugos. Era típico verlo pasar por los barrios. Ahora en cambio está todo tan acelerado."

(Mónica Fuentes, 50)

"El teléfono era el de la cuadra, o el teléfono de la vecina. El papá de mis hijos se fue a Concepción, y nos enviábamos una carta a la semana en la que me avisaba que día y a qué hora me iba a llamar por teléfono. Había solo una compañía de teléfonos, la CTC."

(Patricia Moraga, 47 años)

404 Peugeot



"El Peugeot 404 era el típico auto, casi todos los taxis eran Peugeot 404, también era súper común ver Renoletas y Citronetas por las calles..."

(Mauricio Baeza, 56)

"Era fanático de Colo Colo, pero los partidos del equipo se hacían solo en los horarios en que los permitía el toque de queda. El estadio era el lugar donde se expresaban públicamente muchas cosas que en privado nadie se hubiese atrevido a decir, porque era una masa de gente. Nunca voy a olvidar en un partido del Colo una vez que empezaron a gritarle al árbitro y de repente los insultos fueron para Augusto Pinochet, con toda la rabia sin miedo a ser asesinados porque era un estadio... imagínate "Pinochet asesino, Pinochet asesino", en masa, todo el estadio, fue una cosa impresionante. Hay me acuerdo y es realmente muy emocionante."

(Ivan Sandoval, 72)



"A mi siempre me ha gustado el Colo Colo, iba hartas veces, hasta los clásicos universitarios, tuve la fortuna que mi taita me llevo los clásicos de la Católica con la Chile, hacían carros alegóricos, era el mega espectáculo, pero en Dictadura cagó todo, Pinochet es lo peor que le pudo pasar a este país, jodió la música, jodieron los artistas, un odio contra los artistas, los chascones. Había un weon con una guitarra, un chascón en una peña, allanaban las peñas, a un amigo que tocaba en una peña le rompieron los equipos, era un odio exacerbado, muy enfermo, esa es la palabra exacta, muy muy enfermo".

(Hernán Orellana, 55)



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Escuela de Publicidad y de la Universidad Diego Portales, en especial a Cristián Leporati, a memorias del Siglo XX de la Dibam y a la gestión de Fabiola Contreras, a la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (Achap), particularmente a Isabel Calderón, a Juan José del Río y Luis Mora, Publicistas de la Franja del No, a Rodrigo Bazaes, Director de Arte de la serie "Los 80" de Canal 13 y a todos los entrevistados que gentilmente estuvieron dispuestos a recordar junto a nosotros y ser parte del ejercicio colectivo de generar memoria, compartiendo con nosotros simples recuerdos que están cargados de historia.

Profesora Guía: Luisa Urrejola

Ayudante Investigadora: Daniela Bussenius

Ayudantes de Investigación: Roberto Mardones, Mauricio Montecinos y Kamila Mecklenburg.

Diseño: Roberto Mardones, María Paz Morales.

Alumnos investigadores: Cristóbal Palma, Michelle Tamayo, Roberto Mardones, Kamila Mecklenburg y a todos los alumnos de la cátedra de Antropología del Consumo del año 2012: Roberto González, Patricio Reyes, Ignacia Riveros, María Ignacia Ramírez, Constanza Roco, Tomás Álvarez, Luis Sepúlveda, María Pilar Correa, Tamara Murillo, Rocío López, Karla Pinto, Carolina Contreras, Daniela Olivares, Javiera Carrillo, Gaspar Ormeño, Alfonso Belaustegui, Cristóbal Reyes, Ilonka Obilnovic, Kevin Silva, Ivan Baeza, Eduardo Madariaga, Constanza Santibañez, Samanta Vincens.

2013

MEMORIA
DE MARCA
DE LOS **80**