

IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFIA SOCIAL DE BODAS EN LOS
ESTRATOS BAJOS, MEDIOS Y ALTOS



JASON ALBERTO ACEVEDO ESQUIVEL
RAFAEL JESÚS SALCEDO CAICEDO
HERNÁN ALONSO VILLA GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS, DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL
2013

IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFIA SOCIAL DE BODAS EN LOS
ESTRATOS BAJOS, MEDIOS Y ALTOS



JASON ALBERTO ACEVEDO ESQUIVEL

RAFAEL JESÚS SALCEDO CAICEDO

HERNÁN ALONSO VILLA GONZÁLEZ

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR PARA EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL

TUTOR DE INVESTIGACIÓN

ALVARO DELGADO

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA DE INDIAS, DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL

2013

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	4
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	5
2.1 Enunciado del problema	5
2.2 Formulación del problema	6
2.3 Situación actual	7
3. JUSTIFICACIÓN	9
4. OBJETIVOS	11
4.1 Objetivo general	11
4.2 Objetivos específicos	11
5. MARCO TEORICO	12
5.1 Antecedentes	15
5.2 Teoría de investigación	16
5.3 Conceptos	18
6. EJES TEMÁTICOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
7.1 Población y muestra	21
7.2 Fuentes primarias	22
7.3 Fuentes secundarias	22
8. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN, PROCESAMIENTO Y ANALISIS	23
8.1 Entrevista Categoría 1	23
8.2 Entrevista Categoría 2	25
8.3 Entrevista Categoría 3	27
8.4 Tablas de Comparación	30
9. IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTA DE SOLUCIÓN	36
9.1 Registros fotográficos de las categorías	36

9.2 Acuerdos y formalización en la contratación	37
9.3 Experiencia del fotógrafo	38
9.4 Factores importantes en la satisfacción	40
10. ELABORACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL	43
11. CONCLUSIONES	44
12. ANEXOS	46
12.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO	46
12.1.1 Presupuesto	46
12.1.1.1 Presupuesto Global	46
12.1.1.2 Presupuesto Detallado	46
12.1.2 Cronograma	47
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de grado se ha realizado con el fin de recibir el grado como comunicador social por la Universidad de Cartagena. Es un estudio que busca descubrir las diferentes facetas que existen en los entornos sociales existentes en nuestra sociedad con respecto a la fotografía matrimonial.

A raíz de que el matrimonio como icono y como elemento social se ha convertido en algo intangible dentro de la comunidad, se examinó las variables que están inmersas dentro de este para analizar él por qué de las diferentes en cosas tan simples como los registros fotográficos de un matrimonio en cualquier hogar.

En la actualidad, el campo del estudio de la fotografía como factor social dentro de una comunidad es poco estudiado por la investigación educativa, adentrándose en otros sectores.

Nuestra preocupación por mejorar las herramientas tanto para académicos, estudiantes, personas del común y fotógrafos en cuanto a la elaboración de excelentes trabajos fotográficos en las bodas de la ciudad de Cartagena, nos llevó a estudiar diferentes conceptos que conllevan a un resultado final del proyecto.

La diferenciación de los públicos estudiados en este proyecto solo es reflejo de la fragmentación en cuanto a los social y lo económico en la sociedad cartagenera y colombiana.

Siendo así, solo queda exponer que el campo fotográfico y no solo el de la fotografía matrimonial sino todos sus sectores, necesitan más estudio pues estos forman parte de la vida social de la comunidad y tiene una repercusión directa en todo su entorno cultural.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Enunciado del problema

La necesidad permanente de trabajos fotográficos en la ciudad de Cartagena ha llevado al auge y a la creación de muchas firmas que brindan servicios en fotografía y que se han destacados en innumerables eventos organizados en esta ciudad.

En Cartagena se realizan centenares de eventos cada año; cumpleaños, bodas y congresos adornan las irreales calles de la ciudad amurallada. Sus callejones y avenidas proporcionan el contexto adecuado tanto para los profesionales en fotografía como para los clientes debido a su ambiente romántico y colorido.

El portal oficial de la guía de viajes de la Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones (entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia) destaca en unos de sus artículos el ambiente propicio, romántico y atrayente de Cartagena, además añade que la guía turística Frommers la recomienda como uno de los doce destinos para visitar en el mundo. ¹

De acuerdo con lo anterior, podemos decir que es necesaria la generación de nuevos talentos que trabajen en capturar imágenes de momentos especiales, no es suficiente solo con saber oprimir el obturador de la cámara fotográfica también se debe tener en cuenta todas las variables y géneros existentes en el mundo de la fotografía, logrando enmarcar cada situación que merezca quedar grabada en la retina de las personas.

Para el fotógrafo humanista William Eugene Smith, la fotografía era algo más que el retrato de una persona en un pedazo de papel, era la forma más fácil de

¹ La siempre colorida, bella y romántica Cartagena de Indias. Guía de viajes oficial, Promoción de Turismo, Inversión y exportaciones.
www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino/destinos-recomendados-esta-semana/cartagena

expresar todo lo que sentía, de lo que estaba dentro de su corazón, de mostrar lo verdadero, lo auténtico.²

“La fotografía es solamente una débil voz, pero a veces, una o varias fotos pueden llevar a nuestros sentidos hacia la conciencia; las fotografías provocan en ocasiones emociones tan intensas que llegan a actuar como catalizadores del pensamiento.” W. Eugene Smith (1936)

Siendo así, el problema de nuestra investigación vendría a ser la comprensión que tienen de la fotografía matrimonial los habitantes de los diferentes estratos socio económicos tomando en cuenta diferentes variables analizables como el entorno social y la cultura en que está inmersa el individuo.

2.2 Formulación del problema

Existen eventos de gran carácter cultural, social y sentimental en la vida de las personas y en general de la sociedad. Los cumpleaños, los grados o los matrimonios son fechas especiales para cualquier ser humano.

Así lo plantea Susan Sontag, en su ensayo “Sobre la fotografía”, donde enmarca los diferentes matices que existen en el mundo fotográfico, visual, su carácter social y sentimental en la vida de las personas.

En concordancia con lo anterior, un álbum antiguo guardado en un armario, un registro fotográfico digitalizado en la computadora o el dispositivo móvil más moderno toman gran valor no solo dentro de la familia sino también dentro del círculo social donde se mueve el individuo. Asimismo, es indudable que dentro de los eventos sociales algunos de estos objetos, tomen mayor importancia que otros dependiendo la ocasión.

El matrimonio como institución es todavía considerado algo intangible e indisoluble para muchos ciudadanos de la sociedad colombiana, que a pesar

² Carta de William Eugene Smith a su madre, Reportero fotográfico estadounidense. Wichita (Kansas), diciembre de 1936.

de pertenecer a un estado laico mantienen la ética y la moral religiosa cristiana, en especial la católica romana.

Un barómetro realizado por la Universidad de Vanderbilt en el año 2009, nos dice que el catolicismo romano tiene un 80,09% de adeptos mientras que el protestantismo acapara un 10,71% de la población colombiana.³

Tomando en cuenta lo anterior podemos inferir que debido a la significación que tiene el matrimonio en la sociedad colombiana, este se convierte en un campo laboral propicio para los fotógrafos en Cartagena.

2.2 Situación actual

La iniciativa de este proyecto surge del análisis de la cotidianidad iconográfica de la ciudad y su concurrencia en la vida de los cartageneros cuya exigencia frente a la estética fotográfica se ha afinado debido a las características especiales de la ciudad y de los avances tecnológicos.

Cartagena de Indias por ser una ciudad turística, puerto y además referente cultural se ha convertido en la actualidad en una imagen tanto nacional como internacional, tarea para la cual especializados fotógrafos se han encargado de capturar cientos de fotografías de excelente calidad que han sido difundidas muy rápidamente a través de los medios audiovisuales, redes informáticas y por supuesto en las mismas calles de la ciudad, promocionándola como centro de belleza. Dicha imagen creada a través de la fotografía no sólo ha vendido en la ciudad sino también alrededor de toda la geografía colombiana.

Asimismo, el origen de un nuevo concepto en producción fotográfica ha acostumbrado a los cartageneros a la inmediatez de las redes sociales y el internet, una alta calidad en estos productos visuales ya es una exigencia entre sus habitantes.

³ YEAR OF STUDY: 2009. Colombia. Universidad Vanderbilt. 1p.
www.vanderbilt.edu

La exhibición de fotografías de fechas memorables a través de las redes sociales son el ejemplo más inmediato de la importancia de dicha producción audiovisual para los cartageneros, pues de acuerdo a la calidad de los mismos se recibe mayor satisfacción y orgullo al mostrarlos.

Para Rafael García Alonso profesor del Departamento de Sociología del Arte y de la Literatura de la Universidad Complutense de Madrid, las imágenes fotográficas no son solamente el resultado de un proceso técnico producido por una cámara fotográfica, sino es el resultado de un contexto cultural.

Para García Alonso, las fotografías no solo ayudan a retratar una escena en un papel frío, puesto que colaboran con la creación de realidades distintas en cada una de las personas, además de entender las diferentes formas de comportamiento y las distintas culturas que maneja cada segmento de la población.⁴

Otros elementos influyentes para medir la satisfacción además de la condición técnica de los equipos utilizados por el profesional es la inclusión de marcas de agua, lo cual aumenta el valor social entre los expectantes.

Según palabras de Carlos Alejandro Cornejo Guerrero, Doctor en Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, “la utilización apropiada de las marcas es uno de los factores fundamentales para el éxito de las empresas dentro del sistema”. Además añade que estas marcas cumplen un papel económico pero también social.⁵

⁴ GARCÍA ALONSO, Rafael. La fotografía como registro sociológico. En: Congreso Español de Sociología (XIª Edición: 2013: Madrid). Ponencias del XI Edición del CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGIA. Madrid: Departamento de Teoría Sociológica de la Universidad Complutense de Madrid, 2013. 14 p.

⁵ CORNEJO GUERRERO, Carlos Alejandro. La importancia de la marca en la empresa moderna. Universidad Privada Norbert Wiener. 2011, 4 p.
www.uwiener.edu.pe/portales/derecho/documentos/La-importancia-de-la-marca-en-la-empresa-moderna.pdf

3. JUSTIFICACIÓN

Es una realidad que desde la popularización de la cámara fotográfica en la sociedad, cualquier persona sienta la necesidad de guardar y capturar momentos especiales para la posteridad. Sin embargo, no fue hasta hace menos de 30 años con la generalización de cámaras digitales y más recientemente la estandarización de formatos de archivos digitales JPEG que la capacidad de adquirir y manejar diferentes modelos de cámaras fotográficas se fue generalizando entre las personas del común. Igualmente, la disminución en los precios de otros elementos tecnológicos como el computador y tarjetas de memorias hicieron posible que la imagen digital se masificara.

No obstante todos estos procesos de masificación se hicieron con los diferentes formatos y tamaños de estos archivos digitales, hecho que si bien permitió que personas de baja y mediana capacidad adquisitiva logaran y manejaran equipos tecnológicos como celulares con cámaras de 1.2 megapíxeles, también perjudicó la calidad de las fotografías que se procuró reservar para los “profesionales”.

Conforme a las palabras de Enrique Tamés, Doctor en Innovación y Tecnología Educativa por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, las tecnologías de la información han tenido un crecimiento tan grande que este se ve en los países desarrollados. Según Tamés, países subdesarrollados y en vía de desarrollo han mostrado un mayor crecimiento en campos como el de la telefonía celular que los países con mayor índice de desarrollo e ingresos.⁶

Actualmente y haciendo referencia a las teorías de consumo cultural de Jesús Martín Barbero y gracias a la generalización de las conductas sociales como el uso de redes sociales y la preferencia por los medios audiovisuales, el

⁶ TAMÉSES, Enrique. La masificación de la tecnología. Sistema tecnológico de Monterrey. 2013. 1p. [www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+enrique+tames+muno/op\(29sep11\)enriquetames](http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+enrique+tames+muno/op(29sep11)enriquetames)

conocimiento y el gusto por la “imagen” ha renacido.⁷ Asimismo la visión de los productos culturales, sobre todo en la población joven ha dado un cambio circunstancial ayudando a su vez en varios campos del comercio y la economía.

Es indispensable añadir que la inclusión de estas herramientas audiovisuales no solo colaboró al mejoramiento de ciertos elementos sociales, ¿qué sería el mundo de Facebook, Twitter, Instagram o cualquiera red social sin la fotografía? Por lo tanto el nivel de calidad que debe presentar un profesional a la hora de presentar su trabajo ha aumentado.

⁷ BARBERO, Jesús Martín. El consumo cultural de los jóvenes. PortalGC UB, Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona. YouTube, 2010.
www.youtube.com/watch?v=4_kRy3sGV94

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Comprender la importancia de la fotografía en las bodas de los habitantes de los estratos bajo, medio y alto de la ciudad de Cartagena.

4.2 Objetivos específicos

1. Estudiar las diferencias y las similitudes de los diferentes estratos socioeconómicos en los registros fotográficos de sus respectivas bodas. Basado en: luz, composición y momentos.
2. Analizar los acuerdos y la formalización en la contratación de los fotógrafos en cada uno de los estratos socioeconómicos
3. Contemplar la importancia de la experiencia del fotógrafo en bodas para lograr la contratación de su firma.
4. Observar los factores que provocaron el nivel de satisfacción con sus respectivos trabajos fotográficos en sus bodas

5. MARCO TEÓRICO

El génesis de los actuales modos de producción fotográfica viene del entretejido complejo de la modernidad con su desenvolvimiento caótico en la posmodernidad. Para Boaventura de Sousa Santos, la modernidad es un paradigma cultural que se consagró antes del surgimiento capitalista de producción pero que se agotó o finalizó antes de que el capitalismo como modo de producción dominante llegara a su fin⁸. Además que el proyecto sociocultural de la modernidad como camino de evolución humana encuentra desequilibrio producido por el exceso de algunas promesas y el déficit en el cumplimiento de otras

Para clasificar su justificación, el autor muestra dos pilares que estructuran el rostro de la modernidad. El primero de ellos es el pilar de la regulación, constituido por tres principios: el principio del estado, el mercado y la comunidad. El segundo pilar es el de la emancipación, constituido por tres lógicas: la lógica de la racionalidad cognitivo-instrumental, la racionalidad moral-práctica y la racionalidad estético-expresiva. A pesar que estos pilares y sus elementos constituyentes operan según un marco de funcionalidad especializada, pueden llegar a interactuar o insertarse las unas con las otras en una fluctuación compleja que incide en los frutos de la modernidad.

El desarrollo histórico de la modernidad está intrínsecamente unido al desarrollo del capitalismo en los países centrales (Francia, Inglaterra, Alemania, Estados Unidos, Canadá e Italia). Se pueden distinguir tres periodos que son: el capitalismo liberal, el capitalismo organizado y el capitalismo desorganizado. El primero le es latente las contradicciones del proyecto moderno tales como la solidificación de la solidaridad e identidad, la justicia y autonomía. En este periodo es notable el poderoso desarrollo del principio del

⁸ DE SOUSA SANTOS, Boaventura. De la mano de Alicia: lo social y lo político en la postmodernidad. Siglo del Hombre Editores, Ediciones Uniandes, 1998. 470 p. ISBN 958-665-012-X

mercado en el pilar de la regulación, atrofiando el desarrollo correcto de los demás principios. En el pilar de la emancipación, la lógica de la racionalidad cognitivo-instrumental se expresa en el desarrollo científico, la racionalidad moral-practica crea las microéticas liberales y la racionalidad estético-expresiva forma el elitismo cultural. Este último pilar tuvo gran incidencia en manifestaciones sociales imperfectas.

Procediendo con el segundo periodo, el capitalismo organizado, se distingue lo posible de realizar de lo imposible de hacer en la sociedad capitalista, para subsanar el déficit de las promesas con la representación de un nuevo campo de posibilidades que encubran las promesas no cumplidas. El efecto impactado en el principio de la comunidad fue la aparición de prácticas culturales en función de políticas de clases, en el principio mercado de la intensificación de la economía global, el principio del estado se convierte en un agente que debe adaptarse a los cambios de los principios de mercado y comunidad. En el pilar de la emancipación dentro de la lógica de la racionalidad estético-expresiva se diferencian antagónicamente la alta cultura de masas, en la racionalidad moral-practica se presente una forma política del estado, en la profundización intestinal de la sociedad a través de legislaciones institucionales y burocráticas. En cuanto a la racionalidad cognitivo-instrumental se observa la génesis y consolidación de una ciencia jurídica dogmática y formalista visionada en los ojos positivistas.

Ya en el tercer periodo, el capitalismo desorganizado, considera Boaventura de Sousa Santos que aunque es un periodo caótico, se puede tomar como una transición hacia una nueva organización. En el capitalismo desorganizado, el principio de mercado es abismalmente poderoso tanto que rompe con la idea de la nacionalidad para implantar la idea de lo transnacional. En la comunidad, la política de clase se diluye generando otras gramáticas de las formas de vida y el estado no es más que una figura de cartón que en vista de su incapacidad regulativa implanta el autoritarismo como solución. En la racionalidad cognitivo-instrumental da un viraje a una irracionalidad instrumental como poder de alienación y dominación. En la racionalidad moral-practica el hombre es

individualizado a tal grado que lo social y las prácticas políticas son dejados a un lado y en la racionalidad estético-expresiva, la alta cultura muere.

Según lo anterior podemos analizar que una de las principales problemáticas en el proyecto moderno fue la evolución exagerada de principio de mercado y la racionalidad cognitivo-instrumental, lo cual conllevó al debilitamiento del poder del estado. Ahora bien, es este apogeo tecnológico y económico en donde la globalización estalla como ámbito de interconectividad necesaria para las nuevas exigencias del siglo XX y XXI.

Lo transnacional cobra un valor dramático, la información viaja a la velocidad de la luz, se globaliza las transacciones financieras, los modos de producción se internacionalizan, etc. Hay que aclarar que la globalización tiene varias causas que van desde lo económico hasta lo cultural, por lo tanto un análisis del proceso de este se debe hacer tomando en cuenta todos los prismas que la componen.

Otro punto importante a considerar, es que las nuevas políticas económicas obligaron al estado a presentar un liberalismo económico. El mercado exige a los países una expansión internacional y transnacional, pero poco a poco que se satisfacen estas exigencias, el estado pierde su papel como regulador social y económico.

Regresando a la temática, cuando se globaliza la economía y con ello la tecnología, los países pertenecientes al tercer mundo se posiciona en un nivel de subordinación con respecto a la gran cantidad de productos que lo bombardean desde el primer mundo, de esta forma se van apropiando desde Latinoamérica elementos tanto tecnológicos como culturales del primer mundo.

La tecnología gráfica que contiene todo lo referente a cámaras fotográficas, llega a Cartagena fuertemente por la vía del tráfico el apogeo económico producto de la emergencia moderna de la globalización permite que ciudades del tercer mundo como Cartagena, que tienen ventaja de poseer un puerto marítimo, al no estar acostumbradas a la lógica del mercado estrictamente capitalista generan otras formas no legales de obtención de productos, no

obstante esto no significa que en el siglo XX todo aparato tecnológico viene por la vía del tráfico, aunque es imposible no reconocer el gran predominio de la vía ilegal.

Ahora bien, para el sociólogo francés Alan Touraine, este hecho en la historia de la humanidad, causa que al internacionalizarse productos como la cámara fotográfica en Latinoamérica, también se internacionalicen las prácticas sociales, económicas y culturales implicadas en esos productos⁹. De esta forma, vemos que en Cartagena las técnicas del arte fotográfico son apropiadas por la subjetividad colectiva del mismo pueblo cartagenero y a su vez las contextualiza.

En términos de Hugo Fazio Vengoa, para darle mejor cabida a las condiciones reales y concretas de la ciudad en lo que al fenómeno de la globalización se refiere, es necesario que se tenga en cuenta el efecto sobre los modos de vida de la ciudad.¹⁰ Con ello la ciudad entra en un estado de recepción intensa de los avances en el área fotográfica.

Obviamente, no todo es beneficioso para la ciudad, en muchos de los casos, tanto las técnicas como los productos tecnológicos de la cámara fotográfica llegan con cierto tiempo de atraso, esto debido a las mismas características de las fluctuaciones del mercado, puesto que las innovaciones tecnológicas buscan primeramente los grandes mercados.

5.1 Antecedentes

Anteriormente dentro del ámbito iconográfico de Cartagena se han hecho diferentes estudios desde la teoría crítica para analizar las implicaciones socio-culturales de las fotografías que enmarcan la imagen de la misma ciudad, pero

⁹ PIZARRO PONCE, Narciso. El sujeto y los valores: La sociología de la acción de Alan Touraine. En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. No 5 (1985). P 37-53.

¹⁰ FAZIO VENGOA, Hugo Antonio. La globalización ¿Un concepto elusivo? En: Colombia Historia crítica. V. 23 fasc. (2002). P 91-114.

la mayoría de ellas solo abordan la problemática desde la perspectiva de una reivindicación de ciertos tipos de clases sociales y raciales.

Igualmente, encontramos que varias firmas fotográficas se han convertido en iconos para la ciudad no solo desde lo profesional y técnico, sino también desde lo cultural. Este es el caso de Álvaro Delgado, fotógrafo reconocido en la región y catedrático en varias universidades entre las que se destaca la Universidad de Cartagena.

La página oficial del bicentenario de Cartagena publicó un artículo donde enmarcaba el legado de esta familia de fotógrafos y cómo esta ha trascendido por varias generaciones en el mundo de los audiovisuales y las nuevas tecnologías.¹¹

5.2 Teoría de investigación

Para nuestra investigación, además de los aportes de catedráticos como Boaventura De Sousa, Alan Touraine y Jesús Martín Barbero, también nos centraremos en la Teoría de Consumo Socio-Cultural que Néstor García Canclini manejó en sus trabajos y en muchos de sus aportes. Claro está, esto no significa que no reconocemos otros protagonistas dentro del mismo entretejido teórico como por ejemplo: Diego Lizaraso o Guillermo Sunkek.

Para Canclini, los avances tecnológicos parecen obrar a favor del dominio social que de su difusión, para explicar el consumo cultural en las ciudades latinoamericanas, como Cartagena. Nuestro autor plantea en primera instancia que debemos despegarnos de las explicaciones netamente psicológicas, de la concepción naturalista de las necesidades (puesto que las necesidades son una construcción cultural mas no natural) y la concepción instrumentalista de

¹¹ Álvaro Delgado, un legado de luz y color. Bicentenario de la independencia de Cartagena de Indias. 2011. 1p.
www.bicentenario.cartagena.gov.co

los bienes (ya que el valor de los bienes depende más de su poder simbólico que de su utilidad práctica).¹²

Canclini también define que el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan las apropiaciones y los usos de los productos, a su vez el propone seis modelos que explican el consumo:

- Modelo 1: En el cual el consumo es el lugar en donde se da una reproducción de la fuerza de trabajo (más trabajo para conseguir más productos) y la expansión del capital de la venta de los productos culturales.
- Modelo 2: El consumo es tomado aquí como el lugar en el cual las clases y los grupos compiten por la obtención de los productos socioculturales.
- Modelo 3: El consumo es el lugar de una diferenciación social y distinción simbólica entre grupos en función de los diferentes productos culturales apreciados.
- Modelo 4: El consumo como un sistema que permite la integración y comunicación por la asimilación homogénea en la apreciación de productos culturales.
- Modelo 5: El consumo como el lugar en el cual se intenta satisfacer deseos por medio de objetos.
- Modelo 6: El consumo tomado como un proceso social en el cual la sociedad selecciona y fija mediante acuerdos colectivos los significados que la regulan. Ahora bien Canclini define el consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambios o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. Ya por último, el autor nos plantea que la historia del consumidor es una interacción dinámica abierta que se da entre muchos proyectos sociales de modelación y variados estilos de apropiación y

¹² GARCÍA CANCLINI, Néstor. Diferentes, Desiguales y Desconectados: Mapas de la Interculturalidad. Editorial Gedisa, 2004. 224 p. ISBN 9788497840446.

usos de los productos convirtiendo las naciones en comunidades hermenéuticas de consumidores.¹³

Para Susan Sontag, ensayista estadounidense, la fotografía era una idea en la que contenía una porción de verdad y realidad pero a la vez también tenía inmersa la subjetividad de la persona. Asimismo, la consideraba un objeto que permitía la ilusión de los que quedaban retratados en ese recuadro llamado fotografía.¹⁴

Siendo así, cada una de las posturas realizadas por miles de adolescentes en las redes sociales mostrando diferentes estados emocionales revela la importancia de la fotografía en lo cotidiano.

La generación de apropiaciones intangibles por parte de las personas en cuanto a una concepción o un objeto descritas en la Teoría de consumo cultural de García Canclini hace que sea útil para nuestra investigación, debido al planteamiento y la interacción dinámica que existe entre los individuos, los objetos y los fenómenos socioculturales y tecnológicos existentes.

5.3 Conceptos

- Consumo: definido en términos de conjuntos de prácticas socioculturales cabalmente llenas de sentido convencional sobre la apropiación de productos, también definido de acuerdo a la teoría de consumo de Canclini.
- Imagen: figuración visual sobre algo.
- Productos audiovisuales: mercancías tecnológicas concernientes a la fotografía, video y sonido.
- Necesidad audiovisual: emergencia de solución ante los déficits de metabolización de los productos audiovisuales.
- Empresa: organización de sujetos en torno a la comercialización de productos necesarios para algún segmento de la sociedad.

¹³ SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, 2006. 535 p. ISBN 958-698-191-6

¹⁴ SONTAG, Susan. Sobre la fotografía. Editorial Alfaguara, 2005. 288 p. ISBN 9789587043419

6. EJES TEMÁTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación manejamos los siguientes ejes temáticos partiendo de lo anteriormente expuesto:

- Los registros fotográficos de las tres categorías en que se segmentará esta investigación (estrato socioeconómico bajo, medio y alto) variarán en lo concerniente a la calidad técnica y conceptual.
- A pesar de las diferencias que existen en cuanto a poder adquisitivo en las tres categorías, las fotografías logradas por un profesional son indispensables para el reconocimiento social de sus bodas.
- Conforme asciende el estrato socioeconómico, la experiencia del fotógrafo toma mayor importancia ante el precio ofertado.

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este proyecto se desarrolló una investigación social cualitativa. En primer lugar, procedimos a segmentar la muestra en tres categorías: bajo (estratos 1 y 2), medio (estratos 3 y 4) y alto (estratos 5 y 6).

El segundo paso de la metodología consistió en escoger una pareja por cada categoría. En pro de conocer en detalle todo lo relacionado con la concepción que tenían de la fotografía en su boda, les realizamos una entrevista como recurso principal de recolección de la información.

El tercer paso lo compuso un proceso de análisis de la información recolectada, enfocado en la búsqueda de diferencias entre las opiniones u perspectivas recogidas. Los parámetros escogidos para estudiar las diferencias fueron la luz, composición y momento.

De igual modo, realizamos una tabla comparativa entre algunos ítems a desarrollar en las entrevistas como la forma en que se legalizó la contratación y la evaluación por parte de la pareja del servicio. Esto se desarrolló en cada uno de los segmentos de la muestra.

El cuarto paso fue la creación de un vídeo de un formato documental con una duración aproximada de cinco minutos, en donde se plasmó los resultados finales de la investigación, así como segmentos de las entrevistas que se realizarán a las parejas.

Por todo lo anterior, fue importante para la investigación, conocer mediante una estructurada recolección de datos que a su vez tengan varias líneas de acción de dónde se pudo realizar un análisis de la información.

Para esto se escogió utilizar una investigación longitudinal para abordar los datos según el periodo y la secuencia del estudio. Tomando en cuenta que muchos de nuestros datos vinieron de las ofertas económicas que nos dieron las parejas entrevistadas.

Igualmente, la clasificación según el análisis y el alcance de los resultados obtenidos en este proyecto se realizó desde una investigación analítica. La comprensión de los factores sociales que se encontraron inmersos en las fotografías de las bodas es imprescindible para el proyecto de investigación.

7.1 Población y Muestra

El público objetivo en primera medida fueron parejas de la ciudad de Cartagena que contrajeron matrimonio. Para esto tomamos una parejas de cada categoría, es decir una de la primera categoría (estrato 1 y 2), una de la segunda (estrato 3 y 4) y una de la tercera (estrato 5 y 6).

Ahora bien, el segmento de la población que más consume bienes en el país es la clase media. Según el estudio realizado por la firma Mapcity en la ciudad de Bogotá acerca del consumo en diferentes campos de la vida y la economía (Viviendas y servicios, bebidas y cigarrillos, comunicaciones, educación, salud, transporte, artículos del hogar, bienes y restaurantes), el estrato socioeconómico 3 es el mayor consumidor, seguido del 4, 6 y 5 respectivamente.¹⁵

No obstante, la observación de las dinámicas sociales y las costumbres en los estratos bajos ante la captura de fotografías en eventos de gran significancia para el ser humano como es un matrimonio, es importante para realizar la comparación con las otras categorías en que se segmentó la población.

¹⁵ Habitantes del estrato 3, los reyes del consumo en Bogotá. Diario La República, 2012, 1 p. www.larepublica.co/consumo/habitantes-del-estrato-3-los-reyes-del-consumo-en-bogot%C3%A1_23193

Asimismo, los procesos sociales que se llevan en los círculos de los estratos altos, hacen de la entrevista de la tercera categoría en indispensable en el momento del análisis de la información recolectada.

7.2 Fuentes Primarias

La entrevista como método de extracción y suministro de información, estuvo inmersa en este proyecto donde se presentaron interrogantes abiertos para que el entrevistado diera su punto de vista argumentado cada una de sus respuestas frente a una cámara de video en donde se guardó la conversación como un producto comunicacional.

Esta fuente nos ayudó a cualificar variables que fueron indispensables y necesarias para la ejecución de esta investigación como la comunicación de las personas con el fotógrafo contratado, la manera cómo se acordaron los precios, además de la satisfacción de los clientes con el resultado final de las fotografías.

7.3 Fuentes Secundarias

En las fuentes secundarias se tomaron en cuenta los contenidos de algunas revistas de resúmenes y revistas documentales, ya que ayudaron a la interpretación y al análisis de hechos expuestos en estas publicaciones y que implicaban un carácter más de síntesis y evaluación.

Asimismo, se contó con los comentarios y críticas de catedráticos como Jesús Martín Barbero que a través de portales digitales y canales de YouTube, como el de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona, colaboró a interpretar ciertas dinámicas en la sociedad actual respecto a las nuevas tecnologías y algunos medios audiovisuales.

8. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para realizar esta investigación utilizamos como método de recolección de la información a la entrevista, la cual nos fue de gran utilidad debido al carácter cualitativo del proyecto.

Tuvimos tres entrevistas a parejas casadas de diferentes segmentos socioeconómicos (estrato bajo, medio y alto), permitiéndonos comparar las diferentes dinámicas sociales y culturales que se viven en cada uno de los entornos establecidos.

A continuación presentaremos las encuestas, las cuales contienen interrogantes abiertos con el fin de que la respuesta del encuestado sea amplia y subjetiva debido a que el principal fin es encontrar el carácter social y cultural de cada uno de los ambientes.

8.1 Entrevista Categoría 1

Víctor Nieto – Karen González

Nosotros nos casamos el 22 de diciembre del 2012 en la Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús en el barrio Escallón Villa.

- Contacto del fotógrafo y nivel de satisfacción con el trabajo

Contactamos al fotógrafo mediante la recomendación de un amigo. Nos encantó todas las fotos que nos tomaron, nos trae muchos recuerdos, no puedo evitar llorar pues siempre me lleva a esa fecha cada vez que veo las fotografías. Fue una fecha muy especial en nuestra vida y lo recomendaría ampliamente a nuestros amigos, compañeros de trabajo pues todas las personas que han visto las fotos han quedado encantados.

Se miró la calidad pero la cantidad de dinero también pues el valor siempre es importante, se miraron las dos cosas por igual. Valió la pena el costo que se asumió por las fotos porque fue un muy buen trabajo fotográfico.

➤ Tipo de contratación

El contrato fue verbal, fue de palabra y llegamos a un acuerdo, yo le daba un porcentaje antes del trabajo y el resto al terminar y así concluyó todo, nos hizo un trabajo bonito, muy especial y al final del trabajo yo le cancelé.

➤ Experiencia con una foto en especial

Hay una foto que recordamos de manera muy especial y es la que nos tomó en el momento cuando el sacerdote estaba rezando y nos tocaron de frente, estábamos los dos y se veía al Cristo al fondo reluciente y con gran presencia.

➤ ¿Qué recomendaciones le harías a las personas que están pensando en adquirir el servicio de fotografía para su matrimonio?

La misma importancia que tienen los arreglos, la comida, la misa, la tienen también las fotografías porque la verdad es el único recuerdo que nos queda en el paso de la vida. Ahora, lo primero que recomendaríamos sería ahorrar todo lo que necesite, todo el dinero que crea que sea posible, para después no tener inconvenientes al final porque a veces si no se tiene el dinero necesario se reduce aspectos muy importantes, por ejemplo si no hubiésemos tenido el dinero suficiente no hubiéramos tenido video ni las fotos porque en realidad si pedimos calidad también el costo aumenta, entonces nosotros recomendaríamos ahorrar y tener un presupuesto claro.

8.2 Entrevista Categoría 2

Jerónimo Hincapié & Liliana Moscote

Mi nombre es Liliana Moscote Salcedo, tengo veintitrés años. Los servicios del fotógrafo que he utilizado en muchas ocasiones, bueno el último ha sido el más importante pues fue para mi boda hace tres meses, el 13 de julio, la realice en el centro de la ciudad.

➤ Factores determinantes que incidieron en la escogencia del fotógrafo

Para contactar al fotógrafo lo principal fue su trabajo. De pronto el valor, el precio en el presupuesto siempre es importante y siempre determina qué tipo de profesional vas a utilizar pero lo que a mi principalmente me motivó fue la calidad del trabajo, ni siquiera la recomendación sino que me cercioré del trabajo en su fotografía, los eventos a que había asistido, si el hacía algo que a mí me gustara, entonces al ver fotografías fueron incluso fotografías de referencias que yo quería que estuviesen en mi matrimonio.

Además de eso, la experiencia si es muy importante, sin embargo siento que la persona nueva no tiene que no tiene tanta experiencia como otros fotógrafos pero que trabajando es donde se consigue la experiencia, dándoles las oportunidades en los eventos. Como todo fotógrafo empieza por una boda, por un quinceañero, por un cumpleaños, entonces eso es lo que vale y por supuesto el talento. Hay muchas personas talentosas que definitivamente no le han dado la oportunidad de mostrarse.

➤ Tipo de contrato y nivel de satisfacción en el trabajo fotográfico

La forma de contratación fue verbal sin embargo y aunque soy un poco desconfiada lo quise de esa manera porque la persona me generó confianza y pues sentía que podía confiar en esa persona aun habiendo dinero de por medio. Lo mejor es que uno haga un negocio en papeles, que se firmen pero realmente fue verbal y pues quedé completamente satisfecha con el trabajo.

Unas de las cosas que me daban mucho miedo o ansiedad era el tiempo de entrega de las fotografías y realmente no se presentó ningún inconveniente con eso pues cuando uno se casa o tiene algún evento importante quiere ver las fotografías lo más pronto posible. Tanto eso como el trabajo fueron completamente a tiempo, quedé satisfecha con la totalidad del trabajo a pesar de que tenía poca experiencia, yo sabía de su trabajo y estaba confiada de que lo iba a hacer bien y así fue.

➤ Experiencia con una foto en especial

La fotografía que más me gustó, que quedara en mi memoria y que la utilizo como referencia en mi matrimonio fue en la iglesia. Actualmente las personas que la han visto dicen que da la impresión de que fuese una foto de revista, fuese incluso una pintura debido a la iluminación, al enfoque que le dio el fotógrafo, al ángulo. Fue una fotografía donde marca cada detalle con mi pareja en el momento después que nos casamos, esa fue la foto más impactante. Muchos pensarían en una foto tradicional de recién casados con un beso pero el enfoque y el ángulo que le dio el fotógrafo fue completamente diferente, tanto que parece una pintura.

➤ ¿Volverías a trabajar con ese mismo fotógrafo?

Por supuesto que volvería a trabajar con él.

➤ ¿Qué recomendaciones le harías a las personas que están pensando en adquirir el servicio de fotografía para su matrimonio?

Pues yo lo primero que aseguré, aun antes del vestido fue las fotografías de mi matrimonio porque es una de las cosas que te queda de recuerdo y definitivamente la fiesta pasa, el vestido pasa, las flores pasan pero la fotografía queda. La recomendación es que estén completamente seguros y que no se dejen llevar por el precio, aunque tiene mucho que ver sino por la calidad del fotógrafo y que entren en confianza con él. Si no estamos en confianza completamente con la persona que va a estar en un día tan importante, difícilmente vas a quedar satisfecho porque no vas a tener la

confianza de decir que quieres, que te gusta, que no quieres, que momento esperas que no pase desapercibido.

8.3 Entrevista Categoría 3

Yeiber Arango - Evelyn Jurado

Nosotros nos casamos el 1 de noviembre del 2012 en la Notaria Séptima de Cartagena y luego hicimos un pequeño asado en una finca en Santa Rosa. Nuestro matrimonio fue muy especial, a la gente le gustó mucho que la recepción fuese en una finca, queríamos hacer algo distinto a lo de siempre.

➤ Factores determinantes que incidieron en la escogencia del fotógrafo

Con el fotógrafo tuvimos experiencia peculiar porque no podíamos empezar la ceremonia pues él no había llegado y espere el fotógrafo y espere el fotógrafo hasta que el señor llegó. El señor es el fotógrafo de mi familia, de hace años, tenemos mucha experiencia con él, puesto que anteriormente no se utilizaban cámaras digitales sino que se trabajaba más con fotógrafo. Él ha tomado primeras comuniones de la familia, matrimonios, fechas especiales, en fin ya es nuestro fotógrafo desde hace tiempo y es muy amigo de nosotros. El día que lo contactamos más que todo fuimos a invitarlo y en esta invitación me doy cuenta que él nos dice “ya tienen quien me tome las fotos” y le respondemos “la verdad es que todavía no tenemos”, íbamos a hablar con él al respecto de las fotos. Él nos regaló las fotos, después lo invitamos a él, a su esposa y a su hija a la ceremonia y a la recepción en la finca, fueron días distintos.

➤ Experiencia con una foto en especial

La foto que más nos gusta es donde salgo cargando a mi esposa, todavía con el vestido de matrimonio y yo estoy sonriendo, como diciendo “ya van a lo que van” (risas). También nos gustó mucho en la que estamos bailando el vals, porque yo (esposa) tenía mucha pena y eso salió en la cámara.

➤ Contacto del fotógrafo y nivel de satisfacción con el trabajo

Nos tomó unas fotos muy espectaculares, a la gente le gustó bastante, creo que hacía tiempo que no veían unas fotos como la del matrimonio de nosotros, pues se lograron unas tomas bien lindas, el paisaje de la finca se prestaba para esto. Nos tomó unas fotos muy bonitas, a veces uno no entiende lo mucho que puede hacer un fotógrafo profesional a las fotos que podemos tomar con una simple cámara digital, puesto que en las fotos pueden salir ojos rojos y con un fotógrafo se logran mejores tomas, mejores sitios donde uno pueda posar por decirlo así y a la vez las pequeñas imperfecciones él nos lo puede arreglar, entonces muchas personas no se dan cuenta de eso y prefieren tomar las fotos en su casa y después se dan cuenta que no tomaron muy buenas fotos. Hay otras personas que creen que un celular por mucha tecnología que tenga puede llegar a tomar una excelente foto y no es así, una foto en un celular a duras penas puedes imprimirla en un tamaño que no vale la pena. En el momento que quisiéramos ampliar una foto, tal vez 50x50 por decirlo así, somos partícipes en que en vez de comprar uno de esos cuadros caros que valen millón y medio que lo que tiene es un paisaje o un bodegón, personalmente no le veo la gracia, yo prefiero ampliar una foto de mi familia que es más chévere y uno cuando mira la foto uno recuerda ese momento y pues me parece más especial así, una foto de celular nunca la voy a poder ampliar de esa forma, por mucha tecnología que tengan los celulares, celular sigue siendo celular y cámara es una cámara

➤ ¿Qué recomendaciones le harías a las personas que están pensando en adquirir el servicio de fotografía para su matrimonio?

Es importante contactarlo con tiempo, a veces creemos que el fotógrafo es lo último y no es así, mira lo que nos pasó a nosotros, no comenzamos hasta que llegó el fotógrafo porque después nos casamos y todo el cuento pero las fotos no estaban. Nosotros recordamos los momentos en el instante que vemos las fotos y siempre pasan cosas. Algunas veces decimos que nosotros mismos tomamos las fotos pero con la algarabía de la fiesta se pierde en cambio un fotógrafo está pendiente a cada momento, siempre en los momentos

especiales el fotógrafo está allí a la expectativa de esos momentos que dieron risa, momentos especiales, situaciones que siempre queremos tomar y pues siempre es bueno contactar al fotógrafo con tiempo.

Así como se le da importancia al evento en general, el fotógrafo debe estar en la lista de prioridades debido a que él es el que va a retratar los momentos, uno a uno y les va a dar la importancia dependiendo de las cosas o las situaciones. El fotógrafo como está capacitado en eso, va a estar al frente para retratar cada situación y en sí a todo el evento. Él va a encontrar cuales son las fotos y los momentos que son más importante para tomarlos para tu álbum para que estos queden para siempre.

Entonces, también con tiempo buscar una persona que sea bien profesional, que tenga un buen registro de fotos porque hay muchos que también se creen fotógrafos pero a la larga no lo son, entonces debe ser una persona de experiencia, que tenga el renombre para que garantice que las fotos van a llegar a ser buenas y van a satisfacer tus necesidades.

El tiempo que tengamos con el fotógrafo es importante porque quizás las personas no le dan preponderancia a eso y lo contratan de buenas a primeras pero no ven su trabajo. Como la gente no tiene un fotógrafo de tiempo, no saben las habilidades del fotógrafo, cómo va a quedar el trabajo, no le dan importancia a eso. El trabajo de un fotógrafo no es económico, siempre es una “platica” que tenemos que invertir allí pero como vemos el trabajo no le damos mucha importancia a eso. Como en mi familia ya tenemos experiencia con nuestro fotógrafo ya le damos mayor valor a las fotos porque conocemos su trabajo y sabemos lo que significa una foto profesional y no una foto sin experiencia, quizás esa es la razón de que muchas personas no le den el valor al papel del fotógrafo. La boda es el contrato más importante de un fotógrafo para una familia pues el matrimonio es una sola vez en cambio los cumpleaños son varios.

➤ Tipo de contratación

Como ya es un fotógrafo de confianza y ha trabajado varias veces con nosotros, además que somos amigos siempre realizamos el acuerdo verbalmente. Nunca ha habido ningún problema y siempre nos ha respondido tanto en el trabajo fotográfico como en la puntualidad de las fotos.

8.4 Tablas de Comparación

Objetivo 1

Registros fotográficos de las categorías

Categoría 1 (Estrato 1 y 2)	Categoría 2 (Estrato 3 y 4)	Categoría 3 (Estrato 5 y 6)
Desde una visión general, las fotografías fueron pertinentes sabiendo utilizar todo el entorno que lo acompañaba para sacar un buen registro fotográfico.	Los elementos exteriores fueron bien utilizados logrando una interacción notable entre la pareja y ellos.	Aunque se utilizaron los elementos exteriores para las fotografías, estos no eran propicios para dar una buena visión general del registro.
El entorno que los acompañaba era ideal, debido a la buena perspectiva que daba la iglesia.	El ambiente era propicio para tener buenas capturas, además las afueras de la iglesia daban un toque romántico a cada una de las fotografías.	Aunque el ambiente era sobrio, no se prestaba para un gran despliegue debido al corto espacio de la Notaría Séptima.
La iluminación fue correcta tomando en cuenta el tiempo que	Iluminación perfecta, sabiendo aprovechar todos los matices del	Iluminación perfecta, el pequeño espacio colaboró a que se

presentaba ese día.	entorno.	tuviese un nivel de luz correcta.
El encuadre fue perfecto, pues a pesar de que las imágenes de fondo le dieron un toque enigmático a la foto, este no distrajo del objetivo principal.	El encuadre fue excelente, supo jugar con los planos, en especial los primeros para retratar los detalles de la pareja.	El encuadre fue bueno, el público alrededor no distrajo del objetivo principal, bien utilizado la profundidad de campo.
El fotógrafo se acostumbra en muchas de las fotografías a los tonos fríos además presenta un buena distribución espacial.	El profesional sabe utilizar las formas que encuentra en su entorno para usar una textura diferente en muchas fotografías. De igual modo, en los retratos se nota la dominación de los tonos cálidos.	Las formas geométricas en un espacio pequeño son bien utilizadas por el fotógrafo quien logra enmarcar un ritmo ideal en cada una de las fotografías.
Aunque el fotógrafo le dio un toque enigmático en alguna de las fotografías, los momentos en donde estuvieron juntos fueron bien tomados por el lente, mostrando toda la carga de emociones y la tradición que simboliza el matrimonio para la pareja y sus familias.	Este fotógrafo se encargó de enfocarse más en la pareja, lográndolos capturar en muchos primeros y medios planos. El objetivo del profesional pudo ser encuadrar perfectamente la carga sentimental que transmitían sus rostros a la hora de contraer matrimonio y en los momentos después de	Cada una de las fotografías enmarcó la relación del marido con su esposa, además de su personalidad abierta, extrovertida y picara.

hacerlo.

Objetivo 2

Acuerdos y formalización de la contratación

Categoría 1 (Estrato 1 y 2)	Categoría 2 (Estrato 3 y 4)	Categoría 3 (Estrato 5 y 6)
Contrato Verbal. El dinero se canceló en dos partidas, mitad antes del trabajo y la otra mitad después de este.	Contrato Verbal. El dinero se canceló en una sola partida después de la realización del trabajo.	Contrato Verbal. No hubo pago, debido a que fue un regalo por parte del fotógrafo de tradición de su familia.
El presupuesto fue el primer ítem a consideración a la hora de escoger fotógrafo.	La confianza y el talento del fotógrafo fueron los factores primordiales para la escogencia de este.	La trayectoria y el renombre del fotógrafo fueron indispensables para escoger al fotógrafo, además de la tradición de trabajo con su familia.

Objetivo 3

Experiencia del fotógrafo

Categoría 1 (Estrato 1 y 2)	Categoría 2 (Estrato 3 y 4)	Categoría 3 (Estrato 5 y 6)
La experiencia no fue el factor principal para la contratación.	La experiencia no fue el factor principal para la contratación, el fotógrafo	La experiencia siempre fue un factor importante en la contratación del

	es nuevo, sin mucho nombre en el mundo de los audiovisuales.	fotógrafo.
La calidad del fotógrafo fue muy importante para ellos.	El trabajo y la calidad del fotógrafo fueron los factores más importantes.	El trabajo y la calidad del fotógrafo cobraron gran valor en la búsqueda del profesional.
El dinero tomó un gran valor a la hora de buscar un fotógrafo.	El dinero tuvo alguna importancia, pero no fue un elemento imprescindible para tomar una decisión.	El dinero nunca fue problema, la calidad tiene su costo.
Las recomendaciones previas por parte de un amigo fueron imprescindibles para la toma de la decisión del fotógrafo.	Las recomendaciones por parte de un amigo fueron tomadas en cuentas pero no fueron determinantes.	No hubo recomendaciones previas, el fotógrafo es de confianza.
No hubo investigación previa del fotógrafo.	Investigación previa para conocer los trabajos y los eventos en que había participado el fotógrafo.	No hubo investigación previa del fotógrafo, este ha trabajado desde hace mucho con esta familia.

Objetivo 4

Factores importantes en la satisfacción

Categoría 1 (Estrato 1 y 2)	Categoría 2 (Estrato 3 y 4)	Categoría 3 (Estrato 5 y 6)
El fotógrafo supo retratar los momentos especiales y de gran significancia emocional.	Los momentos para enmarcar fueron hábilmente retratados por el fotógrafo de turno.	Los momentos especiales fueron enmarcados con gran habilidad por el fotógrafo.
La calidad de las fotografías fue bastante buena.	La calidad de las fotografías fue excelente.	La calidad en las fotografías fue excelente.
La familia, amigos y el círculo social se encontraron satisfechos con las fotografías.	No hizo referencia a la satisfacción de su círculo social con respecto a las fotos.	Su círculo social se encontró satisfecho con el resultado del trabajo fotográfico.
No hicieron referencia a la confianza entre ellos y el fotógrafo.	La confianza entre el fotógrafo y la pareja fue alta.	La confianza entre el fotógrafo y la pareja era muy fuerte debido a que el profesional les ha prestado servicios por muchos años además de un vínculo de amistad con ellos.
No hicieron referencia a la habilidad de encontrar elementos del entorno como ayuda en su trabajo.	Tomaba como referencia a los elementos que se encontraban en el entorno para tomar	Los elementos encontrados en el ambiente fueron hábilmente utilizados en el trabajo fotográfico.

	momentos especiales.	
No hicieron referencia a la iluminación, enfoque, ángulo o demás aspectos técnicos inmersos en un trabajo fotográfico.	La buena iluminación, el ángulo logrado en muchas fotografías y el enfoque dado a estas hicieron del trabajo un momento único.	No hicieron referencia a aspectos técnicos, sin embargo son conscientes de la importancia de los fotógrafos al momento de tomar fotos, debido a sus habilidades para hacer mejores tomas.
No hicieron referencia a la habilidad de encontrar nuevas alternativas para tomar fotografías en la boda.	La originalidad en las fotos al encontrar nuevas alternativas al momento de retratar los tiempos de felicidad en la boda.	No hicieron referencia a la originalidad del fotógrafo, no obstante se mostraron confiados en que este pudiese encontrar momentos especiales para tener un buen registro de fotografías.

9. IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTA DE SOLUCIÓN

A continuación, les mostramos el esbozo realizado en cada uno de los objetivos específicos enmarcados en este proyecto, para así identificar y analizar los puntos que nos ayudaron a examinar y a realizar las conclusiones finales de la importancia de la fotografía de bodas en cada uno de los entornos sociales en los que se moviliza el individuo.

De la misma manera, las características de cada entorno social nos colaboraron al reconocimiento de patrones culturales establecidos al momento de enfrentarse con un evento que marcó la vida de ambas familias y su círculo social como es el matrimonio.

9.1 Registros fotográficos de las categorías

Cada uno de los registros fotográficos de las parejas de las categorías 1, 2 y 3 muestran miradas diferentes dadas por la propia subjetividad del fotógrafo quien busca en cada una de las imágenes enmarcar su identidad como profesional además de exponer la personalidad de cada una de las personas que se están retratando.

Es por eso que los matices encontrados en cada una de las categorías hacen referencias a distintas emociones y sentimientos. Siendo así, podemos ver que en la categoría 1 (estrato 1 y 2) se realiza un énfasis en muchas ocasiones más al entorno que algunas veces a la pareja en cuestión, aprovechando los elementos de la iglesia en donde se encontraban.

La iluminación acompañada por las tonalidades frías daba a conocer a cualquiera que viese el registro fotográfico una personalidad tranquila e introvertida por parte de la pareja, quienes en la exploración realizada en sus

fotografías no tuvieron muchas muestras de afecto, comparados con el ejemplo de las otras dos categorías.

La categoría 2 (estrato 3 y 4) remarcó a lo largo de toda la entrevista la buena utilización de elementos exteriores además de los aspectos técnicos como la iluminación, el enfoque y la composición de las fotografías.

Su registro fotográfico muestra tonalidades cálidas acompañadas de un marco exterior sencillo pero cargado con un ambiente romántico dado por las calles del barrio Getsemaní.

Aunque teóricamente hablando las tonalidades cálidas simbolizan una personalidad más abierta y efusiva, las fotografías demostraron un marco sobrio y elegante.

La categoría 3 con tonalidad cálida, debido al espacio cerrado y pequeño dio a conocer una personalidad abierta, sin inhibiciones a la hora de demostrar muestras de afecto.

La utilización de las formas geométricas que acompañaban al entorno fueron bien usadas por el fotógrafo quien dio forma a los elementos presentes en la imagen.

9.2 Acuerdos y formalización de la contratación

A pesar de la existencia de mecanismos para legalizar contratos y la inmediatez en ciertos trámites jurídicos de este tipo, además de la seguridad en caso de incumplimiento de alguna de las partes inmiscuidas, las tres categorías escogieron el contrato verbal como elemento para reglamentar el servicio de fotografía a su ceremonia de boda.

La diferenciación en niveles de poder adquisitivo, pudo hacer inferir que entre más alto fuese el estrato, el contrato escrito tomaría forma en la mente de los involucrados, pero al ser un regalo del fotógrafo a una familia cliente de toda la vida, la oportunidad de ver esa forma de contratación se esfumó.

Las formas de pago también jugaron un papel importante en el análisis de este proyecto. Podemos ver que la categoría 1 (estrato 1 y 2) encontró como mejor alternativa para que hubiese confianza de ambas partes que se cancelase la mitad antes del trabajo y la otra mitad al concluir el compromiso.

El fotógrafo de la categoría 2 (estrato 3 y 4) se mostró confiado con la pareja y su trabajo le fue cancelado al momento de finalizar el servicio. Por supuesto en la categoría 3 (estrato 5 y 6) no se manejó pago debido a que era un obsequio por parte del profesional, sin embargo siempre se manejaron anteriormente las mismas dinámicas de la categoría 2.

Podemos inferir que además de las formas en que se formaliza el contrato, la confianza con el profesional de turno toma un papel de gran valor al momento de escoger la manera en que se cancela por los servicios fotográficos prestados en su boda.

9.3 Experiencia del fotógrafo

En las tres categorías bases de esta investigación (estrato bajo, medio y alto) se encontró que lo anteriormente expuesto en la hipótesis de este proyecto era acertado.

Según la hipótesis, conforme a que el estrato socioeconómico de la pareja se elevara, la importancia de la experiencia del fotógrafo también subiría. Dicha teoría resultó siendo verdadera debido a muchos factores inmersos en la propia cultura de las diferentes categorías como el ambiente social al cual pertenecen, así como el valor dado por estos a la reputación comercial.

Podemos enmarcar que la categoría 1, integrada por la pareja de estrato 2 no le dio mayor importancia a la experiencia del fotógrafo al momento de contratarlo sino que tomó en cuenta otros aspectos que para ellos fueron de mayor relevancia.

La recomendación de un amigo cobró mayor preeminencia en esta pareja debido a la gran influencia que pueden tener los agentes sociales al momento de tomar decisiones que tengan que ver con el entorno público.

Conforme a la teoría de la Acción Social, Max Webber en esta considera básico tener en cuenta diferentes variables inmersas en nuestros comportamientos con la sociedad, una de estas es la racional con arreglos a fines, determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, utilizando condiciones y medios para la socialización en un entorno establecido.¹⁶

Otros factores como la calidad del trabajo fotográfico y el dinero que gastaría en este débito se convirtieron en imprescindibles en este apartado. Esta categoría le dio una gran importancia al costo del servicio debido a un presupuesto planeado con anterioridad.

La categoría 2, integrada por una pareja de estrato 3 le dio una leve importancia a la experiencia del fotógrafo pues no lo calificó como indispensable para la contratación de este.

Aspectos como la calidad del servicio, la entrega oportuna de las fotografías y la confianza con el fotógrafo primaron a la hora de escoger un profesional que se encargase de retratar su boda.

Factores como el precio del servicio no fueron determinantes en la escogencia del fotógrafo de su bodas aunque si remarcaron que no podía exceder un límite razonable.

La recomendación de un amigo cobró importancia debido a que se consiguió el contacto con el profesional de esa manera, más la pareja de la categoría 2 se cercioró personalmente de su calidad en los eventos en donde había participado.

¹⁶ WEBBER, Max. Economía y sociedad, esbozo de sociología comprensiva. Fondo de Cultura Económica, México, 2005. 1237p. ISBN 9681602854

La categoría 3, integrada por una pareja de estrato 5 le dio una gran importancia a la experiencia del fotógrafo a la hora de la contratación, para ellos este es un factor imprescindible para lograr crear un ambiente completo de confianza mutua con el profesional.

Factores como el económico no tuvieron ninguna incidencia en esta categoría debido al vínculo de amistad que se comparte con el fotógrafo lo que posibilitó que el trabajo fotográfico fuese un obsequio de bodas.

La confianza también jugó un papel necesario para la escogencia del fotógrafo pues este se había convertido en el fotógrafo de la familia, estando presente en todos los eventos que tuviese la familia.

Exponiendo las causas que conllevaron a las parejas de las diferentes categorías escoger a su respectivo fotógrafo podemos concluir que la experiencia es un factor importante a la hora de elegir a un profesional que se encargue de retratar dicho evento, pero no es la principal razón entre todas las que se baraja.

Componentes como la confianza y el precio del servicio cobraron una mayor primacía, principalmente en las dos primeras categorías donde se vio que había un presupuesto en cada uno de los segmentos.

9.4 Factores importantes en la satisfacción

Cada una de las categorías inmersas en esta investigación tiene ciertas diferencias que las distancien una de la otra. Todo esto debido a su origen y a su entorno social.

Aspectos claves como la educación, el ambiente social, las costumbres por las que se rigen y hasta la capacidad adquisitiva han dado como resultado que cada categoría tengan diferentes necesidades y exigencias al momento de calificar un buen trabajo fotográfico para que produzca un buen efecto en su entorno familiar y en su entorno social.

Siendo así, podemos decir que la primera categoría compuesta por la pareja de estrato socioeconómico 2 se mostró generalmente satisfecha con la habilidad del fotógrafo de retratar los momentos especiales y que representaban mucho debido a su gran carga emocional y sentimental.

Igualmente, la calidad de las fotografías tomó un papel importante a la hora de darle una buena calificación al profesional. Además de esto, la buena apreciación dada por su círculo social llevó a que la satisfacción de la pareja incrementará.

La pareja de la categoría 2 perteneciente al estrato socioeconómico 3 se mostró satisfecha al igual que en la categoría 1 con factores primordiales como la calidad de las fotografías y la habilidad para tomar momentos de gran significancia emocional.

Además de esto, añadió que la confianza con el fotógrafo de turno toma un papel imprescindible en ese día debido a la tranquilidad que le trae a la pareja saber que cualquier necesidad que se produzca en el transcurso de la ceremonia o de la recepción será tratada con toda celeridad y libertad.

Otro factor importante para la categoría 2 fue la excelente utilización de los elementos exteriores, lo que permitió que la conceptualización de las fotografías tuviese originalidad, además que la buena iluminación, los ángulos logrados y el enfoque que se le dio a cada foto fuese destacada por la pareja.

Al igual que las dos categorías anteriores, la pareja de la categoría 3, perteneciente al estrato socioeconómico 5 le dio gran valor a factores como los momentos especiales logrados por el fotógrafo y la calidad en cada uno de los retratos.

La confianza con el fotógrafo y la buena utilización de los elementos exteriores fueron otros factores que incrementaron el nivel de satisfacción, así como las buenas calificaciones del registro fotográfico por parte del círculo social de la pareja.

Con lo anteriormente expuesto, podemos concluir que para todas las categorías los momentos que estén cargados de una gran significancia familiar, social y emocional tienen un gran valor dentro de su entorno.

De igual forma, la calidad de las fotografías es un factor previsible y necesario en la satisfacción de las parejas de las distintas categorías puesto que al haber un intercambio de dinero por servicio, lo que se espera es que este contenga una calidad suficiente que justifique el gasto monetario.

Elementos como la satisfacción y la buena calificación del registro fotográfico por parte del entorno familiar y social hace de este factor imprescindible para que la complacencia del cliente sea absoluta, en especial en las categorías 1 y 3 donde el ambiente social tomó una mayor preponderancia al momento de pensar en el resultado de las fotografías.

De igual manera, el análisis crítico desde el punto de vista técnico solo se vio en la categoría 2 en donde se examinaron factores como la iluminación, los ángulos logrados en las fotografías, además del enfoque dado por el profesional en cada uno de los retratos. En la categoría 3 se mencionó la iluminación y el enfoque pero no se realizó a profundidad sino que se confió en el trabajo del fotógrafo, esperando que este se empleara al máximo para lograr un buen servicio. Por otra parte, la categoría 1 no aludió en ningún instante a aspectos técnicos haciéndonos inferir que sus exigencias desde el punto de vista fotográfico son más básicas, teniendo como punto de espera solo la calidad de la imagen de las fotografías, los momentos especiales que se retratan y la opinión de su círculo social con respecto al registro visual.

10. ELABORACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL

El presente proyecto de investigación tiene una serie de materiales audiovisuales que nos fueron útiles para la realización y el análisis del tema tratado. Las entrevistas realizadas a las parejas de las diferentes categorías pertenecientes a estratos socioeconómicos (bajo, medio y alto) fueron filmadas y están a completa disposición del público.

Asimismo, se realizó un video con el contenido sintetizado de las entrevistas realizadas a las parejas casadas con el fin de tener un material audiovisual que sea de fácil acceso y mayor difusión.

A continuación mostraremos la lista de los productos comunicacionales de este proyecto.

- Video muestra entrevistas con partes del registro fotográfico
- Entrevistas categorías 1,2 y 3 (audio)

11. CONCLUSIONES

Basándonos en la descripción técnica del material fotográfico podemos inferir que sí hay una variación en la calidad conceptual de las fotografías, teniendo en cuenta las diferentes categorías.

Podemos concluir que la fotografía matrimonial cumple un papel primordial en la relación sujeto - sociedad, convirtiéndose en un aspecto a resaltar dentro de las expectativas que tiene la pareja, dedicando mucha atención al diseño, forma y estética del producto, teniendo como eje ese concepto atemporal que envuelve a la fotografía.

Las fotografías serían uno de los legados que dejaría su matrimonio, por ende realizaron una gestión económica grande, demostrando así la relevancia que le dan a dicho elemento.

El reconocimiento en un entorno social establecido toma un papel importante para el círculo de un individuo cuando el concepto de marca se deja entrever en los pensamientos de este y de su ambiente. El aliciente de tener una marca de mayor prestigio también se observa en el mundo de las bodas.

El factor emocional es imprescindible para acordar ciertos contratos, en este caso el de la fotografía matrimonial debido al conjunto de sentimientos adyacentes a esta ceremonia y la celeridad por tener estos recuerdos enmarcados para la posteridad.

La fotografía procrea evocaciones de un pedazo de tiempo que nunca volverá, solo un pedazo de papel nos transportará a un mundo de sueños y recuerdos en donde una leve sonrisa puede decir lo que se siente.

El plasmar la realidad y retener el tiempo por un instante es algo que subyace desde lo emocional pero también desde el entorno social. La fotografía es una de los pocos oficios que contiene emociones, aspectos técnicos, económicos, tecnológicos y hasta teóricos a la vez.

El arte de innovar y crear perspectivas de un momento en especial en la boda y encarnar concepciones sociales y culturales de nuestro ambiente es una de las conclusiones finales de este proyecto en que se destaca la importancia de la fotografía matrimonial, no como algo pasajero sino una circunstancia en que podemos analizar diferentes problemáticas, pensamientos y juicios de nuestra ciudad.

12. ANEXOS

12.1 Aspectos Administrativos del Proyecto

12.1.1 Presupuesto

12.1.1.1 Presupuesto Global

ITEM	VALOR
Transporte y salidas de campo	\$180.000
Materiales y suministros	\$105.000
Material bibliográfico y fotocopias	\$190.000
Equipos y servicios técnicos	\$475.000
Varios e imprevistos	\$50.000
TOTAL	\$1.020.000

12.1.1.2 Presupuesto Detallado

TRANSPORTES Y SALIDAS DE CAMPO

ITEM	VALOR
Pasajes de taxi	\$90.000
Pasajes de bus	\$20.000
Comidas y refrigerios	\$90.000
TOTAL	\$200.000

MATERIALES Y SUMINISTROS

ITEM	VALOR
Cartucho de tinta negro	\$25.000
Cartucho de tinta color	\$60.000

Resma de papel carta	\$10.000
Caja de bolígrafos	\$10.000
TOTAL	\$105.000

MATERIAL BIBLIOGRÁFICO Y FOTOCOPIAS

ITEM	VALOR
Libros	\$100.000
Revistas	\$50.000
Fotocopias	\$40.000
TOTAL	\$190.000

EQUIPOS Y SERVICIOS TÉCNICOS

ITEM	VALOR
Flash Cámara Nikon.	\$210.000
Tarjeta SD 32gb clase 10	\$90.000
Morral para equipo fotográfico	\$175.000
TOTAL	\$475.000

12.1.2 Cronograma

Actividad	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Entrega del anteproyecto					
Correcciones del anteproyecto					
Entrega primer avance					
Realización de entrevistas					
Análisis de entrevistas y desarrollo del proyecto					
Entrega Informe final					
Correcciones finales					
Sustentación pública					
Entrega documento final					

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBERO, Jesús Martín. El consumo cultural de los jóvenes. PortalGC UB, Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona. YouTube, 2010.
www.youtube.com
- Carta de William Eugene Smith a su madre, Reportero fotográfico estadounidense. Wichita (Kansas), diciembre de 1936.
- CORNEJO GUERRERO, Carlos Alejandro. La importancia de la marca en la empresa moderna. Universidad Privada Norbert Wiener. 2011, 4 p.
www.uwiener.edu.pe
- DELGADO, Álvaro. Un legado de luz y color. Bicentenario de la independencia de Cartagena de Indias. 2011. 1p.
www.bicentenario.cartagena.gov.co
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura. De la mano de Alicia: lo social y lo político en la postmodernidad. Siglo del Hombre Editores, Ediciones Uniandes, 1998. 470 p. ISBN 958-665-012-X
- FAZIO VENGOA, Hugo Antonio. La globalización ¿Un concepto elusivo? En: Colombia Historia crítica. V. 23 fasc. (2002). P 91-114.
- GARCÍA ALONSO, Rafael. La fotografía como registro sociológico. En: Congreso Español de Sociología (XIª Edición: 2013: Madrid). Ponencias del XI Edición del CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGIA. Madrid: Departamento de Teoría Sociológica de la Universidad Complutense de Madrid, 2013. 14 p.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. Diferentes, Desiguales y Desconectados: Mapas de la Interculturalidad. Editorial Gedisa, 2004. 224 p. ISBN 9788497840446.
- Habitantes del estrato 3, los reyes del consumo en Bogotá. Diario La República, 2012, 1 p.

www.larepublica.co

- La siempre colorida, bella y romántica Cartagena de Indias. Guía de viajes oficial, Promoción de Turismo, Inversión y exportaciones.
www.colombia.travel/es
- PIZARRO PONCE, Narciso. El sujeto y los valores: La sociología de la acción de Alan Touraine. En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. No 5 (1985). P 37-53.
- SONTAG, Susan. Sobre la fotografía. Editorial Alfaguara, 2005. 288 p. ISBN 9789587043419
- SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, 2006. 535 p. ISBN 958-698-191-6
- TAMÉSES, Enrique. La masificación de la tecnología. Sistema tecnológico de Monterrey. 2013. 1p.
www.itesm.edu
- WEBBER, Max. Economía y sociedad, esbozo de sociología comprensiva. Fondo de Cultura Económica, México, 2005. 1237p. ISBN 9681602854
- YEAR OF STUDY: 2009. Colombia. Universidad Vanderbilt. 1p.
www.vanderbilt.edu