

Fotografía en Medellín: Familiar, de Moda y Publicitaria, Relaciones e Influencias.

Ana Beatriz Agudelo Vélez

Nicolás Ramírez Díaz

Monografía

Asesores

Juan David Jaramillo Flórez

Sandra Marcela Vélez Granda

Escuela de Arquitectura y Diseño

Facultad de Diseño Industrial

Universidad Pontificia Bolivariana

Medellín

Noviembre 2016

AGRADECIMIENTOS

A los docentes y asesores Sandra Marcela Vélez Granda y Juan David Jaramillo Flórez
por su acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

Fotografía En Medellín: Familiar, De Moda Y Publicitaria, Relaciones E Influencias.

Resumen

Medellín ha sido una ciudad fundamental para el desarrollo de la fotografía en el país, por ser la ciudad donde llegó desde Europa, y donde se popularizó esta práctica, la misma que ha servido para documentar hechos y cambios importantes que se han dado en la ciudad sobre todo desde el año de 1970. La fotografía es una práctica que ha servido para documentar un momento, un documento fiel y realista que muestra de una manera explícita el instante registrado, una herramienta gráfica de gran ayuda para saber cómo eran algunos aspectos de la vida tiempo atrás, las personas, las prácticas sociales más comunes, los lugares y los objetos que allí estaban, entre otros, tal y como se evidencia en la fotografía familiar. La fotografía también expone una realidad construida cuando se pretende mostrar parámetros de conducta tanto de tenencia de materialidades como de presencia, esta fotografía publicitaria y de moda respectivamente, llega a una gran cantidad de personas que son influenciadas o no por medios de comunicación tales como las revistas.

Aquí se pretende explicar la relación que existe entre la fotografía familiar, publicitaria y de moda, es decir la relación entre la realidad y la realidad construida, en ambos sentidos.

Palabras Clave: Fotografía, Familiar, Moda, Publicitaria, Práctica, Técnica

Pregunta de Investigación:

¿Cuál ha sido la relación entre la fotografía familiar, la fotografía de moda y la fotografía publicitaria en la ciudad de Medellín desde 1970 hasta el 2015?

Planteamiento:

En este proyecto de investigación teniendo en cuenta que la fotografía familiar ha sido una herramienta para documentar momentos significativos de las personas y las fotografías publicitaria y de moda, han tratado de mostrar parámetros sociales, se pretende determinar cómo ha sido la relación entre estos tipos de fotografía en la ciudad de Medellín, además estos tres tipos de fotografía documentan personas, lugares, objetos y sucesos, con los cuales se podrá realizar un análisis visual para conocer algunos aspectos de la vida en la ciudad en el momento en que fue realizada la fotografía. La década de los setenta fue sin dudas un período en el que se vivieron cambios en el mundo, conflictos armados, cambios radicales culturales en países importantes de Europa y en Estados Unidos, desarrollo de nuevas tecnologías, diversificación de los contenidos en la televisión y de los géneros musicales, entre otros a nivel global. En Medellín los principales cambios tenían que ver con nuevas formas de urbanismo generadas por el traslado de una gran cantidad de personas originarias del sector rural, para el año de 1973 en la ciudad habitaban el 39% de la población total del departamento, se dinamizó el sector de la construcción en la ciudad, las personas que llegaban a la ciudad y no tenían recursos para acceder a una buena vivienda empezaron a construir en las laderas, también se vivió una modernización del sector textil que impulsó el desarrollo de este mercado en la ciudad ; por lo anterior se toma la década de los setenta como punto de partida del período de tiempo en el que se basa la investigación, comprendiéndolo así desde 1970 hasta el año 2015. Fenómenos como la dinamización de las industrias y el crecimiento demográfico en las ciudades que se vivió en el país desde la década de 1970 e inclusive antes, fueron necesarios para que se diera un desarrollo publicitario importante en Colombia, la influencia de esto se hace

evidente cuando las personas en especial los jóvenes, empiezan a consumir productos afines con las tendencias de consumo ilustradas por dichas publicaciones.

Para comprender la pregunta de investigación planteada con anterioridad es importante definir algunos términos básicos, para identificarlos, conocerlos y diferenciarlos a lo largo de la investigación.

Fotografía

La RAE define fotografía como el “Arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura.” Es un instante que se captura y se muestra en una imagen. Hay varios tipos de fotografías: artísticas, periodísticas, científica, astronómica, entre otras. En este trabajo de investigación se trabajara con la fotografía de moda y las fotografías familiares.

Fotografía de moda

Según Celia Martín Larrumbe en el texto *La Fotografía De Moda Como Medio Especifico Para La Difusión De Estilos Y Tendencias En El Periodo 1920-1950*. “La fotografía fue uno de los **medios** de difusión de tendencias y corrientes estéticas más potente de la primera mitad del siglo XX. Era un medio apto para ilustrar, crear o reproducir, por tanto, un instrumento particularmente eficaz para comunicar.” (LARRUMBE, 2009, p. 115). Para aquella época en la que no existían dispositivos electrónicos cercanos a los de hoy en día, la fotografía era la manera más propicia para ilustrar la realidad, era el único método grafico que podía ser distribuido a un número considerable de personas en las ciudades, principalmente mediante diarios y revistas.

Según Stefanini Zavallo, en el artículo *El Uso Del Cuerpo En La Fotografía De Moda* “La fotografía de moda es la parte más visible y familiar de un engranaje en el que funcionan en sincronía, el arte, el diseño, la industria textil y editorial y el mercado”. (STEFANINI, 2012, pág. SP). Este proceso en el cual se combinan las disciplinas y sectores mencionados anteriormente, tiene como fin proponer una presencia que refleja unos ideales de consumo.

Fotografía Publicitaria

La fotografía publicitaria tiene como finalidad contribuir con el aumento de las ventas de productos y servicios, debe seducir y llamar la atención de las personas, por eso debe ser una imagen impactante y original, y además no está comprometida con la realidad, y se puede mostrar una realidad construida. “Uno de los recursos más importantes de la fotografía publicitaria es la estética para la búsqueda de la originalidad” (SUSPERREGUI, 2002).

Fotografía Familiar

“Es posible desarrollar una Sociología visual de la vida cotidiana con base a la fotografía doméstica producida anónimamente,(...).Es la fotografía que sirve para definir las historias familiares particulares y la evolución de familias concretas.” (DE MIGUEL, 1998, p. 101).

Este tipo de imagen posiblemente fue la más común durante los últimos 50 años del siglo XX, ya que en ella desde sus inicios, se guardan momentos representativos, no se archivan todas las imágenes que fueron capturadas, sino que se hace una selección previa para mostrar (en su mayoría) momentos representativos para ese grupo familiar o para la persona que está contando una historia utilizando imágenes en un álbum.

Después de haber definido los términos anteriores, también es importante saber qué la foto desde sus inicios y su llegada a la ciudad desde Europa, ha tenido muchos cambios y diferentes desarrollos, desde su accesibilidad, su técnica, su manera de almacenarse, desde su intención o tipo de fotografía, y por último y no menos importante, su valor simbólico o sentimental. Pero sin importar el medio físico o digital utilizado para hacer visible una foto, su función no ha variado mucho, registrar personas, animales u objetos que tengan un valor o un significado para la persona que está fotografiando y compartiendo dicha imagen. Al hablar de la fotografía en Medellín, se debe tener presente que la forma de actuar de las personas de esta ciudad es amplia, diversa y con cambios en los aspectos que la configuran, incluyendo los rituales y costumbres, tanto sociales como religiosas, y también se podrían identificar los objetos que hacían parte de la cultura en una época determinada, es decir, objetos como la ropa, los autos, la arquitectura, el mobiliario, etc.

Objetivo general:

Analizar la relación de la fotografía familiar, la fotografía de moda y la fotografía publicitaria en la ciudad de Medellín desde 1970 hasta 2015.

Objetivos específicos:

- Comprender los conceptos de fotografía de moda, fotografía publicitaria y fotografía familiar según diferentes autores, para relacionarlos y diferenciarlos.
- Comprender las transformaciones de la fotografía familiar, la fotografía de moda y la fotografía publicitaria entre 1970 y 2015 desde los cambios históricos y las prácticas sociales.

Justificación

La fotografía es una práctica que ha servido para documentar un momento, un documento fiel y realista que muestra de una manera explícita el instante registrado, una herramienta gráfica de gran ayuda para saber cómo eran algunos aspectos de la vida tiempo atrás, las personas, las prácticas sociales más comunes, los lugares y los objetos que hacían parte de estos, entre otros. La fotografía familiar permite generar sentimientos en algunas personas, dichos sentimientos generalmente son nostálgicos ya que permiten recordar un momento importante o significativo, por lo cual la fotografía familiar cobra gran importancia. Por ejemplo al ver una fotografía de alguien que ya ha fallecido, es la única manera de volver a ver su rostro, y recordar momentos que no volverán. La fotografía de moda y la publicitaria son imágenes que pretenden mostrar parámetros sociales de una manera clara, decir que lo que se ve en ella es lo que las personas deberían hacer, en la mayoría de los casos ese hacer tiene referencia casi por completo al acto de usar, usar objetos, materialidades, cosas que puedan llegar a ayudar a realizar una acción o simplemente cosas que se quieran tener y usar únicamente por inclinaciones estéticas hacia dichos objetos.

Como lo afirma Daniel Grajales en su artículo del periódico el Mundo, *Viajando Por La Historia Fotográfica De Colombia*, este fue el primer país de Latinoamérica que conoció la fotografía, y la ciudad de Medellín fue fundamental para el desarrollo de esta práctica en Colombia, allí se inició la apertura y popularización de la misma en el país (GRAJALES, 2014), desempeñó un papel importante en ámbitos familiares y en áreas como la política, la religión, los deportes y el arte (OSORIO J. , 2012, p. 19).

Desde el año 1970, Medellín ha sido una ciudad de constantes cambios sociales, diferentes sectores de la población se vieron influenciados con estilos que se alejaban de aspectos tradicionales de la cultura Medellinense. Los desplazamientos desde la ruralidad hacia la zona urbana, el inicio de los cambios en el sector productivo hacia el sector servicios, la intención de algunas personas jóvenes por ingresar a universidades, los diferentes conflictos urbanos y políticos que se vivieron en el país, la diversificación de los géneros musicales que se escuchaban, la infiltración y terror causado por el narcotráfico y la llegada al país de nuevos parámetros estéticos consignados en materialidades de diferentes ámbitos, son solo algunos de los muchos factores que han influido a los cambios sociales que se han dado en la ciudad desde la década de los 70 hasta el año 2015, cambios y situaciones que han quedado registrados en la fotografía familiar y de los cuales la fotografía de moda y publicitaria ha sido uno de los medios de comunicación.

Por lo anterior, es importante llevar a cabo una investigación en la que se analice la influencia que esta herramienta de comunicación ha tenido en la ciudad de Medellín y así, hacer un aporte al diseño industrial específicamente a su componente estético comunicativo, para lograr que desde el diseño se comprenda cómo la fotografía de moda y la fotografía publicitaria han influido en la sociedad, ya que se tendrá un registro de algunos elementos que han conformado nuestra cultura material.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	
1 MEDELLÍN ENTRE 1970 Y 2015.....	12
1.1 Años 70's.....	13
1.2 Años 80`s.....	14
1.3 Años 90's.....	15
1.4 Del 2000 al 2015.....	15
2 FOTOGRAFÍA COMO PRÁCTICA SOCIAL Y SOCIOLOGÍA VISUAL.....	17
2.1 Fotografía Familiar.....	19
2.2 Fotografía de Moda.....	22
2.3 Fotografía Publicitaria.....	23
3 HERRAMIENTA PARA FOTOGRAFIAR.....	25
3.1 Fotografía Física.....	25
3.2 Fotografía Digital.....	26
4 MARCO METODOLOGICO.....	28
5 HALLAZGOS.....	32
6 CONCLUSIONES.....	33
6.1 Técnica.....	33
6.2 Prácticas.....	34
6.3 Materialidades.....	36
7 BIBLIOGRAFÍA.....	40

1. MEDELLÍN ENTRE 1970 Y 2015:

Durante las décadas del 50 y el 60, se vivió en Colombia un período de excesiva violencia, debido principalmente a la división política del país entre los partidos liberal y conservador, los asesinatos llevados a cabo en el sector rural llevaron a que muchos campesinos trataran de huir de la violencia desplazándose a las principales capitales que para dicho momento eran las más destacadas Bogotá, Cali y Medellín. La década del 60 fue un período en el cual se presentaron situaciones de cambios en el mundo, principalmente en la economía, la política y la cultura, en muchos países incluyendo a Colombia, en este período se dieron en el país hechos que cambiarían el panorama político y social (Salazar, 1992).

“Las formas de apropiación espacial que desarrollan los sectores populares y su peculiar forma de insertarse en el mundo ciudadano, se constituyeron en estas décadas en la forma de interpretar el desarrollo y la conflictividad urbanos. Las luchas y los movimientos sociales urbanos que emergieron con inusitada fuerza en esa época, confrontando la lógica del Estado y sus aparatos de planificación, permitieron vislumbrar un “nuevo urbanismo”, más autogestionarios y de base barrial, por tanto, menos salvaje”. (RUIZ RESTREPO, 2008, p. 20)

1.1 Años 70`s

Para la década del 70 la violencia en el campo debido a la influencia de las corrientes políticas no sería tan visible como en las décadas anteriores, pero las divisiones políticas servirían para que las personas de la élite se cerraran a los cambios sociales que se daban debido a la llegada a la ciudad de personas de diferentes partes del departamento y del país, con diferentes costumbres y necesidades. La crisis industrial de los 60 tuvo grandes repercusiones en los años siguientes, aumentó drásticamente el número de los empleos y oficios informales, las partes sindicales tomaron fuerza y el narcotráfico se empezaba a organizar, proceso que duró poco ya que se gestaron conflictos urbanos para controlar sectores estratégicos de la ciudad (SALAZAR, 1992).

“Los espacios verdes y florecidos de las montañas circundantes –a Medellín se le conoce también como “la ciudad de las flores” y como “la ciudad de la eterna primavera”- de pronto se vieron teñidos con ladrillos, hojas de zinc y tablones de todos los colores con los que los nuevos habitantes pintaron sus remedos de ranchos campesinos. Las montañas se perdieron entre construcciones con desechos”. (RUIZ RESTREPO, 2008, p. 22)

La llegada de estos nuevos personajes a la ciudad dinamizaron en cierto sentido algunos sectores económicos de la ciudad, a pesar de su poco poder adquisitivo, estos grupos tenían (como todos los habitantes) necesidades, esto ayudo a que el centro de la ciudad se posicionara como un punto estratégico de la ciudad para comprar los elementos necesarios (y posibles de adquirir) a un bajo precio. La fotografía acompañó en algunas familias, ese proceso de transformación de campesino a ciudadano.

1.2 Años 80`s

El fútbol, los narcos y sus sicarios, la salsa y el vallenato, los barrios, el dinero fácil y la juventud sin temor a la muerte fueron parte de los componentes de una cultura contrastante con lo que hasta ese momento era tradicional en la ciudad, si bien la mayoría de la sociedad no pertenecía ni tuvo participación en los sectores en los que la mafia había entrado, los que sí lo hicieron, generaron un cambio en la ciudad, llegó el miedo y el estado lejos de combatir los problemas de seguridad que se vivían en el interior de la ciudad debido a las nuevas manifestaciones de violencia, se concentró en tratar de acabar con las raíces del problema social que se vivía en este momento en el país y en especial al departamento de Antioquia, los capos. Aquellos personajes que representaban una clase social ``trunfante`` y con una capacidad bastante amplia, lo suficiente como para infiltrarse en muchos sectores de la sociedad, incluso el político.

En la década de los 80's las migraciones se reducen y la ciudad comienza a experimentar sólo un crecimiento vegetativo. A pesar de ello, la inclusión social de las zonas marginales no registró avances significativos. En esta misma década la conflictividad urbana entró en un período de franca agudización, coincidiendo con la consolidación del narcotráfico y con el fin del período de tolerancia que le permitió desarrollarse sin desatar las violencias que luego le estarán asociadas (CEBALLOS R. , 2000, p. 386).

1.3 Años 90`s

Para el inicio de esta década, se vivía en Colombia y sobretodo en Medellín una guerra entre estado y terrorismo, los cientos de asesinatos ordenados por el cartel de Medellín debido al temor de esta organización criminal por ser extraditados a los Estados Unidos, los había llevado a hostigar duramente a los funcionarios relacionados con las investigaciones que se realizaban en contra de los delincuentes. El temor era un sentimiento común entre los habitantes de las ciudades capitales, debido a las múltiples bombas que se habían usado como herramienta principal en el conflicto que se realizaba al interior del país.

“... En medio de la confusión que había dejado el intercambio de disparos se escuchó un grito: ‘Viva Colombia’`. Eran cerca de las 3:00 pm del 2 de diciembre de 1993 y en el tejado de una casa del barrio Los Olivos, al occidente de Medellín, yacía muerto el gran capo del narcotráfico Pablo Escobar Gaviria. Así termino el capítulo nefasto de la historia de un país que por aquella época se había visto obligado a vestir de luto casi a diario”. (OSORIO J. , 2012).

1.4 Del 2000 al 2015

Con la llegada del nuevo milenio, en la ciudad de Medellín inicia un proceso de cambio, una etapa de mejoramiento de diferentes aspectos de la ciudad ya que esta, en las décadas anteriores había sufrido un conflicto urbano, conflicto en el que se perdieron muchas vidas y por la misma razón la imagen de Medellín en el mundo era muy mala.

Por esta razón, los nuevos gobernantes en sus planes de gobierno instauran una serie de proyectos para mejorar la imagen de la ciudad y para contribuir con el desarrollo de la ciudad, nuevas construcciones, mejoramiento de parques, se aumenta aceleradamente la construcción de nuevas obras urbanas en la ciudad y el sector servicios encuentra en la ciudad un gran nicho de nuevas oportunidades y empresas, evidenciándose con la gran cantidad de empresas extranjeras que llegan a invertir y con el mejoramiento de la calidad de vida de una parte de la sociedad.

Pero no todo es bueno para la ciudad, viéndolo desde un punto de vista más crítico, las secuelas de la época del narcotráfico ya no están en edificios destruidos, carros incendiados o barrios a los que la policía no pueda acceder, estas secuelas se ven en las personas, en los pensamientos y en la adopción de un lenguaje y en muchos casos un comportamiento que deriva de esa época oscura de la ciudad.

No es posible establecer con seguridad quién acuñó propiamente el término. De hecho, en las pocas publicaciones en que puede encontrarse esta referencia, no se indica con certeza a qué se está haciendo alusión cuando se precisa que el estilo del narcotráfico que hoy puede ser visto en edificios ruinosos, en ciertas expresiones de la moda, en la literatura ligera, en las series de televisión y en general en el gusto popular, es propiamente Narc Deco. (CORREA, 2012, p. 133)

2. FOTOGRAFIA COMO PRACTICA SOCIAL

Según Alberto Camacho en el texto *Socio epistemología y Prácticas Sociales*, “La frase “práctica social” se refiere a la actividad del ser humano sobre el medio en el que se desenvuelve” (CAMACHO, 2006, p. 133). Es decir esa relación entre hombres, mujeres, condiciones materiales y espacios, en un tiempo y según el entramado de estas la expresión de la práctica es diferente (CASTRO, 1996). Se habla de hombre y mujer por separado porque la manera de pensar y actuar de los sexos es diferente y por ende la práctica cambia, no es lo mismo la pose que adopta una mujer para ser fotografiada que la que adopta un hombre.

La fotografía al relacionar hombres, mujeres, objetos, espacios y un tiempo determinado es una práctica social muy amplia y reconocida. Lo que se muestra en la imagen y cómo se muestra, lleva implícito un mensaje que luego es leído e interpretado por quien ve la fotografía.



Imagen 1. (Propia). Relación, hombre – objetos - espacio – tiempo.

Se identifica dos tipos de fotos, la directa y la construida;

Entendiendo por la primera aquella que se ajusta a unos procedimientos basados en el descubrimiento de una realidad y su reproducción, bajo unos parámetros estrictamente fotográficos y estrechamente vinculados a la nociones de documento e información. Mientras, la construcción implica la planificación y producción de una imagen donde todos los efectos insertados están controlados a priori, y las prácticas artísticas cuentan con un lugar destacado y la manipulación también (PAREJO, 2008, p. 184).

La fotografía directa se refiere entonces a la fotografía familiar, aquella que busca mostrar una realidad, y la construida, a la fotografía de moda que lo que busca es mostrar una presencia, un estilo ideal de vida (STEFANINI, 2012, p. 45).

2.1 Fotografía familiar

En el texto *Para una sociología de la fotografía*, Jesús Manuel de Miguel Rodríguez afirma que *“La fotografía permite preservar un fragmento del pasado, una imagen de algo que no volverá a repetirse, y que incluso puede haber desaparecido”* (DE MIGUEL, 1998, p. 84). Es precisamente por esto que genera nostalgia en la persona que ve la fotografía lo que la vuelve un documento de gran valor. Se escoge el instante que se quiere capturar y lo que se quiere mostrar, exponiendo así una realidad social. Por esto, como expresa Jesús, la fotografía es una herramienta de análisis social, herramienta principal en este trabajo de investigación. *“El mundo puede ser visto, mirado, estudiado a través de imágenes fijas. Permite analizar la realidad social desde una cierta distancia”* (DE MIGUEL, 1998, p. 84).

Es normal que la gente sonría cuando ve un lente apuntándole, esta es una de las prácticas más comunes relacionadas con la fotografía, ya que sonreír demuestra felicidad y esto es lo que en muchos casos se quiere mostrar, una sonrisa momentánea, forzada y aprendida mientras la cámara dispara, porque en realidad las personas no sonrían a toda hora, sino que aprenden a hacerlo (DE MIGUEL, 2003).



Imagen 2. (Propia). Mujer sonriendo para una fotografía.

Desde la llegada de la fotografía a Antioquia en la mitad del siglo XIX, los antioqueños han capturado los momentos más importantes; ritos de paso como bautizos, comuniones, bodas, viajes, lunas de miel, graduaciones escolares, cumpleaños de los hijos/as, el primer día en el colegio y en algunos grupos sociales hasta muertos, aunque este tipo de fotografía (postmortem) ya no se realiza (DE MIGUEL, 1998). “*Estas fotos pueden ser realizadas por fotógrafos profesionales, pero a menudo los familiares y amistades se encargan también de fotografiar esas situaciones sociales*” (DE MIGUEL, 1998, p. 87). Este personaje, aunque no aparece en la fotografía es un personaje representado, que está siempre aunque no se ve, “*entendemos la realidad a través de*

|

sus ojos. Un análisis del álbum familiar nos permitiría saber cómo es la familia, y cómo es este personaje, que en la mayoría de los casos es la madre” (DE MIGUEL, 1998, p. 81).



Imagen 3. (Propia). Fotografía de la primera comunión, 1970.

Es posible desarrollar una Sociología visual de la vida cotidiana en base a la fotografía doméstica producida anónimamente (...). Es la fotografía que sirve para definir las historias familiares particulares y la evolución de familias concretas. Existe una doble relación foto/vida social. Gradualmente es cada vez más importante la utilización doméstica y simbólica de la foto (DE MIGUEL, 1998, p. 101).

2.2. Fotografía de moda

Para poder definir qué es la fotografía de moda es necesario entender primero qué es moda:

La moda, en la medida que tiene que ver con el cambio, debe estar en continuo movimiento. De la misma forma que el cambio solo persiste en aquello que está en movimiento, y desaparece cuando lo que muda queda fijado, la moda, para ser moda, debe tener siempre un pie puesto en el futuro. Así podemos decir que la moda versa sobre la tendencia (SANTA-CRUZ, 2009, p. 124).

Además se debe entender la fotografía de moda como un tipo de fotografía comercial que busca es vender y comunicar al público, no un vestido, sino una presencia, un estilo de vida, una tendencia, por lo cual se necesita de la ficción para poder representar como tal esta utopía.

Al hablar de moda no nos referimos únicamente al diseño textil o de vestuario, la tendencia también abarca otras disciplinas como el diseño industrial, el diseño gráfico e incluso el arte (SANTA-CRUZ, 2009).

Lidenbergh afirma *“la fotografía de moda trata, sobre todas las cosas, de la mujer (...) Y es que nadie como la mujer ha desarrollado a lo largo de la historia esa sensibilidad para presentarse tan especial que la hace tan atractiva a la cámara. Cuando un fotógrafo dispara una fotografía no dispara al vestido, dispara a la mujer que se viste”* (SANTA-CRUZ, 2009, p. 126).



Imagen 4. (Portada revista CROMOS, 2008). Fotografía con contenido artístico.

Así se logra diferenciar los elementos principales de la fotografía familiar y la fotografía de moda para poder entender este trabajo de investigación.

2.3 Fotografía Publicitaria

La funcionalidad de la fotografía publicitaria tiene como finalidad aumentar las ventas y servicios. Esta, no está comprometida con la realidad, es decir, muestra una realidad construida, *“el fotógrafo solo tiene un límite, su imaginación”* (SUSPERREGUI, 2002). Este tipo de imagen, se logra después de una preparación de la fotografía, en la cual el fotógrafo puede corregir cualquier detalle y hacer las tomas que sean necesarias hasta lograr un resultado satisfactorio, recurriendo a cualquier tipo de

técnicas y trucos, “uno de los recursos más importantes de la fotografía publicitaria es la estética para la búsqueda de la originalidad (...) Además la estética tiene valores positivos porque lo bello atrae mucho más la atención que lo feo, lo que ha provocado un culto a la belleza por parte del discurso publicitario” (SUSPERREGUI, 2002). Se le puede definir de manera indirecta “como una fotografía que documenta ciertos valores de nuestra cultura, que se manifiestan a través de estas fotografías por su alto grado de aceptación social” (SUSPERREGUI, 2002).



Imagen 5. (Revista CROMOS década de 1970). Imagen publicitaria CARIBÚ.

3. HERRAMIENTAS PARA FOTOGRAFIAR

Desde sus inicios, el hombre ha querido hacer representaciones de su entorno, utilizando diferentes medios de expresión, es decir diferentes técnicas o maneras de representar lo que se pretende registrar (GLYNN, 2007). Entendiendo en este capítulo la fotografía como una técnica para registrar gráficamente un momento, se debe entrar a mencionar que hay una serie de objetos materiales que permiten obtener una fotografía, dichos objetos son aquellos indispensables en el proceso, y no es uno solo, son varios en casi todos los tipos de fotografía, dichos objetos juntos forman un conjunto, forman el sistema objetual¹ de la fotografía. Dependiendo de la época en que se estén estudiando los objetos pueden haber o no (según la técnica utilizada), algún objeto que en otro momento no. El objeto principal es la cámara, aquella que permite la captura del momento y en la cual se encuadra lo que quiere mostrar, y dentro de la cual se posiciona el material en el cual se guardará la imagen capturada.

Las nuevas tecnologías le permiten a la fotografía tener un desarrollo importante en cuanto a los sistemas objetuales que componen el acto de fotografiar y de exhibir lo capturado, lo cual partirá la historia de la fotografía en dos, antes y después de la computadora, análoga y digital, o también se podría decir: la física y la digital (PAREJO, 2008).

3.1 Fotografía física

Durante cerca de 160 años se utilizaron medios físicos para la obtención y posterior impresión de una imagen fotográfica, lo que es básicamente como lo explica Gale Lynn

en su texto Fotografía Manual de Procesos Alternativos: *“La fotografía, que se deriva de los vocablos griegos pothós (luz) y graphein (grabar), designa un proceso técnico por medio del cual una imagen se fija en una superficie emulsionada con materiales fotosensibles que reciben la acción de la luz”* (GLYNN, 2007, p. 13). Esto hace énfasis en lo que denominaremos a lo largo de esta investigación fotografía Física, o para muchos la análoga, la cual se empezó a dejar a un lado cerca del año 2000, cuando fue reemplazada por la fotografía digital.

3.2 Fotografía digital

La era digital, los acelerados desarrollos tecnológicos de la computación, la llegada de la nanotecnología, la web, la masificación y reducción de los costos en la telefonía celular, y el fácil acceso a los medios de comunicación, son algunas de las características o factores más relevantes del siglo XXI, por no mencionar las miles de innovaciones que se han presentado desde la llegada del nuevo milenio en los artefactos electrónicos y dispositivos portátiles. Uno de esos desarrollos más importantes ha sido sin duda alguna el de las cámaras fotográficas, dispositivos que con el paso de análoga a digital, tuvo un cambio muy significativo en su uso y reproducción, se multiplicaron las tomas, se redujeron las visitas a los almacenes fotográficos para revelar los negativos, el tamaño de las cámaras disminuyó, se cambiaron los rollos por tarjetas y la compatibilidad con los correos electrónicos revolucionó la forma en que se utilizaba la fotografía en especial la familiar. *“El paso de sus imágenes en papel a sus ediciones en*

|

formato CD ROM muestran una interesante transición, donde se mantiene la tradición fotográfica pero en un nuevo ámbito: el digital” (PAREJO, 2008, p. 179).

El poder manipular con facilidad una imagen, poder almacenarla en un computador, editarla, y enviarla con facilidad a personas sin la necesidad de involucrar un formato de papel dio pie a que ya no se quisieran utilizar medios impresos, para algunos se empezaron a volver innecesarios o engorrosos debido a que en los computadores se podían lograr mejores resultados, con mayor calidad y con una disminución importante en el costo (PAREJO, 2008).

4. MARCO METODOLÓGICO

Fotografía Familiar, De Moda Y Publicitaria, en Medellín.

En esta investigación de tipo explicativa, se pretende definir cómo se relacionan la fotografía de familia, de moda y publicitaria en la ciudad de Medellín desde el año 1970 hasta el 2015.

Para el desarrollo de esta investigación fue indispensable llevar a cabo un trabajo de campo, con el fin de corroborar la información hallada en los textos estudiados con anterioridad. En primer lugar se hizo una recolección de imágenes de fotografías de moda en la colección de revistas CROMOS de la hemeroteca de la biblioteca de la Universidad de Antioquia. Por ser una revista gráfica semanal que circula desde 1916 fue escogida como material de estudio en esta investigación al comprender perfectamente la época estudiada en esta investigación y ser una fuente abundante de información. Además, es una revista que ha sido testigo de la transformación del país no solo en los ámbitos literario, científico, social y político sino también en el artístico, un ejemplo de este es su fidelidad cada año en el cubrimiento del reinado nacional de belleza.

Debido a la gran cantidad de ejemplares encontrados y la cantidad de fotografías en cada uno de ellos, se decidió registrar solamente un mes por año, donde cada mes tiene aproximadamente 3 ejemplares de los que registramos las portadas y una fotografía del interior; de esta manera tendríamos una foto principal e importante y otra que representara el contenido de la revista. Para poder identificar las fotografías por su década se hizo una clasificación por periodos de la siguiente manera: de 1970 hasta

1979, de 1980 hasta 1989, de 1990 hasta 1999, desde el 2000 hasta el 2009 y desde el año 2010 hasta el 2015

70`s		80`s		90`s		2000 - 2010		2010 - 2015	
1970	Enero Diciembre	1980	Noviembre Diciembre	1990	Septiembre Diciembre	2000	Julio Diciembre	2010	Mayo Diciembre
1971	Febrero Diciembre	1981	Diciembre	1991	Octubre Diciembre	2001	Agosto Diciembre	2011	Junio Diciembre
1972	Marzo Diciembre	1982	Enero Diciembre	1992	Noviembre Diciembre	2002	Septiembre Diciembre	2012	Julio Diciembre
1973	Abril Diciembre	1983	Febrero Diciembre	1993	Diciembre	2003	Octubre Diciembre	2013	Agosto Diciembre
1974	Mayo Diciembre	1984	Marzo Diciembre	1994	Enero Diciembre	2004	Noviembre Diciembre	2014	Septiembre Diciembre
1975	Junio Diciembre	1985	Abril Diciembre	1995	Febrero Diciembre	2005	Diciembre	2015	Octubre Diciembre
1976	Julio Diciembre	1986	Mayo Diciembre	1996	Marzo Diciembre	2006	Enero Diciembre		
1977	Agosto Diciembre	1987	Junio Diciembre	1997	Abril Diciembre	2007	Febrero Diciembre		
1978	Septiembre Diciembre	1988	Julio Diciembre	1998	Mayo Diciembre	2008	Marzo Diciembre		
1979	Octubre Diciembre	1989	Agosto Diciembre	1999	Junio Diciembre	2009	Abril Diciembre		

Cuadro 1. Selección de muestras de fotografía de moda y publicitaria

Paralelamente se recolectaron fotografías de álbumes familiares donde las personas además de compartir sus imágenes también compartían sus historias y anécdotas, información igualmente importante. También se realizó una búsqueda en redes sociales de algunas personas de la ciudad de Medellín correspondientes al periodo

histórico pertinente a la investigación donde no había historia relatada de por medio debido a que era una búsqueda en internet y no hubo una conversación con la persona.

Matriz de recolección de datos: Fotografía Familiar, de Moda y Publicitaria en Medellín					
Periodo	Interior	Exterior	Grupos	Solos	Hallazgos
1970					En la fotografía de moda de los años 70 se observó un estilo más clásico y formal, con predominio de tonos neutros y líneas rectas. Se utilizaban fondos sencillos y se buscaba resaltar la silueta y el color de la prenda.
1980					En la fotografía de moda de los años 80 se observó un estilo más dinámico y moderno, con predominio de tonos vivos y líneas curvas. Se utilizaron fondos más variados y se buscó resaltar la personalidad y el estilo de vida del modelo.
1990					En la fotografía de moda de los años 90 se observó un estilo más sofisticado y elegante, con predominio de tonos oscuros y líneas rectas. Se utilizaron fondos más sencillos y se buscó resaltar la calidad de la prenda y el estilo de vida del modelo.
2000					En la fotografía de moda de los años 2000 se observó un estilo más casual y relajado, con predominio de tonos claros y líneas rectas. Se utilizaron fondos más sencillos y se buscó resaltar la comodidad y el estilo de vida del modelo.
2010					En la fotografía de moda de los años 2010 se observó un estilo más moderno y sofisticado, con predominio de tonos oscuros y líneas rectas. Se utilizaron fondos más variados y se buscó resaltar la personalidad y el estilo de vida del modelo.
Hallazgos					Se observó una evolución constante en la fotografía de moda, desde un estilo más clásico y formal en los años 70 hasta un estilo más moderno y sofisticado en los años 2010. Se evidenció un cambio en los tonos predominantes, las líneas y los fondos utilizados, reflejando las tendencias de la moda y el estilo de vida de cada época.
Hallazgos					Se observó una evolución constante en la fotografía de moda, desde un estilo más clásico y formal en los años 70 hasta un estilo más moderno y sofisticado en los años 2010. Se evidenció un cambio en los tonos predominantes, las líneas y los fondos utilizados, reflejando las tendencias de la moda y el estilo de vida de cada época.

Imagen 6. (Propia). Matriz de doble entrada, organización de información.

Posterior a esto, se contactaron algunos expertos como unidad de estudio; en el tema de la fotografía de moda, al fotógrafo de moda José Luis Ruiz Vélez, quien ha trabajado en esta labor desde hace aproximadamente 14 años y que además es profesor de fotografía en la Universidad Pontificia Bolivariana; en el tema de moda se contactó a al historiador de moda William Cruz Bermeo, docente de la Universidad Pontificia Bolivariana desde hace varios años. Estos expertos compartieron su conocimiento y aportaron información valiosa a esta investigación por medio de entrevistas.

Con dichas entrevistas se aclararon dudas que se tenían con respecto a las imágenes recolectadas, entre ellas la diferencia entre la fotografía de moda y la fotografía publicitaria, aclaración que hizo necesario incluir la fotografía publicitaria como un tipo de imagen a estudiar y comparar, ya que se comprendió que en Colombia

la fotografía de moda no se presenta sino hasta mediados de la década de 1990, es decir, que la gran mayoría de imágenes de “moda” anteriores a esta época, no pertenecen propiamente a fotografías de moda sino a lo que se denomina imagen publicitaria, es por esto que la fotografía publicitaria se tomó en cuenta como un tipo de fotografía pertinente para el desarrollo de la presente investigación.

Al tener una gran variedad de imágenes era necesario la organización y clasificación de las mismas. Por lo cual se hizo un rastreo visual donde se identificaron algunos aspectos generales de las fotografías y se definieron cuatro categorías. Interior (que son aquellas fotografías que fueron tomadas al interior de una casa o en un estudio), exterior (aquellas que se hacen en espacios abiertos), grupos (imágenes donde se identifiquen dos o más personas) y solos (que son estas en las que aparece una sola persona).

Finalmente se construyó un cuadro como herramienta, en el que se ubicaron las categorías por épocas de manera vertical y las categorías de aspectos generales de manera horizontal.

Luego se llenó este cuadro ubicando sólo algunas de las tantas fotografías registradas en sus respectivas categorías, pues si se hubieran puesto todas, el cuadro habría quedado muy extenso y difícil de concluir. Posterior a esto se acompañaron las fotografías de textos explicativos y comentarios sacados, tanto de la información previamente estudiada en textos, como en la información que se obtuvo en las entrevistas con los expertos. Todo esto permitió hacer una lectura de toda la información para finalmente lograr identificar algunos hallazgos relevantes para después desarrollarlos y llegar así a las conclusiones.

5. HALLAZGOS

- En la década de 1970, la fotografía de moda y la publicitaria usaban planos medios en gran parte de las fotografías, esta técnica se ve reflejada en la fotografía familiar durante los años 80's.
- En la fotografía familiar durante los 90's, se empiezan a observar imágenes de personas en vestidos de baño que permiten ver los cuerpos semidesnudos, esto se puede apreciar en la fotografía de moda y la publicitaria durante la década de 1980.
- Es solo hasta después de 1991 con la reforma de la constitución que se empiezan a ver personas de color.
- Personas del común se vuelven populares o figuras públicas y son registrados en situaciones cotidianas.
- La "selfie" no ha influenciado a la fotografía de familia, puesto que no se puede considerar una fotografía de moda ni publicitaria al no tener una preparación especial hasta ahora.
- Los deportes en especial el fútbol, son eventos que influyen a la fotografía de moda y la publicitaria.
- Las familias cada vez son más reducidas en número, por esto muchas personas optan por tener mascotas en vez de hijos.

6. CONCLUSIONES

6.1 Técnica

Desde la década de 1970, la fotografía publicitaria busca nuevas formas de comercializar los productos, y alcanzar su objetivo principal que es el aumentar las ventas de lo publicitado, dicha búsqueda se evidencia hasta los primeros años de la década de 1990, década en la que al presentarse fotografías con un componente artístico puede hablarse de la fotografía de moda en el país. En las dos últimas décadas, se da un estancamiento y las fotografías de moda se vuelven repetitivas, además con la llegada de la fotografía digital y la popularización de la fotografía, las personas del común logran hacer tomas de muy buena calidad, y se vuelve difícil para los fotógrafos profesionales hacer tomas novedosas e impactantes.

Con la llegada de la cámara digital al país se dieron cambios importantes en la fotografía; se disminuyó notablemente el uso de los medios impresos en la fotografía familiar, se dio la posibilidad de repetir una toma hasta lograr la fotografía deseada y descartar aquellas que no eran óptimas. Al llegar nuevas tecnologías de cámaras digitales más fáciles de usar que las cámaras análogas, la acción de tomar una foto se hizo más frecuente. El archivar las imágenes también cambió con la conectividad de las cámaras con los computadores, estos fueron solo algunos de los cambios que permitieron que se diera la masificación de la fotografía, es decir, con la cámara digital muchas más personas empezaron a tomar fotos, hasta llegar al punto de que en los últimos años las personas pueden hacerse autorretratos con mucha facilidad gracias a la

implementación de las cámaras frontales en la mayoría de los dispositivos electrónicos con las cuales se pueden hacer las “selfies”.

6.2 Prácticas

La fotografía es una herramienta de análisis social, se captura un instante en una imagen que luego puede ser vista, interpretada o narrada. Hasta la década de 1980, la mayoría de las fotografías de familia registraban momentos importantes como ritos religiosos, eventos, celebraciones, entre otros, donde aparecían más que todos miembros de la familia. Luego durante la década de 1980, se hace común fotografiar también a los amigos, y el álbum de familia deja de archivar únicamente imágenes de parientes, ampliando así los momentos fotografiados, las personas que aparecen y por ende las historias que se narran al compartir el álbum.

Durante mucho tiempo el compartir el álbum fotográfico con otras personas y narrar las historias o detalles de cada fotografía era una práctica social común, con el desarrollo tecnológico de las cámaras fotográficas y el paso de lo análogo a lo digital se dio un cambio radical en esta práctica, ya no se narran las imágenes sino que ellas hablan por sí solas al ser publicadas en las diferentes redes sociales, se da una conversación sin gente por medio de pie de fotos y comentarios, o simplemente una interpretación de quien observa la fotografía.

Otro cambio que se dio desde la llegada de la fotografía digital con respecto al álbum familiar, fue que éste pasó de ser familiar a ser personal, debido a que cada persona de

manera individual podía escoger aquello que quería fotografiar y compartir, los amigos se empiezan a mostrar aún más que la misma familia y se convierten en una nueva.

El tamaño de las familias se redujo en los últimos años y se hizo común el tener mascotas como integrantes de la misma, dándoles gran importancia a dichos animales, tanto así que son dignos de mostrar en las fotografías.

En cuanto a las gestualidades la forma de presentar el cuerpo en las fotografías de familia tuvo un gran cambio en los años 90's donde se empezaron a mostrar cuerpos semidesnudos, aspecto que se vio influenciado tardíamente por algunas fotografías publicitarias de la década de 1980, que igualmente fueron influenciadas de manera tardía por las publicaciones de revistas extranjeras que narraban aspectos de la revolución sexual durante los años 60's y 70's.

Con respecto a los gestos del rostro en la fotografía familiar, la sonrisa es la gestualidad más común al tratar de representar la felicidad familiar, es una sonrisa que se aprende, una sonrisa forzada, irónicamente la fotografía de moda y la publicitaria buscan una naturalidad o cotidianidad, para esto se pueden basar en la fotografía de familia.

De la fotografía familiar, gracias a los desarrollos tecnológicos de los últimos años y a la necesidad de tomarse un autorretrato, nace lo que hoy en día se conoce como "selfie". Esta fotografía que se ha popularizado en los últimos años, ha generado grandes cambios en las prácticas sociales relacionadas con la fotografía, uno de los más significativos ha sido el hecho de impulsar el diseño y desarrollo de nuevas materialidades especializadas en la práctica de la "selfie". Otro aspecto relevante es que con la "selfie" se hacen más común nuevos ángulos, uno en picada para fotografiarse

desde una vista superior y otro en contrapicada para sacar fotografías desde una un ángulo inferior. La selfie también ha permitido que se tomen fotografías en lugares íntimos que antes no se mostraban en las fotografías, como el baño o las habitaciones.

6.3 Materialidades

Con el desarrollo tecnológico la cantidad de fotografías aumenta, se masifica el uso de la cámara digital gracias a la integración de ésta en muchos dispositivos electrónicos, generando nuevas formas de fotografía como lo es la “selfie”, estos autorretratos como se dijo anteriormente, populariza una práctica que requiere nuevas tecnologías, diseñadas y desarrolladas en los últimos años para facilitar y mejorar este tipo de fotografía como por ejemplo la cámara frontal especializada en los celulares, la Gopro, el monopod, entre otros.

La cultura material de la fotografía familiar en la ciudad de Medellín cambia con las nuevas tecnologías que llegan en siglo XXI al pasar de medios tangibles a intangibles, es decir de fotografías impresas a fotografías digitales. Así se da en la ciudad, al igual que en otras partes del mundo, una desmaterialización de la fotografía familiar. La fotografía de moda y la publicitaria a diferencia de la familiar, no dejan a un lado los medios impresos, sino que se alimentan de las nuevas tecnologías para complementar sus medios.

Esta fotografía intangible requiere de métodos de archivo y formas de ser exhibida, en cuanto a los métodos de archivo se desarrollan materialidades como el cd-room, la memoria USB, el disco duro, tarjetas de memoria, los mismos dispositivos electrónicos,

entre otros. También de los métodos de archivos se encuentran inmaterialidades como las plataformas virtuales de almacenamiento de datos como Dropbox y redes sociales como Facebook e Instagram que además de archivar, se convierten en las nuevas formas de exhibir y compartir las fotografías del nuevo álbum personal nombrado en el tercer párrafo de la conclusión anterior.

LISTA DE IMAGENES

Imagen 1(Propia). Relación, hombre – objetos - espacio – tiempo.....	18
Imagen 2. (Propia). Mujer sonriendo para una fotografía.....	20
Imagen 3. (Propia). Fotografía de la primera comunión, 1970.....	21
Imagen 4. (Portada revista CROMOS, 2008). Fotografía con contenido artístico.....	23
Imagen 5. (Revista CROMOS década de 1970). Imagen publicitaria CARIBÚ.....	24
Imagen 6. (Propia). Matriz de doble entrada, organización de información.....	30

|

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Selección de muestras de fotografía de moda y publicitaria.....	29
---	----

7. Bibliografía

- CEBALLOS, R. (2000). VIOLENCIA RECIENTE EN MEDELLÍN UNA APROXIMACIÓN A LOS ACTORES. 29 (3), 381-401.
- CORREA, D. (2012). Narc Deco. Ética y estética del narcotráfico. *Analecta Política* , 2 (3), 127-140.
- GLYNN, G. (2007). *Fotografía Manual de Procesos Alternativos*. Mexico D.F: universidad nacional autonoma de Mexico.
- PAREJO, N. (2008). De la fotografía documental al documento digital. *Revista De Estudios De Comunicacion* , 15 (25), 179-196.
- LARRUMBE, C. (2009). *La fotografía de moda como medio específico para la difusión de estilos y tendencias en el periodo 1920-1950*.
- OSORIO, J. (2012). *Fotografía en Antioquia*. Bogotá: Villegas Editores.
- CASTRO, P. C. (1996). Teoría de las prácticas sociales. *complutum extra* , 6 (2), 35-48.
- SALAZAR, A. (1992). *Las Subculturas del Narcotráfico*. Medellín: cinep.
- SANTA-CRUZ, J. (2009). *Una mirada filosófica a la fotografía de moda*. Universidad Complutense.
- STEFANINI, V. (2012). *El uso del cuerpo en la fotografía de moda*. Obtenido de UP Universidad de Palermo:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8213&id_libro=378
- BARRAGÁN, A. (2014). *La narrativa colombiana de finales del siglo xx en la enseñanza-aprendizaje de la historia de la violencia urbana en medellín en los años ochentas, en la educación básica secundaria*. Maestría, Universidad Nacional de Colombia, Cundinamarca, Bogotá.
- OSORIO, J. (2012). *Fotografía en Antioquia*. Bogotá: Villegas Editores.
- CORREA ORTIZ, D. (2012). Narc Deco. Ética y estética del narcotráfico. *Analecta Política* , 2 (3), 127-140.
- Barragán, J. A. (2014). *LA NARRATIVA COLOMBIANA DE FINALES DEL SIGLO XX EN LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA HISTORIA DE LA VIOLENCIA URBANA EN MEDELLÍN EN LOS AÑOS OCHENTAS, EN LA EDUCACIÓN BÁSICA SECUNDARIA*. Maestría, Universidad Nacional de Colombia, Cundinamarca, Bogotá.
- CEBALLOS, R. (2000). VIOLENCIA RECIENTE EN MEDELLÍN UNA APROXIMACIÓN A LOS ACTORES. 29 (3), 381-401.
- GRAJALES, D. (11 de 01 de 2014). *elmundo.com*. Obtenido de Viajando Por La Historia Fotográfica De Colombia: www.elmundo.com/movil/noticia_detalle.php?idx=230030&

CAMACHO, A. (abril de 2006). *Socioepistemología y prácticas sociales*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/405/40518106.pdf>

DE MIGUEL, J. M. (1998). Para una sociología de la fotografía. *Reis*, 84 (98), 83-124.

DE MIGUEL, J. M. (2003). El ojo sociológico. *Reis*, 101 (03), 49-88.

RUIZ RESTREPO, J. (2008). MEDELLÍN: FRONTERAS DE DISCRIMINACIÓN Y ESPACIOS DE GUERRA. *CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINION*.

SUSPERREGUI, J. M. (05 de 04 de 2002). *Naturaleza de la Fotografía Publicitaria*. (E. & media, Productor) Obtenido de www.euskonews.com:
www.euskonews.com/0161zbk/gaia16102es.html