OBJETOS PRECIADOS: EL ÁLBUM FOTOGRAFICO FAMILIAR, SUS PARTICULARIDADES Y APROPIACIÓN EN LA CULTURA ANTIOQUEÑA

PRECIOUS OBJECTS: THE
FAMILY PHOTOGRAPHIC
ALBUM, ITS PECULIARITIES
AND APPROPRIATION IN THE
ANTIOQUIA CULTURE

Erick Montoya Araque

Arte Diseño y nuevos
medios, Artes y
humanidades,
Instituto Tecnológico
Metropolitano.
eama0222@gmail.com

Palabras clave

Diseño, cultura material, antropología, BTL.

294

Resumen

El presente documento se construye como una aproximación a la cultura antioqueña desde la generación *Baby Boomer* y *generación X* a la inmortalización de momentos y a la transformación de espacios en sitios de recordación, que podrían ser comparados con altares a la memoria, tan solo definibles como objetos preciados. En ese sentido, el objetivo de la presente investigación es generar una experiencia simbólica del álbum fotográfico que permita al usuario reencontrarse con la memoria de generaciones anteriores que manifiesten las emociones desde lo material. Se hizo a través de la metodología fenomenológica que permite estudiar este tipo de situaciones anómalas que causan

ruptura en la historia misma, y al concluir este documento, se encuentran algunas propuestas de diseño con la intención de llevar a *Centennial* a vivir una experiencia que le permita sentir aquellas emociones y sentimiento que solo recuerdan la *generación X* y los *Baby Boomers*, que se perdió con los *Millenials* y la transferencia de la tecnología análoga a la digital.

Keywords

Design, Material Culture, Anthropology, BTL.

295

Abstract

This document is built as an approach to Antioquia culture from the Baby Boomer generation and generation X to the immortalization of moments and the transformation of spaces into places of remembrance, which could be compared to altars to memory, only definable as objects precious. In this sense, the objective of this research is to generate a symbolic experience of the photographic album that allows the user to reconnect with the memory of previous generations that express emotions from the material. It was done through the phenomenological methodology that allows studying this type of

anomalous situations that cause a break in history itself, and at the end of this document, there are some design proposals with the intention of taking *Centennial* to live an experience that allows him feel those emotions and feelings that only generation X and Baby Boomers remember, who were lost with the Millennials and the transfer of analog to digital technology.

Introducción

Los objetos preciados en cualquier cultura siempre han de tener una historia diferente a los demás elementos que pertenecen a un individuo o colectivo de personas, hacen que cada sujeto exprese sus pensamientos y sentimientos de diversas maneras. De esta manera, se revelan muchas de las experiencias de la familia que los posee. Este documento se propone hacer una investigación sobre el álbum fotográfico familiar que, a pesar de las evoluciones en la tecnología, el dinamismo para ver fotografías, tomarlas, incluso editarlas, no ha logrado perder el valor dentro de lo que significa recordar experiencias personales o familiares, fechas especiales y mucho menos ha permitido que se olvide el ritual de reunirse a ver fotografías en familia, en pareja y todo lo que ello significa. Por otro lado, propone encontrar factores puntuales que hacen tan valioso ese portafolio; factores formales o simbólicos y las creencias que puede haber sobre el álbum mientras se va llenando. Por medio de un método sintético de investigación, el documento encontrará factores cruciales que enriquezcan la investigación. De este modo, se interpretarán todos los ítems que puedan hacer parte de lo que significa el álbum de fotos con el fin de retornar a la esencia del recuerdo, de la experiencia y de devolverle a la fotografía su esencia como historia y no solo como objeto.

Definición del problema

En Antioquia, en contraste con las viejas generaciones, las generaciones conocidas como *Centennials*, *homeland generation*, *I generation* y *gen tech* (Swanzen, 2018) o simplemente denominadas del nuevo milenio han tenido una precaria conservación del patrimonio cultural familiar. Este desplazamiento de hábitos se dio particularmente a partir del álbum

fotográfico. En torno a este, se construyeron experiencias, en su mayoría, gratamente recordadas por la generación Millennial, la generación X y los Baby Boomers. De ahí nacen las fotografías icónicas familiares –que todo hogar debe tener en la cultura antioqueña– y la enmarcación de recuerdos exhibidos en múltiples lugares del hogar (García, 2005). Dicho desplazamiento ocurre a causa de la invasión tecnológica, recuerdos digitales y experiencias efímeras que transforman realidades, símbolos y su relación con los recuerdos a través de los objetos. La era digital que llegó a Colombia arrasó con pequeños rituales como una foto para el álbum. Dichas prácticas capturadas en las fotografías ilustran eventos típicos de la región caracterizada, en efecto, por su inclinación católica. Así, fotografías de rituales como el bautizo del nuevo miembro de la familia, la primera comunión, la confirmación, el matrimonio, la bienvenida a la pareja del hijo o hija, nieto o nieta dotaban de un significado cultural particular. En este sentido, el álbum se vuelve un registro de historias que rinden cuenta de rituales, idiosincrasias, sucesos históricos y trayectorias personales que se entrelazan entre sí para darle un contorno a unos rasgos culturales propios de un momento histórico. Asimismo, alrededor del mismo se generan nuevos rituales como la reunión familiar, la expectativa de las fotos que llegan en sobres al domicilio. Se podría decir que lo digital ha despojado de toda esencia a la immortalización del evento en cuestión.

Contemplar el álbum familiar, es una experiencia existencial con el tiempo, nos muestran partes de una vida, pero nos ocultan otras. Las fotografías familiares, suponen, desde pequeños, una referencia histórica con el entorno de nuestros antepasados. Nos informa de costumbres, de los grupos familiares, de las ausencias, incluso de anécdotas e historias que en ocasiones acompañan a alguna de las fotografías y se han transmitido de boca en boca, y son parte fundamental del recuerdo y de la memoria (Beltrán, 2016).

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2 ¿tiene fotografías familiares en su smartphone?

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3 En su familia, ¿para quién es más importante el álbum físico?

Fuente: Elaboración propia.

Ya no se permite que la imagen se valore en el entorno familiar desde lo tangible y lo intangible ha transformado toda ritualización y relación con todo lo que emanaba el álbum como objeto, como casa-museo, como mesa de noche, como objeto doméstico, a tal punto de desconocer la cultura del recuerdo físico.

En una entrevista hecha para este proyecto se logró una muestra donde se logró evidenciar el consumo de la digitalización y el apartado de las fotografías físicas.

La digitalización y los nacidos en esta era, han extendido también sus prácticas contemporáneas a generaciones anteriores. Hecho que ha producido tensiones inter e intra-generacionales para estas últimas. Entre los debates importantes de mencionar, se encuentra el que gira en torno a la prevalencia de la tradición o el abrazar nuevas prácticas. Cuestión que se traduce, específicamente, en la disyuntiva del mantener las costumbres inculcadas de sus padres y la cultura en la que crecieron o empezar a implementar las nuevas prácticas. Otra opción, podría ser generar nuevas tecnologías que apliquen a usuarios como ellos, que no fueron el enfoque de la tecnología actual pero que se benefician y hacen uso de ella.

La cultura antioqueña desde sus raíces se ha caracterizado por múltiples ademanes y es factor de diferenciación en casi cualquier lugar del mundo. Puede llegar a ser tan notorio que muchos extranjeros

identifican a un colombiano en primera instancia por su acento paisa, siendo este solo uno de la gran variedad con que cuenta Colombia.

El estudio muestra que la sociedad antioqueña mantiene vínculos significativos con el mundo. Como se dijo antes, la mitad de los habitantes del departamento dicen tener familiares en el exterior, principalmente en Estados Unidos y Europa. Además, el 16% ha viajado fuera del país alguna vez, con mayor participación de quienes viven en Valle de Aburrá (21%) y menor de los de Occidente (4%), así como un mayor porcentaje de las personas que viven en el ámbito urbano (Giraldo, 2013). Como dice Monroy cuando cita a Montes: "Conviene recordar las propuestas de clasificación que se han hecho desde diferentes ramas del saber porque lo que el lingüista dialectólogo hace de ordinario es aportar precisiones lingüísticas a un hecho intuitivo de modo impreciso por el común de las gentes o ya insinuado por otras disciplinas" (Mora, 1996, p. 2). Dentro de estos múltiples ademanes, sobre todo en los hogares de las abuelas, se ve una decoración que parte siempre desde lo familiar y religioso; así, pues, este documento se hace en pro de dicha cultura. Dicho de otro modo, el presente trabajo se centra en buscar la sensibilidad que aún existe en la antioqueñidad manifestada por estas mujeres que se han apropiado tanto del álbum fotográfico familiar, que muchas de ellas lo han transformado en su propia casa. Hasta el día de hoy, se asocia a las abuelas -ellas se han convertido también en un guía turístico que acompaña la familia- vecinos y conocidos por la historia de todo el núcleo familiar, aunque las fotos de hoy se hayan desplazado a la nube. De acuerdo con lo anterior, el objetivo de este trabajo es generar una experiencia simbólica del álbum fotográfico que permita al usuario reencontrarse con la memoria de generaciones anteriores que plasmen las emociones en lo material.

Antecedentes de la fotografía

Desde sus orígenes el hombre ha intentado plasmar sus memorias de alguna manera, con intenciones de tener un legado, de enseñar a sus hijos, de recordar, de inmortalizar o decorar. En efecto, a través de la historia es posible encontrar las raíces de lo que se conoce como álbum de fotos, todo lo que hizo falta para ser concebido y semantizado por la cultura antioqueña. Tal como lo dice Hernández en cuanto al arte rupestre que nos representa gráficamente en la historia. El arte rupestre o, como preferimos, el arte prehistórico, por conformar

las manifestaciones rupestres y muebles un todo difícilmente separable, constituye un elemento cultural de extraordinario interés si, más allá de su valor estético y patrimonial, se integra en el análisis de los procesos culturales (Hernández, 2002).

Arte rupestre

Algunas investigaciones arqueológicas hablan que en el periodo Paleolítico se hicieron las primeras obras de arte rupestre. Así, se plasmaron las primeras memorias sobre un material, se imprimieron las primeras representaciones de animales, rituales de casería o religiosos. El arte rupestre constituye un elemento cultural de extraordinario interés si, más allá de su valor estético y patrimonial, se integra en el análisis de los procesos culturales. Por ello, como ocurre en este caso, en el análisis del desarrollo de las sociedades productoras y final de las sociedades depredadoras, puede aportar una excepcional información, ya que rebasa su valor simbólico para convertirse en argumento probatorio o, al menos, en propuesta de hipótesis sobre dichos procesos. Asimismo, se habla que estas obras permitieron observar el desarrollo de dichas culturas dado que su trazo en la roca era mucho más duradero que cualquier otro tipo de técnica de la época. En este sentido, desde los primeros grabados del hombre en la roca, se encuentra la perspectiva y la técnica de la época para plasmar momentos que permanecen hasta la actualidad.

El arte rupestre, en relación con los otros vestigios arqueológicos, ofrece algunos aportes importantes a tener en consideración. Por ejemplo, por ser relativamente menos dependiente de las contingencias de la vida económica que otros elementos, como las armas e instrumentos utilitarios, las técnicas y estilos en el arte rupestre parecen tener un ritmo de cambio más lento que aquellos otros aspectos. Por ello, sirven por su mayor persistencia en el tiempo como un testigo de continuidad en la evolución de los elementos que cambian más aceleradamente (Bate, 1971).

Marco Conceptual

La proyección de lo simbólico siempre ha tenido connotaciones mágicas o religiosas. Por esta razón, la apropiación del objeto hace que nazcan preguntas como:

¿Qué fue primero la imagen o la palabra?

Aquello que era representable y aquello que no lo era, estaría supeditado a una dinámica histórica (Zamora, 2008; Belting, 2002).

El extenso significado de imagen se hace aún más complejo si se atiende a sus distintas traducciones: *Picture, image, bild*, imagen. Todas estas palabras tienen campos semánticos distintos, que abren paso a diferentes horizontes teóricos (Varas, 2011). Concomitante al rompimiento de las estructuras de poder en la familia, ocurre una transformación en la división sexual del trabajo. Al convertirse la mujer en proveedora económica, la especialización detectada a principios de siglo con un hombre proveedor y una mujer cuidadora, se transformó en una responsabilidad económica compartida por los cónyuges y en muchos casos asumida por la mujer, sin que se hubiera logrado una redistribución de las tareas en el hogar

La familia en Colombia, conviene reconocerlo, no ha tenido una historia feliz ni fácil. La formación de cada nuevo grupo familiar es una aventura. Desde antes de su origen, la sociedad colombiana anudó en forma compleja tres grupos étnicos y culturales: Los indígenas, los negros y los peninsulares. La conquista y la colonización constituyeron el crisol en el que se maceró el exterminio y el derrumbamiento de las sociedades indígenas, la importación y explotación de miles de africanos y el establecimiento de un grupo minoritario, pero triunfante, de español con fuertes principios culturales.

Generaciones

Existen maneras de segmentar a las personas desde los términos sociales, estrategias que desarrolló el mercadeo para poner vender o acercarse mejor a cada tipo de cliente, sin embargo, dentro de esta segmentación, muchas otras disciplinas se han visto beneficiadas, dado que, han podido tomar las cualidades de cada grupo y aplicarlas de acuerdo a sus necesidades. En este caso para poder asociar El Álbum Fotográfico en la historia, se hablará de las generaciones que aún viven. La generación *Baby Boomer* comprende a personas nacidas entre 1946 y 1964, ostentan el mayor número de nacimientos, atestiguan y viven radicales cambios políticos, sociales y musicales que los marcan. La generación X: (...) Y éramos muchos, muchísimos, niños de los sesenta, cuando las familias tenían seis y siete hijos, éramos como una ola gigante, como un tsunami [...], y luego éramos tantos que no conseguíamos encontrar trabajo y estuvimos viviendo hasta los treinta o treinta y tantos con nuestros padres, y por eso tardamos mucho en tener hijos, porque nosotros mismos nos sentíamos como hijos y nos

costaba imaginarnos como padres, y finalmente conseguimos trabajos, tuvimos familias, y entonces el gran tsunami necesitó una casa y una casita en el campo, y revolucionó el mercado de la vivienda.

En cuanto a la generación *Millennial*, su forma de pensar se enfoca en el presente, vivir cada momento de la vida al máximo dado esto su consumo se centra en las experiencias no en la acumulación de productos. También han sido marcados por la ola de la conciencia ambiental, razón por la cual, han sido influenciados por el consumo colaborativo, este se basa en que “si se tiene la oportunidad de compartir los bienes sin ser los dueños de estos, existe un mayor beneficio (Posada, 2016).

La generación *Centennial*, abarcan niños y adolescentes entre 0 y 18 años, aunque no hay un corte exacto para precisar la fecha, algunos autores consideran que son todos aquellos individuos nacidos a partir de 1997 a la fecha. El término *Centennial* identifica a los individuos que son nativos digitales, por lo cual, los dispositivos móviles son para ellos facilitadores de la comunicación, el trabajo, el entretenimiento, etc. El hecho de que nacieran en un tiempo en el cual la tecnología fuese parte de su entorno, les ha otorgado una nueva visión sobre el mundo (Tapia, 2018).

En síntesis, el usuario objetivo para este trabajo es el *Centennial*. Por tanto, se puede decir que su inclinación de uso está condicionada a las redes y a las tecnologías del momento. Aunque es una generación caracterizada por la carencia de vínculos de larga permanencia con los objetos o con personas más allá de su función, se puede concluir que el álbum fotográfico tiene altas posibilidades de ser resignificado para ellos a través de un rediseño por la adaptación que ellos mismos han hecho a través de la evolución de las tecnologías, ya sea por la línea del postmodernismo o por lo *vintage* o retro. En el proceso de las entrevistas y por las respuestas graficadas se puede constatar que el álbum aunque esté siendo dejado atrás y con él sus rituales, es un objeto cargado de símbolos que puede migrar en los tiempos y transformar los sentimientos a través de la experiencia.

Cultura Material

En la presente investigación, la cultura material es entendida como la interacción del hombre con objetos representativos o valiosos por razones técnicas, culturales, sociales o personales. Asimismo, estos se encuentran cargados de componentes de conocimiento, historia y

tradición que enarbolan el significado de tales objetos ante cualquier situación. En este proyecto la cultura material se encuentra en el objeto álbum fotográfico, ya que este último no se entiende únicamente como objeto de uso, sino también como objeto inherente a la familia, a la tradición. Dicho de otro modo, es un objeto cargado de símbolos no solo de una generación, sino de todas las que alberguen allí relación. En la experiencia final se encontrarán elementos simbólicos y representativos del álbum fotográfico que procurarán que el *Centennial* pueda conectar con esos valores de sus padres o abuelos y que, de este modo, pueda dar testimonio de la importancia del recuerdo, la memoria y la preservación de los momentos y la historia. En este proyecto, el diseño industrial actúa a través de múltiples áreas y conceptos, la ergonomía, el *affordance* la semiótica, la antropometría, el diseño BTL, de interfaces, de experiencia, entre otros. El punto de convergencia de todos estos conceptos es la cultura material.

Inmersión en Campo

Se seleccionó a la ciudad de Medellín como lugar para encontrar a las personas que pudiera dar una opinión sobre lo planteado en el proyecto. En cuanto al rango etario de la población, se decidió tener un grupo heterogéneo con el fin de tener las perspectivas intergeneracionales (de jóvenes y adultos). Asimismo, se decidió hacer una inmersión para poder observar las maneras en que los adultos hacían referencia a sus memorias. Al respecto, se pudo detallar que la mayoría de personas con algún tipo de cercanía por los álbumes fotográficos son las mujeres, a continuación, se muestran las gráficas de las personas entrevistadas y algunas de las preguntas realizadas en dicho momento.

Reporte final

Una investigación que comienza con el deseo de plasmar la transición de los hábitos de las generaciones pasadas hacia las generaciones contemporáneas, se convirtió en un proyecto lleno de emociones y sentimientos encontrados. El álbum fotográfico es un objeto que deja su materialidad en cada familia, que permite a cada antioqueño, en especial a las madres, expresar el amor por su familia y la experiencia a través de los años, el valor de un hijo, un padre, un hermano, o incluso esas personas que se conocieron momentáneamente durante los viajes. La visión que se tiene de cada memoria es única y, de

acuerdo con las entrevistas, la mayoría coincide en que el poder tocar la fotografía o verla sin ningún tipo de filtro impacta mucho más las emociones de quien las ve. Esto se debe a que el ritual comienza desde que se busca aquel libro y se toma una posición sedente para observar su contenido en una zona que bien puede ser individual; a partir de esta la persona se permitirá exteriorizar emociones sin limitaciones sociales; o familiar y amistosa, en donde cada uno podrá usar la fotografía para empezar un relato y así generar una experiencia con todos los presentes. El álbum se transformó con los años, abandonó su única forma de libro de almacenamiento y empezó a exteriorizarse en marcos de madera o metal, en ciertas zonas de la casa, también tomó forma de cuadro de pared, en el que adquirió mayor tamaño y la familia se permitió decorar su hogar con todos sus recuerdos. Esto dio una jerarquía a ciertos momentos por medio de su tamaño. A pesar de los cambios o evoluciones que tuvo, nunca abandonó del todo su forma original, hasta que llega la tecnología ofreciendo espacios digitales e instantáneos con multiplicidad de formas y dispositivo que capturan el momento, una oferta que cautivó a los más jóvenes y ha causado que los mayores se aferren al recuerdo y a su forma de hacerlo, aunque algunos de las generaciones intermedias ya hayan cedido a la nueva era. Aún existen quienes se aferran al recuerdo físico, quienes encuentran en él, sentimiento que pueden compartir con los años, y confían que la fotografía física es el medio adecuado, en lugar de la fotografía digital. Dicen que las fotografías son una máquina del tiempo, ya que te permite devolvete a aquella época en la cual se tomó dicha fotografía, recordándote buenos momentos.

Y es por todo esto que he creado mi proyecto, una caja con una secuencia fotográfica de cada año de mi amado hijo, Samuel. (...) Esta caja para mi representa el amor que le guardo con tanto cariño a mi hijo, representa grandes momentos, pero más allá de las fotografías y su significado, está la caja, la cual guarda un significado tan profundo como cada fotografía (Estrada et al, 1998).

Propuestas

En la unidad de análisis se sintetizó toda la información recogida de las entrevistas y de los datos sistematizados acerca de cada una de las generaciones estudiadas. A partir de ello se hizo un foco de interacción entre todas ellas y ver la información que podría cruzarse

y encontrar aún más particularidades y características que pudieran ayudar al argumento del proyecto. Toda la información encontrada se filtró de manera tal que tuviera relación con el álbum fotográfico o con las prácticas que cada generación pudo heredarle a la siguiente y relacionar a las generaciones entre todas. Se usaron fotografías que caracterizan a cada generación en donde se encuentra la primera característica valiosa, las fotos grupales pasaron de menores cifras hasta llegar a ser individuales.

Figura 4 Propuesta 1

Figura 5 Propuesta 2

Figura 6 Propuesta 3

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7 Propuesta 4

Figura 8 Propuesta 5

Figura 9 Propuesta 6

Figura 10 Propuesta 7

Fuente: Elaboración propia.

Medidas antropométricas

Para poder desarrollar el prototipo de diseño se utilizaron percentiles apropiados para la población colombiana y con la intención de abarcar a la mayor cantidad de personas posibles sin afectar el libre desplazamiento dentro de la cabina de los demás. Cuando se está diseñando un producto lo ideal es que el mismo pueda ser utilizado con toda facilidad por todos los usuarios. Sin embargo, muchos productos no tienen la posibilidad de adaptar sus tamaños para el 100% de los usuarios. Por esta razón es necesario pensar en dos posibilidades diferentes. La primera, se trata de disponer de productos de diferente tamaño para diferentes grupos de usuarios, lo que significa aplicar criterios de diseño para franjas específicas de población. La segunda opción, es disponer de un producto que permita cambios en sus dimensiones, es decir, que sea flexible (Ávila-Chaurand, Prado León y González Muñoz, 2007).

Así que de abarcar a la mayor cantidad de usuarios posibles el diseño será estático, aunque también ensamblable. De este modo, se opta por la menor cantidad de piezas para su facilidad de armado y desplazamiento.

De esta referencia (Acopla 95) se tomaron las siguientes medidas para realizar el prototipo:

- Altura: Hombre (179,3cm), Mujer (166,2cm) percentil 95
- Alcance vertical: Hombre (229,4cm), Mujer (210,2cm) percentil 95
- Altura Fosa poplítea sentado: Hombre (46,2cm), Mujer (42cm) percentil 95
- Altura ojos sentado: Hombre (83,6cm), Mujer (77,6cm) percentil 95
- Altura ojo de pie: Hombre (168,4cm), Mujer (155,2) percentil 95
- Anchura codo - codo: Hombre (52,3cm), Mujer (49,5cm) percentil 95
- Alcance brazo: Hombre (76,7cm), Mujer (67,7cm) percentil 95

Tabla 1 En posición de pie Adolescentes Sexo femenino 12 a 14 años

Dimensiones	15 años (n=74)					16 años (n=120)					17 años (n=151)				
	Percentiles					Percentiles					Percentiles				
	2	D.E.	5	50	95	2	D.E.	5	50	95	2	D.E.	5	50	95
1 Peso (Kg)	65.0	12.6	44.2	62.8	85.8	65.6	12.3	45.3	63.1	85.9	66.9	12.9	45.6	64.0	88.2
2 Estatura	1685	68	1571	1701	1799	1700	64	1594	1696	1806	1705	64	1599	1702	1811
3 Altura ojo	1568	69	1454	1579	1682	1581	65	1474	1574	1688	1587	64	1481	1585	1693
4 Altura oído	1546	68	1434	1560	1658	1560	65	1452	1566	1678	1567	65	1460	1565	1674
5 Altura vertiente humeral	1408	60	1309	1416	1507	1419	62	1317	1409	1521	1423	58	1327	1423	1518
6 Altura hombro	1370	57	1277	1379	1480	1382	57	1288	1381	1476	1389	58	1293	1385	1485
7 Altura codo	1060	49	979	1071	1140	1069	47	989	1066	1151	1074	43	1003	1074	1145
8 Altura codo flexionado	1032	48	953	1046	1111	1043	47	966	1045	1120	1045	47	967	1044	1122
9 Altura muñeca	811	46	735	818	887	818	42	750	819	894	818	43	747	815	889
10 Altura nudillo	727	44	654	728	800	734	38	671	735	797	734	44	661	734	807
11 Altura dedo medio	634	41	566	631	702	639	36	581	638	709	640	36	581	641	699
12 Altura rodilla	479	28	433	476	525	484	33	430	481	538	484	28	438	485	530

Fuente: Ávila-Chaurand, Prado León y González Muñoz, 2007.

También para tener medidas referenciales más precisas para el usuario de la edad de los Centennials (20 años al día de hoy) en un estudio latino de medidas antropológicas. En representación se exponen aquí las medidas más usadas para este proyecto.

Tabla 2 En posición de pie Adolescentes Sexo masculino 15 a 17 años

Dimensiones	12 años (n=161)					13 años (n=138)					14 años (n=144)				
	Percentiles					Percentiles					Percentiles				
	2	D.E.	5	50	95	2	D.E.	5	50	95	2	D.E.	5	50	95
1 Peso (Kg)	45.6	10	29.1	43.9	62	48.6	9	33.8	48	63	53.1	9	38.3	52.1	67.9
2 Estatura	1500	70	1384	1495	1616	1533	55	1442	1538	1624	1555	60	1456	1552	1654
3 Altura ojo	1390	66	1281	1389	1499	1421	56	1329	1425	1513	1446	56	1354	1499	1538
4 Altura oído	1369	66	1260	1365	1478	1401	56	1309	1406	1493	1425	58	1328	1422	1520
5 Altura vertiente humeral	1241	63	1137	1234	1345	1267	51	1183	1272	1351	1291	60	1192	1285	1390
6 Altura hombro	1210	63	1106	1211	1314	1243	54	1154	1249	1332	1262	60	1163	1254	1361
7 Altura codo	941	50	858	940	1024	968	40	902	966	1034	976	44	903	976	1049
8 Altura codo flexionado	911	50	828	915	994	943	40	877	945	1009	955	44	882	955	1028
9 Altura muñeca	728	42	659	725	797	747	33	682	749	801	758	41	690	752	826
10 Altura nudillo	651	39	587	650	715	673	34	617	675	729	688	37	627	685	749
11 Altura dedo medio	564	36	505	562	623	584	32	531	585	637	596	36	537	594	655
12 Altura rodilla	424	26	381	424	467	434	23	396	435	472	437	24	397	435	477

Fuente: Ávila-Chaurand, Prado León y González Muñoz, 2007.

Con la ayuda de las referencias ergonómicas, se diseña un producto que permita a los usuarios el libre esparcimiento, alcance, posición sedente y ángulos de observación. Los datos antropométricos confiables y los procedimientos técnicos de la ergonomía se convierten en poderosas herramientas disponibles hoy para la adecuación dimensional óptima de los productos de diseño a las personas. Así, entonces, se procedió a dar forma las propuestas escogidas por los usuarios.

Figura 11 Propuesta 8

Figura 12 Propuesta 9

Figura 13 Propuesta 10

Figura 14 Propuesta 11

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15 Propuesta 12 Fuente: Elaboración propia.

Figura 16 Propuesta 13 Fuente: Elaboración propia.

Modelo BTL (Below the line)

El BTL se creó después de tener clara la selección del usuario y usando características que puedan combinar de mejor manera los puntajes obtenidos en la selección anterior en el PDS. De hecho, ya se puede ver un cambio en el tamaño del tablero. Decisión que se tomó para reducir costos en su fabricación. Para ello, se tuvo en cuenta la estatura de las personas y su alcance en la interfaz del tablero. En la Ilustración 15 se puede observar el interior del primero módulo con lámparas verticales y pantallas que dejan ver al joven las fotografías de sus redes sociales, una vez se haya inscrito previamente, a manera de invitación al recorrido que le espera.

El BTL está, asimismo, en un contexto en que las personas ya se han acercado por curiosidad y se puede ver el interior del módulo 2, donde se encuentra el cine individual con proyección por Video Beam, que se escoge por su bondad de poderse ubicar con mayor facilidad que una pantalla al interior del BTL. De la misma forma, se encuentra allí un letrero que invita al usuario a tomar una diadema con sonido 8d envolvente, que le permitirá estar inmerso de una mejor manera en el cortometraje que se proyectará a continuación. Al cabo de evaluar el modelo anterior se decidió mejorar el diseño para garantizar el objetivo de la experiencia, cambiando el color, los letreros, y parte del material POP del diseño. En esta última visualización se aprecia la mejoría de los tableros, haciendo más notorio el desgaste de las tizas, indicando que allí se pueden escribir las apreciaciones de la experiencia y otras historias que se tengan alrededor del álbum fotográfico en su familia. Esto se hace con la intención de generar interacción con los adultos que estén fuera mientras el joven vive otra experiencia adentro del BTL. Visualización interna del diseño, reducción de artículos para conservar mejor la experiencia. En esta vista se encuentra el letrero de bienvenida que además invita al Centennial a interactuar con las pantallas, en donde podrá ver sus fotografías digitales y en el módulo dos tras una nueva cortina se vive el cine individual con el cortometraje. Una vez terminado el video, habrá un mensaje que invita al Centennial a posar para la foto, allí habrá una foto instantánea que será entregada como souvenir²¹. Posterior a ello habrá terminado la experiencia interna, y se procederá a escribir en los tableros si el joven lo desea, o a compartir su fotografía en las redes sociales del BTL.

Referencias bibliográficas

- Ávila-Chaurand, R., Prado León, L. & González Muñoz, E. (2007). Dimensiones antropométricas de poblaciones. Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- Bate, L. F. (1971). Primeras investigaciones sobre el arte rupestre de la Patagonia chilena. *Anales del Instituto de la Patagonia*, 33-41.
- Beltrán, M. P. (2016). *La otra imagen*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Estrada, J., Camacho, A., Restrepo, M. T. & Parra, C. M. (1998). Parámetros antropométricos de la población. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 15(2), 122-139.
- García, O. C. (2005). *Maneras de Mirar*. Madrid: Artegraf.
- Giraldo, J. (2013). Valores, representaciones y capital social. Medellín: Universidad EAFIT.
- Hernández, M. (2002). El arte rupestre de la fachada Mediterránea. *Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante*, (53-54), 241-265.
- Mora, M. (1996). *Dialectos del español de Colombia*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- Posada, M. (2016). *Tipificación del consumo de la generacion Millennial*. Envigado: Universidad EIA.
- Swanzen, R. (2018). Facing the generation chasm: The parenting and teaching of generation Y and Z. *International Journal of Child, Youth & Family Studies*, 9(2), 125-150.
- Tapia, I. (2018). *Los Centennials, una generación diferente a los Millennials*. Puebla: Universidad Iberoamericana.
- Varas, A. G. (2011). *Filosofía de la imagen*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Zamora, F. (2007). *Filosofía de la imagen*. México D.F: Espiral.