



Universidad de Chile

Instituto de la Comunicación e Imagen

Escuela de Periodismo

FOTOGRAFÍA SOCIAL DE AYER Y HOY

MARÍA CECILIA PÉREZ HERRERA

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Categoría: Reportaje

PROFESOR/A GUÍA: LORENA ANTEZANA BARRIOS

SANTIAGO DE CHILE

NOVIEMBRE 2016

ÍNDICE

PORTADA	Página 1
ÍNDICE	Página 2
INTRODUCCIÓN	Página 4
CAPÍTULO 1: FOTOGRAFÍA SOCIAL, CONTEXTO DE AYER Y HOY	Página 7
- Fotografía Social, Fotografía de Élite	Página 7
- Para qué sirve la fotografía social.....	Página 10
- La fotografía social como oficio.....	Página 13
- La misma fotografía por 170 años.....	Página 15
- 3 Revistas.....	Página 16
CAPÍTULO 2: TIEMPO LIBRE	Página 20
- El deporte como una actividad de Élite.....	Página 20
- Locura por la moda.....	Página 23
- Retratos de Juventud.....	Página 33
CAP. 3: AUTORIDAD Y RELIGIÓN EN LA FOTOGRAFÍA DE ÉLITE ...	Página 41
- Autoridades en la socialité.....	Página 44
- Las páginas sociales no saben de religión.....	Página 49
CAPÍTULO 4: ÉLITE, CULTURA DEL CUERPO	Página 49
- Y entonces... ¿Quién es la élite?.....	Página 49
- La estética histórica del poder.....	Página 52
- Entrar o no en la Élite.....	Página 55

CAPÍTULO 5: FOTOGRAFÍA SOCIAL Y GÉNERO	Página 57
- Un paseo por la socialité	Página 57
- Las fotografías familiares	Página 66
- Diferencias entre el hombre y la mujer.....	Página 73
- Los números acusan al protagonista.....	Página 74
BIBLIOGRAFÍA	Página 83

INTRODUCCIÓN

La fotografía social está presente desde la llegada de la fotografía a Chile en 1849, cuando solamente las élites económicas y políticas podían acceder a ella. Es que de hecho se trataba de un lujo para las familias más influyentes del país, que como dice Manuel Vicuña, se dedicaban a exhibir su fausto.

Hoy, las fotografías sociales en Chile siguen mostrando a la elite política, económica y social, la clase privilegiada de hoy, la aristocracia del siglo XXI. Una clase política que tiene mucho en común con la de antaño.

Ahora, parece extraño pensar que la clase alta siga teniendo un papel tan exclusivo, a pesar del aumento sostenido de la población en Chile, el crecimiento económico, la mejoría de los estándares de vida generalizada en el país, entre otras cosas¹, ya que con una población con más acceso a privilegios, más personas podrían ser parte de este registro.

No obstante, claramente la distribución de estos privilegios desde el nacimiento de la fotografía no ha cambiado demasiado hasta ahora. Si bien, hoy cualquier persona puede visibilizarse con la fotografía, -recordemos que aplicaciones y redes sociales como Facebook, Instagram, twitter han hecho su parte-, aún hay unos pocos escogidos con pinzas, que tienen el privilegio de asistir a los eventos que protagonizan las páginas sociales. Un grupo selecto donde se incluyen las familias con más recursos del país, la clase política, personajes de la farándula y figuras mediáticas que trabajan en los medios de comunicación.

¿Por qué habría de aparecer sólo el 0,001%² de la población chilena en las dos revistas y o revistas con páginas sociales? Simplemente porque es ese el segmento que es invitado a participar de los eventos. Porque la aparición en las fotos no se realiza en cualquier contexto, sino que en actividades exclusivas, como lanzamientos, fiestas, inauguraciones, donde la

¹ La población total en Chile en 1813 era de aproximadamente 260 mil personas, mientras que en 1875 la población ya había aumentado a 2 millones de habitantes. Ya en 1907, el número de habitantes alcanzaba los 3 millones 200 aproximadamente, de los cuáles, en 1920 el 42,8% era población urbana. (INE, 2015)

² Cálculo realizado en base a las 17,62 millones de personas que hay en Chile, y a las 192 aparecidas en las revistas Cosas, Mujer y Caras. La revista Cosas en formato físico, y Mujer y Caras en la página web.

gente que no tiene dicha categoría social, no puede entrar. Es que la utilidad de invitar a alguien de élite a los eventos y tomarle fotos, es mostrar a líderes de opinión, profesionales exitosos, empresarios influyentes de la mano de una marca.

Esto se explica por la evidente relación que tiene la fotografía social de hoy con el mercado, donde se invita a alguien de prestigio para que se le relacione con la marca, o se familiarice con ella. Lo cual permitirá que este *Stake Holder* o líder de opinión, influya en otros y así construir una imagen atractiva para los consumidores. Y esto a su vez, tiene relación directa o indirecta con la percepción de valor y las ganancias.

Ahora nos preguntamos... ¿En qué se parece la labor de la fotografía social de hoy a la imagen de sociedad de antaño? Un estudio realizado a las fotografías de la aristocracia de 1850 a 1930, señala que la gente que aparece en las fotografías es justamente un grupo aristócrata privilegiado, la clase política y económica, por tanto, la élite social. Y los eventos retratados son los llamados “ritos y ceremonias de la Aristocracia”, donde este grupo económico realiza sus actividades exclusivas reafirmando su propia hegemonía. ¿Qué diferencias hay entonces entre la fotografía social de hoy y la de antaño? Eso es parte de lo que se expone en este reportaje.

Para eso, se viajará en el tiempo revisando fotografías sociales, partiendo de las actuales 3 revistas claves en lo que concierne a la fotografía social: Revista Cosas, Caras, y Mujer; además de observar la fotografía social contenida en el trabajo de investigación “Ritos y ceremonias de la aristocracia, inmortalizados en fotografías desde 1850 a 1930”³ Estas últimas se encontraron en los bancos de imágenes disponibles⁴, de ritos y ceremonias de la aristocracia⁵, descubiertas desde la llegada de la fotografía a Chile en 1843⁶.

³ Investigación teórica en el marco la implementación del proyecto número: 1130654, “El ojo mecánico. Tecnologías visuales y estéticas políticas en Chile (1850 – 1930)”, adjudicado en el Concurso Regular Nacional de proyectos FONDECYT 2013 por los profesores Carlos Ossa Swears (Investigador Responsable) y Lorena Antezana Barrios (co-investigadora) del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.

⁴ Las imágenes se encontraron en un universo de alrededor de 7 mil fotografías, contenidas en la biblioteca Nacional de Chile de la Memoria Chilena del Patrimonio Fotográfico del Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico, y en el archivo del Centro Nacional del Patrimonio fotográfico, CENFOTO. De las cuáles, fueron escogidas 136 para el análisis, (la muestra), 132 para el análisis cuantitativo y 15 para el cualitativo.

⁵ Fotografías de diferentes eventos (ritos y ceremonias), únicos de la aristocracia. Los cuales pueden ser matrimonios, bautizos, primera comunión, salidas familiares, etc, O ceremonias solemnes de las Fuerzas Armadas, o la milicia.

⁶ Memoria Chilena, “Los orígenes de la fotografía en Chile”. <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3569.html> (27-10-2016)

La comparación permite vislumbrar las particularidades, diferencias y semejanzas entre la fotografía social de hoy y la primera fotografía de sociedad. Estas últimas también sacadas en certámenes donde sólo la élite es admitida.

Por lo mismo, se observan también ciertas particularidades propias de la sociedad de élite de ayer y hoy.

CAPÍTULO 1: FOTOGRAFÍA SOCIAL, CONTEXTO DE AYER Y HOY

Fotografía Social, Fotografía de Élite

Campeonatos de Polo, presentaciones de nuevos productos, fiestas, lanzamientos, y muchas otras situaciones son parte de las páginas sociales de las revistas chilenas.

Abriendo las páginas de la Revista Cosas, se pueden encontrar un sinnúmero de fotos, donde personas como Cecilia Bolocco, el Alcalde de Las Condes y su familia, son sus principales protagonistas. Se trata de la élite social, que hoy en día incluye a la élite económica y política, y además la élite mediática.

La fotografía social se convirtió en fotografía de élite desde el comienzo de la sociedad chilena. En un principio llegó como novedad técnica a América Latina de la mano de viajeros y aventureros, inicialmente extranjeros, de origen inglés y francés⁷. Muchos de los cuales se instalaron en las principales ciudades ofreciendo sus servicios a los sectores acomodados de la sociedad quienes comenzaron a usar activamente la fotografía. Ahí fue cuando la élite se convirtió en su protagonista. Y las fotografías que se sacaban, a su vez, se volvían un “registro documental de las transformaciones llevadas a cabo por la elite local”⁸.

Es que según algunos autores, la fotografía tuvo la capacidad de “expresar los deseos y las necesidades de las capas sociales dominantes, y de interpretar a su manera los acontecimientos de la vida social”⁹. La fotografía entonces habría llegado a retratar a la élite del país, sus lógicas modernas y modelo de desarrollo; y a su vez, se convertía en uno de los rituales aristócratas más difíciles de acceder¹⁰.

Aquella élite descrita, protagonista de las primeras fotografías, no era cualquier grupo de personas, sino que se trataba de una nueva aristocracia terrateniente y comercial, compuesta

⁷ Rodríguez Villegas, H. Historia de la fotografía. Fotógrafos en Chile durante el siglo XIX. Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico / Editora Ograma. 2001.

⁸ Andermann, J. “Pintura y nacionalidad, fotografía y nación”. Revista Nueva Sociedad N° 170, 5. 2000, página. 5.

⁹ Freund, G. La fotografía como documento social. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Freund, 1993, p. 8

¹⁰ Antezana, L. Territorio y Estado: El papel de la fotografía en Chile (1843 – 1930), Santiago, 2014 p. 1.

por los españoles y los criollos, descendientes de españoles conquistadores y avecindados en el país, quienes manejaban la nación tanto política, como económicamente¹¹. Y tal como se mencionó anteriormente, la fotografía los retrataba realizando actividades exclusivas, a las cuales sólo ellos tenían acceso.

Así mismo ocurre hoy en día. La fotografía social es tomada en eventos realizados por organizaciones o empresas, a los cuales sólo puede acceder un grupo privilegiado de personas, la élite actual. Y las invitaciones generalmente son obtenidas por dueños de empresas, políticos y familiares de los mismos, parte de las familias con mayor riqueza del país, líderes de opinión o profesionales influyentes. Sólo este tipo de personas puede participar en ellas y relacionarse con el resto de los invitados de la misma categoría, de la élite social.

Es por eso que se habla de un círculo cerrado, que asiste una y otra vez a los mismos eventos, y que aparecen en el mismo tipo de imágenes.

Porque la fotografía social es la fotografía de élite, y así lo indica el fotógrafo Miguel Ángel Larrea¹², -docente de la Universidad de Chile que ha trabajado en diversos medios de comunicación como editor de fotografía-, quien acusa que la foto social tiene cierto grado de “clasismo en dos ámbitos, tanto en la elección de qué cubrir, cómo en el tipo de personas que aparecen en las fotos”.

Por lo mismo, según Larrea, el fotógrafo deberá escoger a quien retratar entre “personalidades importantes, que sean gerentes”, que sean “personalidades aspiracionales, que la población se vea reflejada en ellos y quieran ser como ellos,” en este caso los protagonistas objetivo son “ABC1 y líderes de opinión”.

Situación que Larrea ejemplifica contando el caso de “las páginas sociales de verano, donde son fotografiados en Cachagua, o en Pucón, pero no en Cartagena. Porque las fotografías

¹¹ Ortega, L. (1981). “Acerca de los orígenes de la Industrialización chilena, 1860-1879”, en Nueva Historia. (Ortega, 1981).

¹² Miguel Ángel Larrea Peroldo es fotógrafo, periodista. Fue jurado de Fondart (1997 y 2004) y de WorldPressPhoto. Parte del directorio del Festival de Fotografía Internacional en Valparaíso (FIFV). <http://www.icei.uchile.cl/instituto/estructura/46655/miguel-angel-larrea-peroldo>

sociales no retratan cualquier tipo de contexto socioeconómico. Y los que son fotografiados en Pucón, no son cualquier tipo de persona, son escogidos con pinzas: personas ABC1, líderes de opinión, buenos apellidos, personalidades importantes de las empresas o del ámbito político”. También se incluye mucha gente que trabaja en la televisión, “a quien se les pagan como se dice para *vestir el evento*”.

Para el editor de fotografía, lo principal en las fotos sociales “es que te puedas identificar con los personajes que ahí salen, sobre todo las mujeres que compran estas revistas”. Y ejemplifica diciendo que muchas “mujeres ven en las fotos sociales una modelo con un vestido, y se lo compran; o si aparece en las fotos un lugar específico, todos quieren ir allá”. Esto producto de que hay “un tema aspiracional, de querer estar en la élite, y que la revista esté en la élite y mantenerse en ese ámbito”. Incluso revela que “muchas veces los invitados se pelean por aparecer en las fotos sociales, y salir con la gente importante”. Relata que en algunas ocasiones, los fotógrafos han tenido que cortar personas porque se “colan” en las fotos, que “quieren ser parte de esa élite”.

Opiniones que discrepan en cierto grado con las del fotógrafo publicitario Renato del Valle¹³, especializado en el área de moda y retrato, quien también realiza fotografía para revistas como Paula, Fibra, Caras, Cosas, etc”. Renato explica que si alguien aparece en la fotografía social de evento, es porque fue invitado, ya que “no son eventos abiertos”.

Además, respecto a quiénes es necesario fotografiar, Renato no cree que exista un criterio definido, sino que “todo depende del cliente”. Explica que a veces debe lidiar con que le den las directrices sobre a quiénes es importante retratar, pero otras veces, usa su propio criterio. “Si no dicen nada, retrato a las personas que se ven bien, a las personas que me parecen atractivas. A veces te mandan a cubrir un evento con puros millonarios, debes retratarlos a todos, otras veces, debes retratar un evento de moda, debes fotografiar a quienes tienen un look interesante”, agregó.

¹³ Fotógrafo publicitario, especializado en el área de moda y retrato. También realiza fotografía para revistas como Paula, Fibra, Caras, Cosas, etc. <http://www.renatodelvalle.com/>

Ahora, respecto a la exclusividad de los eventos es algo no muy difícil de averiguar. Cuando se intenta encontrar un anuncio o invitación a cualquier evento o lanzamiento, por medio de cualquier buscador, los resultados arrojan cualquier otro contenido. Google es capaz de encontrar prácticamente cualquier cosa que la mente pueda imaginar, pero si hay algo que difícilmente encontremos en la web, es una invitación abierta a un lanzamiento de marca, una fiesta de inicio de colección, etc. Esto se explica con la analogía de los cumpleaños, donde cada quien invita a las personas que le interesan, mientras el resto ni se entera del evento. No invitamos solamente a quienes se han ganado nuestro aprecio, sino también, a aquellos que queremos estén en nuestras fotos, que en nuestros recuerdos esté la gente indicada.

En la juventud, a veces nos atrevemos a invitar a una persona que no es muy amigo, pero que su popularidad nos puede favorecer en algún sentido. O invitamos al jefe de la empresa, para comenzar una relación de confianza, y que el resto de los compañeros de trabajo, se enteren de que el jefe estuvo ahí.

Se trata de lo que llaman ambos fotógrafos, “vestir a la marca”. Que relacionen tu producto con caras determinadas, o que relacionen tu fiesta de cumpleaños con popularidad y éxito.

Para qué sirve la fotografía social

Para Renato del Valle, “las fotografías sociales existen para cubrir eventos que tienen cierta importancia para las marcas”, donde se invita gente para “que esta aparezca junto a su ella”. Es que como explica Miguel Ángel Larrea, el evento debe estar expuesto a la participación de ricos y famosos con el fin de visibilizar el certamen, y por ende los productos que este tiene consigo. Ya sea plantea que se debe exponer un evento a la participación de ricos y famosos para visibilizar el certamen.

En ese sentido, las marcas buscan ubicarlo en un sector social, “para que este sea elegante, glamoroso”, y conquiste al mercado. “El glamour es súper importante para las revistas como la revista Cosas”, continúa, y para eso, el producto debe estar al lado de personas con esas características.

Miguel Ángel explica que a los medios o marcas que realizan estos eventos, les conviene que estos grupos, líderes de opinión, gerentes de las empresas más exitosas conozcan (su) medio, y que el nivel del evento sea conforme al nivel socioeconómico que participará. “Tu ves que los eventos no son en el hogar de Cristo, sí en Casa Piedra, y les interesa con fines publicitarios”. Continuando con el mismo tema, dice luego señalando con el dedo la foto de una revista: “acá están en el club de Golf, porque si hacen (el evento) en un centro comunitario de la Granja, no les irán a sacar fotos. Tiene que haber un despliegue de un buen cóctel, y las fotos deben dar cuenta de ello”.

El uso de la fotografía social entonces, es comercial, “te pagan para eso, se negocia”. Larrea explica que así mismo, muchas veces existe negociación en que “tú me pones una fotografía social y yo te pongo un aviso. Por ejemplo, si aparece una foto de los nuevos Toyota, dos páginas más tarde sale un aviso de Toyota. Y con eso tenemos una empresa que nos paga por publicidad, de eso viven los diarios, y con eso nos pagan los sueldos”.

La fotografía social entonces funciona para dar testimonio de las relaciones sociales que se establecen entre personas de la élite, y por supuesto de la relación que existe entre las marcas y la élite. Un objeto de marketing, que visibiliza relaciones y entrega una mejor imagen a la misma marca que es responsable de estéticos y magnánimos eventos.

Y una vez realizada la fotografía, esta es vista por un público que será informado de estas relaciones, aquellos que compran las revistas y que deciden conocer las lógicas de la fotografía social.

Otra relación que tiene bastante relevancia, es aquella que se gesta cuando la marca invita a un *Stake Holder* o persona influyente, y esta le permite posicionarse de mejor manera en un círculo social importante. Esto a su vez es parte del proceso de creación de imagen, la cual llegará a la población se devolverá a la empresa en forma de utilidades.

Y de la misma manera en que quieren ver a ciertas personas relacionadas con su marca, hay otras que simplemente no les interesan. Miguel Ángel continuó detallando que “hay veces que en las fotografías sociales tú pones o sacas personas, una vez pusieron en la foto al Ministro Secretario de Gobierno, cuando él no había asistido al evento. Y generalmente hacían lo mismo, porque aparecía gente que no estaba el día de la fiesta”.

Para el fotógrafo y docente, la fotografía social es una imagen muy construida, incluyendo el despliegue del diseño. “Ponen personas, sacan personas que están al lado. Por ejemplo en la foto de Carmen Ibáñez, sale en la foto sola, pero probablemente estaba con alguien que quizás no les servía”.

Es por eso que se puede concluir que existe en las imágenes una construcción de realidad. Si tomamos en cuenta que existe un criterio para decidir quien es importante y quien no, entonces entendemos que la revista tiene las facultades de decidir quienes serán vistos en la revista, quienes serán relacionados con la marca, quienes estarán fidelizando un tipo de público, o quiénes se convertirán en el próximo referente para el resto de la sociedad.

Además, se determina quienes serán los afortunados de mantenerse en el círculo social, aquellos que tienen la oportunidad de ser invitados a los eventos, aquellos adorados por las marcas, o que ganan contactos con fines propios. Entre otras cosas, porque tienen la oportunidad de ser unos de los pocos (a diferencia de la mayoría), que son parte de la élite.

La fotografía social como oficio

Ahora, es importante rescatar que el sacar fotografía social es un oficio o profesión que se debe aprender y cuyas normas se deben observar con rigurosidad. Para Miguel Ángel Larrea, este trabajo tiene una cuota de complejidad, ya que “es súper importante que las personas salgan bien”, e indica que los fotógrafos tienen que tener el criterio y discernimiento para ello. “Que con el flashazo no le salga la cara muy dura, ubicarlos en un lugar específico, conocer a la gente importante. Para eso deben llegar antes al evento, hacer la fotografía los primeros 10 minutos, hablar con el gerente, o el productor, donde les digan: tales y tales personas las quiero en la foto”. Además, (los fotografiados) “no pueden salir repetidos”. Y para cuidar la estética y la imagen del fotografiado, el fotógrafo “debe llevar paraguas, luces, una luz bien difusa para que no te salgan muchas arrugas, ni muchas marcas, no te resaltan aspectos de la cara. Por ejemplo, si son narigones, con pómulos hacia afuera, o son medios feotes, con un flashazo eso sale muy destacado. O si tienen anteojos fotocromáticos, hay que sacar las fotos para que no se ponga el lente amarillo.” Para Miguel Ángel, es importante que el fotógrafo lleve a cabo una buena técnica, lo cual significa que el fotografiar a alguien, si bien debe reflejar naturalidad, tiene muy poco de ésta.

Para Renato del Valle, también la técnica es muy relevante, y el fotógrafo puede aportar a la imagen por medio del uso de la cámara. “En el 90% de los casos, la fotografía social se lleva a cabo de frente, como un observador más”. La diferencia de ángulos de toma le da un diferente carácter a la persona, si yo saco una foto de abajo hacia arriba, estoy agrandando a la persona, entonces le estoy dando un carácter de solemnidad, lo estoy levantando de clase. Si saco una foto de arriba hacia abajo lo estoy disminuyendo, por eso generalmente uno se mantiene neutral con fotografías neutrales. Y la iluminación depende del evento, para una fiesta puedo poner un poco de flash dejando un poco más abierto el obturador”.

Respecto al formato, para Renato del Valle “la fotografía social está muy lejos de acercarse a la fotografía como arte y al arte como comunicación, no hay ningún ángulo en particular, y se busca que las personas salgan en su máximo esplendor, que no salga muy oscura ni muy iluminada”.

Lo mismo ocurre respecto a la fotografía de prensa. La fotografía social según Larrea, no alcanza a tener una narración en sí misma, ni tampoco tiene en su objetivo la generosidad de pensar en otro que no sea el bienestar de la marca. “La fotografía social busca más clientes, vestir al medio y enganchar a los medios publicitarios”. En la foto social entonces el beneficio es comercial y es para el medio, para la empresa, lo cual se contrasta con la fotografía de prensa, cuyo beneficio es para el lector, informarlo es el bien final.

Según Larrea, y tal como lo enseña en el ICEI a sus alumnos del curso de fotografía, la fotografía de la noticia, debe tener una vida propia en esa historia o reportaje, acompañar o aportar con más información. “Que entre por un lado emotivo, tiene que dar cuenta de la emoción, del dolor de la persona a la que se le cayó la casa, dar cuenta de la manera más atractiva posible, que la gente tenga interés de verla, que enganche. En esta fotografía hay una narración”.

¿Cómo aprender a sacar la fotografía social? Para el docente, los institutos enseñan las técnicas. “La iluminación, que no sea flash directo, o que definitivamente no sean con flash. Que se usen velocidades más bajas, subir el ISO, no es una cuestión muy complicada, pero debe haber una experiencia mínima”.

Larrea aclara que cuando hay demasiadas fotografías en la página “chiquititas, todas apretadas”, es porque le pagan a una empresa que coloca la mayor cantidad posible “sin hacer algo más atractivo e interesante”. En cambio, cuando la empresa busca sus propias fotografías, y considera los intereses sociales, políticos y económicos, las imágenes están muy bien escogidas según la conveniencia de la empresa. “El objetivo económico es tan fuerte que hay muchas cosas que están supeditadas a esos”, termina el profesional.

La misma fotografía social por 170 años

Para Renato del Valle, la fotografía social de antaño es prácticamente la misma que la actual, con la diferencia de que “en las fotografías antiguas (...) las personas buscan ser fotografiadas, muchas en estudios”, y en la actualidad, “(los fotografiados) no están buscando sacarse fotos, es uno el que les saca las fotos a ellos”.

La primera opinión es compartida por Miguel Ángel Larrea, quien explica que en términos estéticos y de la construcción de la imagen, “se pide que haya una composición clásica, ya que mientras más clásicos, más le gusta a los gerentes, directores y a los encargados de esas áreas”. También cabe rescatar que en el 90% de los casos, la fotografía social se lleva a cabo de frente, “como un observador más”, según Renato, ya que “la diferencia de ángulos de toma le da un diferente carácter a la persona. Si yo saco una foto de abajo hacia arriba, estoy agrandando a la persona, entonces le estoy dando un carácter de solemnidad, lo estoy levantando de clase. Si saco una foto de arriba hacia abajo lo estoy disminuyendo, por eso generalmente uno se mantiene en fotografías neutrales”. “Y la iluminación depende del evento”, continúa diciendo, “para una fiesta puedo poner un poco de flash dejando un poco más abierto el obturador”. Fotografías de frente según Renato, y sin la utilización de lentes que puedan deformar a las personas, según Larrea.

Ahora, si bien para Miguel Ángel Larrea, “la fotografía social hace 80 años es la misma, hay algunas excepciones, como las fotografías de noche o juveniles, donde pueden haber variaciones como efectos, bajas velocidades, barridos, etc, “Revista Caras lo ha hecho, imágenes movidas, con luces, con barridos, sugerido, es sólo en ese contexto, “eso creo que es lo más diferente que se ha realizado”, asegura Larrea. Sin embargo, se conserva el formato absolutamente clásico en la mayoría de las fotos.

El mismo fotógrafo comentó jocosamente una experiencia que tuvo en el diario la Época, donde intentó modificar la fotografía social hacia algo diferente a lo clásico. “Le dábamos una vuelta a la fotografía social, otra mirada. Por ejemplo, le sacábamos fotos a los mozos, chacoteando el evento, o poníamos a la gente tomándose un trago, o gritando, sentados al

fondo aburridos,” etc. “Tratábamos de hacer algo distinto, por ejemplo, una vez, inauguraron un supermercado, y cercaron para que no entrara la población, entonces hicimos una sesión de fotos con la gente de la población que estaba fuera del evento”. (La situación) “le gustó poco al gerente, hicieron un reclamo inmenso, amenazas al periodista”. Finalmente “le quitaron la publicidad al diario, así que no se pudo hacer más. Uno de los gerentes fue al diario a increpar al diario La Época. Nos resultó, pero muy poco tiempo”.

Una experiencia que da testimonio de lo rígida que es la fotografía social y su formato.

A continuación, se presentarán un conjunto de casos de fotografía social de ayer y hoy, que serán útiles de conocer, con el fin de descifrar los cambios sociales y de élite reflejados en la fotografía social, que se encuentra en las revista que vienen con el diario o que se compran en el negocio de moda.

3 Revistas

Dentro de la gama de Revistas en Chile, la mayoría continúan introduciendo páginas sociales. Como por ejemplo: la Revista Cosas, Caras, Mujer, Paula, Qué Pasa, Cosmopolitan, Vanidades, Fibra, Ya. Otras revistas como “El Periodista”, se abstienen de tener en sus páginas, imágenes de sociedad.

En ese sentido, la fotografía es testigo de relaciones sociales que son reveladas a quienes deciden invertir en ese tipo de información, es decir, la población que compra las revistas. Y a su vez, cada revista tiene su propio público según sus características y su origen.

De hecho las distintas revistas en Chile tienen una historia que nos hace sospechar cuál es el contenido de sus páginas sociales. Para comenzar, la revista **Cosas** surge de una empresa internacional que se encuentra en varios países de Latinoamérica. Es una revista que ha retratado hitos de la élite en Chile y la “farándula nacional, internacional y política a lo largo de los últimos 36 –desde su nacimiento-.

La suscripción anual es de \$49.800¹⁴, un quinto del sueldo mínimo en Chile, por lo mismo, está destinada a la clase media y clase alta, -pues el 30% de la población que gana el sueldo mínimo, probablemente se preocupa de comer antes de enterarse de las mejores historias y reportajes del momento-. Además, hay que tomar en cuenta que en Chile hay diarios como Hoy por Hoy, Publimetro y La Hora, que también cuentan historias pero de manera gratuita.

Su precio por unidad es de 3.500 pesos cada una, tanto en la misma sede de la revista en providencia, como en locales como la cadena de supermercados “Ok Market”.

La revista Cosas, tal como estimamos por su precio, retrata a la clase alta en las actividades más exclusivas, como partidos de golf, eventos en Miami, desfiles de modas internacionales, etc. La clase de personas retratadas es más bien homogénea, tanto por su situación socioeconómica, su manera de vestir, características físicas. Incluye además a la clase política de manera recurrente.

La revista **Caras** lleva más de 27 años en Chile, y es parte de la Editorial Internacional Televisa. Acá se fotografían eventos exclusivos como lanzamientos y celebraciones en el Hotel Noi, Club La Unión, etc, y quiénes acceden y son retratados en esos eventos, son una parte muy menor de la población.

La revista cuesta casi 32 dólares anuales (21 mil pesos)¹⁵, y toca temas de actualidad, cultura, espectáculos, moda, gente, tendencias, estilo de vida y sociedad desde la perspectiva nacional e internacional. Incluyen modelos, profesionales jóvenes, y comunicadores conocidos.

Si bien su valor no es tan alto como el de la revista Cosas, los lugares donde la gente es retratada, muestran rasgos de la élite. Más adelante nos daremos cuenta que si bien la revista es internacional, se enfoca en la élite de nuestro país.

¹⁴ Precio referencial año 2016

¹⁵ Basados en el precio del dólar el 21-07-2016, en <http://www.valor-dolar.cl/>
Valor que refiere a 652 pesos por dólar.

La revista **Mujer**, por otro lado, tiene su origen en el grupo Copesa, manejado por el empresario chileno Álvaro Saieh Bendeck, quien cuenta con el 83,33% de su propiedad, y Alberto Kassis Sabag, quien cuenta con el otro 16,66%. Esta se entrega junto al diario "La Tercera", y llega por tanto a un público culto de mediana o mayor edad, y para clase media, pues viene dentro de un diario cuya suscripción bordea los 30 mil pesos. Por lo mismo, no todos quienes leen la revista es porque quieren obtenerla, muchos la leen porque llega junto a su diario. En cambio las revistas Caras y Cosas son compradas por sí mismas, sin tener un producto adicional por su valor, lo cual las vuelve más caras que la revista Mujer.

En esta última, se dan a conocer eventos como lanzamientos y conciertos, donde se retrata a la gente que participa de ellos. Que si bien es un grupo minoritario, no es un grupo altamente homogéneo como en las otras revistas. En este caso, se incluyen personas que se desenvuelven en los medios de comunicación, como modelos, actores, y/o personas que trabajan en el medio. Estas personas se toman las fotografías apareciendo con los mismos atuendos elegantes de la élite, pero en su papel de líderes de opinión.

Estas tres revistas retratan a la "sociedad", y se enfocan más en diferentes eventos (de interés general, internacionales), y con participación de públicos exclusivos en diferente grado según las actividades que se retratan. Por ejemplo, la Revista Cosas es la preferida en segmento nacional ABC1, para hombres y mujeres de 20 a 59 años¹⁶. A lo cual le sigue la revista Caras y Paula. Números que se repiten también en categorías como la revista más leída por mujeres en Chile, donde la Revista Cosas sigue arrasando con casi 30 mil ejemplares más que la revista que le sigue, nuevamente la Revista Caras. La Revista Mujer ni siquiera se asoma entre las 5 "mejores" revistas según este estudio de lectoría nacional, sin embargo pasa con creces a las demás en la categoría de "Ranking de Revistas Suplementos + kioscos", donde las revistas Sábado, Ya, Mujer y VD son las revistas más leídas del país. Al parecer la Revista Mujer es más accesible, pero no es una revista de élite, mientras que las revistas Cosas y Caras, sí lo son, y en distinto nivel.

¹⁶ Estudio de lectoría Nacional IPSUS EGM. Período de enero a junio del 2015. <http://www.elmercuriomediacentro.cl/estudio-lectoría-diarios-revistas-junio-2015/>

Estas tres revistas, Cosas, Caras y Mujer, dan cuenta de una visión de sociedad en particular, la cual será observada por medio de este reportaje. Las fotografías sociales de la revista Caras y Mujer se encontraron en las páginas web respectivas www.caras.cl y www.revistamujer.cl, mientras que las fotografías de revista Cosas fueron sacadas de la edición impresa contemporánea con dichas ediciones web, de Mayo del 2016¹⁷.

También daremos un paseo por eventos sociales, deportivos, lanzamientos, conciertos, y con la temática de la moda. Cada cual con sus propias características. Los eventos sociales, por su parte, no tienen otra razón de ser que el motivar la interacción social, compartir ideas, e incluso conocerse. Un ejemplo de éste es una reunión de mujeres de influencia en el club de La Unión.

¹⁷ La revista Cosas, en el intertanto de la investigación, modificó su sitio web eliminando las páginas sociales, y borrando las fotografías escogidas como propicias en un principio. Por eso se hizo uso de la edición física de la Revista Cosas de mayo del 2016.

CAPÍTULO 2: TIEMPO LIBRE

El deporte como una actividad de Élite



Los eventos deportivos también son resaltados en las páginas sociales. Probablemente en estos eventos de élite no se practiquen deportes demasiado populares o del gusto de la mayoría de la población. Es decir, en las páginas sociales encontraremos fotografías de la élite jugando Polo o Golf, pero no fútbol.

“Chile Campeón de Polo en Argentina”, es un evento deportivo de la Revista Cosas interesante de observar. Las imágenes también están unidas estilo collage, no obstante, me centré en una, la última foto de la parte inferior de la página, tiene en ella a 3 mujeres: Jesús Donoso, Andrea

Castelblanco y Pilar Claro.

Jesús Donoso pareciera ser una jovencita menor de edad, mientras que Pilar Claro, es



Ilustración 1 "Chile Campeón de polo en Argentina". Revista Cosas. Edición física mayo 2016.

escultora y Andrea Castelblanco, periodista. Las tres caminan erguidas, altas y por el pasto verde de la cancha de Polo. Ninguna lleva ropa deportiva, por lo mismo se puede deducir que sólo son espectadores observantes

de lo que sucede ahí.

Respecto a sus rasgos distintivos, Jesús Donoso tiene el pelo claro, el rostro delgado y los rasgos finos como pocas chilenas. Andrea y Pilar también son delgadas y Pilar más arreglada, (tomando en cuenta la cartera llamativa, las calzas y botas para una actividad deportiva).

Ahora, sus looks también dicen algo. Los colores de la ropa no sobrepasan los tonos café y negro. No hay más. Y el cabello oscuro con visos, con excepción del rubio (que parece natural) de Jesús Donoso, predominan en la foto. En resumen, una apariencia cuidada es lo que caracteriza a estas tres mujeres.

El apellido de Pilar Claro, nos recuerda los dueños de la empresa telefónica Claro. No obstante, no se pudo comprobar la relación en sitios de enlace familiar.



Ilustración 1 "Pareja Jugando Tennis". "Ocio y Deporte". Año 1925.

Ahora, la fotografía de eventos deportivos de élite, se puede comparar con imágenes de élite haciendo deporte algunos años atrás.

La fotografía titulada "Pareja jugando tenis. Ocio y Deporte"¹⁸,

revela que las personas que aparecen son de élite simplemente por el hecho de estar jugando tenis, entre otras cosas porque en los años 1900, difícilmente alguien sin recursos podría acceder a estas instalaciones (una cancha de tenis) y los implementos (raqueta y vestimenta de tenis).

¹⁸ Título: Pareja jugando tenis. Ocio y Deporte, Fechas: Sin información, Nivel de descripción: Unidad Documental, Fondo: General, Tipo de material: Copia Positiva, Soporte: Papel, Formato: Sin Información. Código de referencia: FB-0440

Las personas fotografiadas no son jóvenes propiamente tal, son más bien adultos. Un hombre de baja estatura que parece estar entusiasmado con la raqueta en la mano, mientras su esposa se limita a mirar la cámara. El paisaje, los árboles tras la cancha, dan la idea de que se encuentran en un campo o en un terreno rodeado de naturaleza. Terrenos a los cuales sólo tiene acceso la Aristocracia.

Otra de las imágenes de aristocracia realizando este deporte es en el “Club Tennis Concepción”¹⁹, tal como se llama la siguiente imagen. Acá se ve como gente con vestimentas elegantes se sientan a ver como un hombre de camisa o polera blanca, bien peinado, juega Tennis con alguien que se encuentra fuera del cuadro. Llama la atención que siendo un evento deportivo, la gente asista de manera tan formal.

Además, nuevamente se puede observar un lugar rodeado de plantas y naturaleza, sin dejar de lado la comodidad que necesitan los asistentes al evento deportivo, como un y techo y sillas para refugiarse mientras observan el tennis.

¹⁹ Club Tennis Concepción, Fondo : General, Código de referencia : FB-0431, Fecha: 1925. Vicuña, M. (1996). El País Americano, página. 44.



Ilustración 3: "Club Tenis Concepción". Año 1925.

Es entonces el golf y el polo, deportes que podrían llamarse de elite, así como el tenis en el siglo XX.

Otro tipo de eventos, son los lanzamientos. Éstos están destinados a dar a conocer y/o presentar un producto nuevo. Cuando se trata de vestuario, pasa a ser de la categoría Lanzamiento-Moda. Un elemento fundamental de ayer y hoy, que va muy de la mano con la élite.

Locura por la moda

La moda, la forma de vestir y el cómo lucas es un tema que ha sido importante para la clase alta desde siempre.

Ahora, esta hegemonía de la élite, también se traducía en sus costumbres. La aristocracia (gobierno de unos pocos), imitaba las prácticas, formas de vida, y algunas excentricidades de la sociedad europea, que eran sinónimo de elegancia y clase. En el primer decenio del siglo

XX, la influencia en la moda llegaba de Inglaterra y de Francia, países en los cuales se vivía una época de ostentación. (Memoria Chilena, 2014)

La noción de moda nació como un fenómeno eminentemente femenino, por medio del cual se llevaba a cabo una verdadera lucha social con el fin de captar la atención y obtener reconocimiento. Por supuesto, quienes habían viajado por el mundo, contaban con ventaja en esta materia, ya que tal como se indicó anteriormente, Europa comenzó con esta forma de vida. En el libro Martín Rivas, Blest Gana lo expresa por medio de uno de sus personajes: “Podrías irte a París y volver aquí a ser la reina de la moda”²⁰ Preocupación por el buen



Ilustración 4: "Dressing for the ball". Año: Sin información.

vestir que está reflejado en la siguiente imagen llamada “Dressing for the ball”²¹, donde un grupo de mujeres se está arreglando en grupo, al parecer para asistir a algún evento juntas. Todas y cada una se viste para

impressionar y estar a la altura del evento al cual asistirán, tanto por medio de la ropa, como del peinado, Según la descripción de contenido de la misma foto, una se está peinando, etc.

Ahora, cuando la distinción comenzó a mejorar el status de las personas, la moda dejó de ser una preocupación restringida exclusivamente a las mujeres. Los “dandis” también se lucían frecuentando el Gabinete o salón de Pedro Balmaceda, formando parte de una “juventud dorada”²². Fueron elegantes, quisieron distinguirse, y esa fue la forma de integrarse a la clase alta, la aristocracia o la oligarquía. Además, frecuentaban los salones y encarnaban la cultura social de la cual son un baluarte indiscutido; prestando atención a la moda y siguiendo las

²⁰ Vicuña, M. (1996). El País Americano, página. 44.

²¹ “Dressing for the ball”: Código de referencia : FB-2833, Fondo: Elna von Harpe, Fecha: Sin información.

²² Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro.

pautas de los oligarcas avalados por su rango social. En los años 1870, se conoció el caso de Luis Cousiño, verdadero “árbitro de las elegancias de la ciudad”.

La moda se enmarca en una serie de conductas que tienen que ver con *el buen tono*²³, es decir, el denominador común de la oligarquía era el estar regidos por la moda, por “lo elegante y refinado”, lo cual significaba suprema distinción.

Ahora, su validez se limitaba a su uso colectivo, ya que si no había nadie mirando (o validando) los nuevos atuendos traídos de París, o el buen gusto al vestirse, no tenía razón de ser.

En ese sentido, el consumo de la moda permitía y tenía como principal objetivo, que sus participantes se reconocieran entre ellos, atribuyéndose la imagen de distinguidos²⁴. Es que cada uno de ellos se dedicaba a “exhibir su fausto” frente a otras personas de la misma élite, dando así testimonio de su superioridad social en (rituales o ceremonias) celebrados únicamente entre la misma clase social²⁵.

En otras palabras, la moda no sólo se trataba de usar ropa bonita, sino que era el pase para entrar a un grupo de personas privilegiadas. Recordemos que la élite social, era también la élite política y económica en esa época.

Algo parecido sucede hoy en día con la moda, ya que se ha convertido en algo fundamental para quienes deben mantener un status. No obstante, la gran diferencia entre ayer y hoy, es que antes la moda era una condición *sine qua non* para ser de la élite, en cambio hoy en día, la moda no define quien es de la élite social y quien no (ya que hoy en día mucha gente tiene acceso a ella), pero sí es necesaria para mantener un buen status e imagen.

²³ Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro, página 60.

²⁴ Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro, página 61.

²⁵ Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro, página 61.

Sin embargo, es absolutamente fundamental el mantenerse a la moda para una clase nueva de élite. Se trata de los líderes de la imagen, como opinólogos, modelos, que son seguidos y admirados esencialmente por cómo se ven. Ahora, ¿cómo logran su popularidad? Por los medios de comunicación masivos, ya sea la televisión, como las redes sociales (especialmente Instagram, twitter y facebook). En las Redes Sociales publican sus nuevas tenidas, muestran las nuevas tendencias e imponen moda. E incluso son capaces de percibir dinero por presentar en sus redes líneas de ropa o determinadas marcas.

De hecho, hoy la imagen adquirió tal grado de importancia, que aunque tú no tengas dinero, puedes ascender en popularidad por medio de la imagen. Por eso, una modelo Argentina puede venir a Chile a hacer carrera y volverse famosa elevando su status social, solamente por medio de su imagen, pero lo primero que necesitan es pantalla y tribuna, (un escándalo o hecho noticioso por medio del cual salir a la luz). Se debe diferenciar el liderazgo de la élite mediática de la élite política, económica y social, quienes no necesariamente necesitan de la moda para ser quiénes son. Sin embargo, en Chile la élite mediática se ha incorporado de a poco como un grupo privilegiado, pisando los pies de la élite económica y política, y quitando sólo un poco de protagonismo a la élite social.

Ahora, este nuevo grupo de liderazgo mediático, también entra en la élite por medio del reconocimiento de los pares. Van donde existen más contactos, donde hay más fotógrafos, donde claramente puede haber alguien que les multiplique las oportunidades, y ese lugar, son los eventos.

Hay revistas cuyos eventos retratados tienen más bien la élite mediática retratada. Como por ejemplo, la Revista Mujer. Revisando sus eventos y fotografías, nos encontramos la presencia de algunos famosos, y otras personas que participan de los eventos, pero no todos igualmente conocidos.

El evento de la siguiente imagen, es de carácter Social, y se realizó en el Hotel



Ilustración 5: "Día de la Mujer", Revista Mujer. Fecha: 17-03-2016

intercontinental de Santiago, donde se conmemoró el día de la Mujer con un almuerzo en su restaurante Terranée.

Según la revista, al evento fueron “convocadas destacadas

líderes”, quienes discutieron sobre el rol de la mujer en la sociedad. En ese contexto, en la primera foto, aparece el chef Felipe Farías (responsable del almuerzo), psicóloga de autoayuda Karolina Lama, y Nicol Moreno (modelo de televisión). También estuvieron presentes Vivian Perey (mamá de Cristóbal Gelfenstein, niño que se salvó al recibir un trasplante de pulmón), Francisca Merino (actriz y comentarista de farándula) y Afife Docmac (experta en moda). Es decir, todas son personas que han tenido pantalla, pero no necesariamente personas con labores sociales destacadas.

Observando las fotos del evento, entendemos que la mayoría de las fotos se toman en un mismo cuadro (con botellas de vino detrás, mismos colores, mismo lugar), y con el mismo ángulo de frente. Y a pesar de las diferencias entre los diferentes tipos de personas de distintos ámbitos, los colores del vestuario son pasteles, blanco y negro. Es decir, la fotografía sigue una misma línea: elegancia, tradicionalidad, en el contexto de una cena conmemorativa.

El punto más llamativo de la imagen, es el rostro de Nicole Moreno quien mira a la cámara sonriendo con el mentón hacia abajo, con su brazo estirado, mezclando así la pose con su papel de modelo. Una mezcla perfecta entre la vida mediática y la vida social.

Otro ejemplo de fotografía de la misma revista Mujer, es la del lanzamiento del Black Opium,



Ilustración 6: Lanzamiento "Black Oppium". Revista Mujer. Fecha: 16-03-2016.

nueva versión del perfume Yves Saint Laurent, que además contó con un evento musical. En la imagen se presenta la modelo extranjera Dallagnol, junto con a su novio Roberto Parra, y el maquillador Raúl Flores. Los tres han participado en otros eventos y son conocidos en el medio.

En este caso no se saca al pololo de la modelo para dejarla sola, como mencionó Miguel Ángel Larrea en ocasiones, sino que aparecen las tres personas posando en la imagen, independiente de que sólo la modelo y el maquillador son personas mediáticas.

En el resto del cuadro se muestra un conjunto de personas asistentes también al evento, mientras los colores que adornan la fotografía hacen juego con el color de la ropa de los protagonistas. El blanco y azul predominan en la imagen, y los colores de piel de los participantes también varían. El punto más llamativo es el rostro de Dallagnol²⁶, quien mirando hacia el horizonte destaca en la imagen. Y rápidamente la vista se desvía a su novio, quien mira fijamente la cámara, sonriéndole con naturalidad, (cabe rescatar que aparece en varias otras fotos sociales junto a su novia).

²⁶ Al menos 13 apariciones más en páginas sociales. [Link en Google](#)

Lo que se puede deducir en esta fotografía, es que en la revista Mujer, la gente de Elite son modelos y personas que trabajan en el medio. Esta situación se confirma en la imagen del evento siguiente, la venta privada de la marca inglesa Miss Selfridge. Esta se realizó en el mall Casacostanera, y participaron mujeres como Antonia Bulnes (co fundadora de Moda



Ilustración 7: "Lanzamiento Exclusivo Miss Selfridge", Revista Mujer. Fecha: 24-03-2016

Cranberrychic), Teresita Della Maggiora, destacada en varias otras revistas por su vestimenta. Josefina Pooley, miembro también de Cranberrychic y Francisca Brown, diseñadora. En esta imagen aparecen emprendedoras de la moda o jóvenes

profesionales, lo cual se sale un poco de lo que significa ser solamente élite mediática.

Ahora, existen eventos que tienen como temática principal, la moda, y que como en el anterior, no tienen necesariamente la participación única de la élite mediática.

En la Revista Cosas se registró fotográficamente un desfile en el Alto Las Condes, y la presentación de la nueva imagen de la marca Hugo Boss, -quien inauguró una nueva tienda en el Parque Arauco-. La imagen analizada es la primera del evento, a la derecha. En ella se encuentra Silvana Puente, Jorge Puente y Enzo Solari.

El apellido Solari se repite en esta revista y en la Caras. Este último, es un abogado, que a su vez es parte de una de las 10 familias con más recursos en Chile. Los tres adultos mayores utilizan colores plomos y negro azulados. La gama de colores es tan limitada, que parecieran estar combinados, aún con el fondo. Los tres se muestran sonrientes.



Ilustración 8: "Nueva Imagen".
 Revista Cosas. Versión impresa.
 Edición mayo 2016.

En la imagen de abajo, se encuentran Enrique Arechavala, Noé Ravest y José Miguel de la Cerda. El último, aparece en la Revista Caras también, figurando en el evento "Terraza Chic". Él es Abogado y parte de la Gerencia Legal del Banco de Inversión y Finanzas BCI. Él es un perfecto ejemplo de que existe una élite profesional que forma parte de estos eventos normalmente, y por eso se suele repetir en las fotos. Los tres jóvenes aparecen con camisa, pantalón formal y uno de ellos con corbata. Tienen una pose erguida, y miran fijamente la cámara, seguros, semi sonrientes, y con la frente en alto. Ellos tienen el protagonismo de la foto, pues en el fondo no se alcanza a distinguir ninguna figura.

En toda la página no aparece nadie de un color más oscuro, ni de tez morena.

Otro lanzamiento de moda es de la Revista Caras, cuyas imágenes es interesante destacar.

En primer lugar, la foto 5 de "Terraza Chic en Costanera", de la revista Caras, donde aparece Magdalena Bock y Anita Domínguez. Magdalena es directora de la revista de diseño Ed, mientras que Anita Domínguez es cofundadora de la empresa Add de

decoraciones. Ambas expertas del mismo ámbito, se muestran sonrientes en la imagen. Magdalena a diferencia de las otras imágenes que hemos visto, se viste de un color azul rey llamativo y envolvente, mientras que Anita se mantiene en los tonos negros. Pareciera que están conversando, y son interrumpidas con una fotografía lo cual hace parecer que la pose

es muy natural y poco planificada. El rostro de Anita denota más seguridad y desinterés, mientras que Magdalena posa bonita mirando fijamente y en actitud de sonreír a la cámara.

Magdalena es una mujer salida de la Universidad de los Andes, exitosa y clara en sus objetivos (llegó a hacer la práctica a la revista Ed y hoy es su directora). Sus fotos generalmente son con poses profundas, y una sonrisa extendida, mientras que sus ojos miran fijamente a la cámara, (como ocurrió en este caso).

En el caso de Anita, otras fotos sociales la muestran con la misma pose como “pillada conversando, sin mucho interés en la foto. Como esta actitud es un elemento que se repite en otras fotos, podemos deducir que en este caso, las poses y actitudes no son premeditadas sino son parte de la personalidad de cada una. El cuadro se ve elegante, y lleno de siluetas de otros invitados que no se alcanzan a distinguir. El punto más hipnotizante pareciera ser el rostro de Magdalena, el cual se ve iluminado y con una sonrisa extendida para la cámara.



*Ilustración 9: "Terraza Chic en Costanera". Revista Caras.
Fecha: 24-03-2016.*

La siguiente imagen del mismo evento que quisiera resaltar, es la última o número 9. Esta imagen

según creo, muestra la esencia de las imágenes de este evento: una mezcla de profesionales

y más famosos. En la foto aparecen al menos 5 figuras públicas, entre animadores, modelos, periodistas y el resto son profesionales. Dentro de lo que se puede distinguir, están Emiliana Franzani (Socia co Fundadora en Inhouse branding), Pablo Brunetti (actor) y Javiera Díaz de Valdés (actriz y ex modelo de alta costura). Además está Javiera Acevedo, comunicadora y modelo, entre otros.



Ilustración 10: "Terraza Chic Costanera". Imagen 9. Revista Caras. Fecha 4-03-2016

En la foto se muestra la marca polo, que aparece junto a las figuras públicas, tal como lo indicó el fotógrafo nacional Renato del Valle²⁷, quien explicó que la mayoría de los eventos sirven para relacionar una marca con determinadas personalidades.

Todos aparecen con tenidas de moda, con una pose grupal pero pose al fin y al cabo, y con sonrisas y miradas dedicadas a la fotografía, especialmente por parte de las personalidades.

Claramente es importante relevar, que tanto la élite mediática, como las élites políticas y económicas, se codean en muchos de los eventos, lanzamientos, a los cuáles han sido invitados.

Incluso autoridades del Estado y sus familiares, aparecen en algunas de las imágenes. Tendencia que data del siglo pasado, y aún años antes.

²⁷ Entrevista realizada a Renato del Valle, fotógrafo de revistas y retratos.

Retratos de Juventud

Las páginas sociales también retratan a los más jóvenes en sus actividades exclusivas.

En el evento Lolapalloza de la Revista Caras, se interviene con el “árbol de la vida”, una estrategia de marketing de la marca “Corona”, que invita a algunos asistentes a que se fotografien al lado del logo. Para eso se realizó el montaje de un árbol gigante, donde se fotografiaron jóvenes y jovencitas, famosos o no, consumiendo la cerveza (entendiendo que no todas las fotos saldrían publicadas).

En la primera imagen del evento, participaron Catalina Celedón, Carolina Ricalde y Olivia Acuña. Tres mujeres de “veintitantos” años, altas, rubias y delgadas. Un prototipo absolutamente conocido y repetitivo en la publicidad, especialmente de cerveza. Sin embargo, lejos de ser modelos, estas jovencitas son participantes del evento, que posan para ser fotografiadas de la mano de la marca.



Ilustración 11. "El Árbol de la Vida". Fotografía 1. Revista Caras. Fecha: 8-03-2016.

A pesar de ser tan jóvenes, los colores que abundan son azules blancos y negros en la ropa, y dorados en el pelo. El color verde se confunde con las siluetas del resto de las personas participantes. Cabe rescatar que Intencionalmente o no el color dorado de la

cerveza Corona resalta en la imagen, incluso por sobre las jovencitas. Colores que se intercambian y conservan la estética de la imagen, sin dejar de resaltar la marca.

También se luce el montaje de Corona en la siguiente imagen, donde participan personas conocidas y que trabajan en los medios de comunicación. Valeria Ortega (periodista de canal 13), Hector Morales (actor), Humberto Sichel (periodista y locutor radial), Daniela Castro (chef) e Ignacio Franzani (periodista).

Cada uno aporta un estilo diferente. Distintos vestuarios y por ende un distinto matiz para la foto. Por su parte, la ganadora de Máster Chef, Daniela Castro se muestra juvenil, con un vestuario que denota femeneidad.



Ilustración 12: "Árbol de la Vida". Fotografía 2. Revista Caras. Fecha:8-03-2016

Ignacio está con un vestuario más extravagante, Valeria Ortega y su polera también se nota más informal. El resto de los participantes de la foto sincronizan más con el resto de las imágenes, donde los participantes tienen un estilo tradicional.

Ahora, no es sólo la ropa la que pinta con colores de juventud la fotografía. Las poses "cancheras" también denotan diversión.

El punto principal o más llamativo puede ser el centro de la foto, donde se encuentra el



Ilustración 13: "Árbol de la Vida". Fotografía 3. Revista Caras. Fecha:8-03-2016

periodista Humberto Sichel, luego de lo cual casi automáticamente se desviamos la atención al logo de Corona, tal como es ideal que ocurra para la marca.

En la descripción de la siguiente imagen, se describe el árbol de Corona como

“inolvidable”. Se utiliza un ángulo mirando hacia arriba, para mostrar superioridad y brindar más importancia a la construcción, tal como lo indicó Renato del Valle.

También hay imágenes con la participación de jóvenes dentro del registro de fotos de la élite de 1850 a 1930. Estas tienen un carácter festivo, que sobrepasa la idea de ritos y ceremonias de la élite. Es como si los jóvenes del siglo XIX y XX, no hubiesen tenido más labor que conocerse y pasarlo bien. Idea que coincide con que la aristocracia tenía mucho tiempo para poder llevar a cabo sus reuniones sociales.

Así lo confirma Barros y Vergara cuando indican que las fiestas, ritos y ceremonias eran permitidos también tanto por su acomodada situación económica, como por la gran cantidad de tiempo libre. De hecho, el Siglo XIX, la oligarquía hasta otorgaba un valor negativo al trabajo remunerado, separando “a los bien nacidos, a los adinerados”²⁸, exitosos de nacimiento, y “a los vencedores, no los que pueden vencer”. Los mismos autores indican que el ocio no sólo tenía un valor por la comodidad que representaba, sino que era parte de los elementos que los identificaba como clase política. Situación que cambió con la normativización de la Modernidad, donde el ocio y el despilfarro comenzaron a ser normados²⁹.

Las actividades fotografiadas, donde aparecen jóvenes de élite, muestran el entusiasmo de fiestas, paseos a la playa, al campo, y bailes históricos como el de la primavera.

En primer lugar, analizaremos la imagen de una “Fiesta Disfrazada”³⁰, o fiesta de disfraces, donde aparecen 11 jóvenes aristocráticos en una reunión social al interior de una casona. Los asistentes están posando con disfraces de distintos tipos, simulando otra identidad. Tal como se realizaba en el “Baile de las Máscaras”, emblemática fiesta celebrada en Valencia en el siglo XVII.

²⁸ Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro, pág. 50.

Bourdieu, P. (1988). “La distinción. Criterio y bases sociales del gusto.”. Madrid: Taurus.

²⁹ González, B. (1999). “Cuerpos de la Nación: Cartografías Disciplinarias.

³⁰ “Fiesta Disfrazada”: Origen: Colección: Museo Histórico Nacional Fondo General, Código: FC-0252, Año: 1919.



Ilustración 14 "Fiesta Disfrazada". Fecha 1919.

Los protagonistas posan para la cámara, con actitud acorde a sus disfraces, lo cual nos dice que difícilmente esta sea una fotografía sorpresiva. Cabe rescatar que la mayoría de los jóvenes se encuentran esbozando una sonrisa, lo cual los

diferencia de la mayoría de las fotografías aristocráticas. Es que el ambiente festivo y de celebración se hace ver en la fotografía, tal como en muchas de las fotografías en que participan jóvenes.



Ilustración 15 "Familia Disfrazada".
Fecha: Sin información.

Los disfraces abundan como temática de fiesta. Se destaca también la fotografía de una "Familia Disfrazada"³¹, donde todos los integrantes del núcleo familiar se mostraban con un mismo estilo de disfraz y actuaban para la fotografía en base a ese mismo estilo.

Los bailes también eran parte de las celebraciones emblemáticas de la aristocracia, por medio de los cuales, los jóvenes podían conocerse y ser presentados en sociedad.

³¹ Familia Disfrazada: Código de referencia: FC-1674, Fecha: sin información, Fondo: Elna von Harpe.

Ilustración 16 "Baile de la fiesta de la Primavera". Fecha: Sin información.



En la ilustración 16 se muestra cómo la aristocracia se vestía, se exhibía, y sociabilizaba en las fiestas de ritos y ceremonias.

Las luces, los vestidos largos, los trajes de cola, dan algunas pistas del carácter del “Baile de la fiesta de la Primavera”³².

Las parejas parecen divertirse mientras danzan en una pista de baile que pareciera ser un salón aristocrático privado. Toman poses románticas, -bailan de manera cercana- aprovechando una instancia que era propicia para la formación de nuevos matrimonios y

³² “Baile Fiesta de la Primavera”: Código de referencia: FB-2091, Fechas: Sin información Lugar de origen: Catálogo Patrimonio Fotográfico Andrés Bello, Fondo: Brey.

futuras alianzas. El evidente decorado ilumina el magno evento, y resalta el vestuario y los rostros de entretención de los presentes.

Es importante resaltar, que “El Baile de Primavera”, como muchos habrán escuchado de sus



Ilustración 17: “El Baile de Primavera”. Fecha: Sin información.

abuelos, o
leído en
escritos de
diversos
autores
chilenos³³,
nace en
Europa como
costumbre
aristocrática
reflejo de la
búsqueda de
diversión del

Renacentismo, que llegó empujado por la moda europea, junto con muchas otras tendencias adoptadas por nuestra aristocracia.

Lo cierto es que en las décadas finales del siglo XIX, la oligarquía vivió de fiesta en fiesta y al son del baile de varias orquestas. “Tantas fueron las fiestas que, posteriormente, ni sus mismos actores lograrían recordarlas todas”³⁴. Así lo describió Orrego Luco, quien explicó que “en aquellas celebraciones, la casa entera se transformaba en pista de baile. Los dormitorios servían de salas de recibo. Las casas se llenaban de flores y canastillos que llegaban por ferrocarril desde Viña del Mar. Los copihues provenían del sur. Circulaban los mozos con grandes bandejas de plata con copas finísimas llenas de champagne, y había poncheras en todas partes. Grandes orquestas tocaban valeses, cuadrillas y también

³³ Hernán Rivera Letelier la menciona en su novela “Historia de amor con hombre bailando”, Página 20. Fiestas de Primavera. Batalla de las flores en Murcia. De la “Universidad de Murcia” de Maite Sánchez Albarracín.

³⁴ Vicuña, Manuel. (1996). “El País Americano”. p. 51

lanceros”³⁵. Y luego agrega casi describiendo la escena anterior, que “las damas se presentaban lujosísimas, con costosos trajes, encargados especialmente a Europa a grandes modistos, y lucían joyas de brillantes y perlas que valían dinerales. Los muchachos circulaban como abejas, llenando los salones de baile de las jóvenes solteras. La animación solía ser extraordinaria y las orquestas tocaban hasta el alba”.

Según Vicuña, el comportamiento de las salas era absolutamente planificado, ya que los salones, paseos y clubes, representaban espacios de la vida por medio de los cuáles, tal como recalcamos antes, se presentaban en público los nuevos miembros de la élite. Incluso, algunos eran capaces de llegar retrasados para “concitar la atención de los presentes, y así presentar los nuevos trajes encargados a París”.³⁶

Toda una puesta en escena que se ve reflejada en la imagen anterior, y que nos permite viajar al pasado comprendiendo lo ceremonial, elegante y determinante, de cada uno de estos eventos.



Ilustración 18: "Paseo a la Playa". Fecha: Sin información

Y seguimos revisando las primeras imágenes de eventos, celebraciones, ritos y ceremonias de la juventud de élite.

Los paseos en la playa no se quedaron fuera, y se puede revisar su participación en la Ilustración 18, imagen

³⁵Vicuña, Manuel. (1996). "El País Americano". p. 51

³⁶Vicuña, Manuel. (1996). El País Americano. 207

llamada de la misma forma³⁷. La diversión aristocrática sigue sugiriendo la importancia del tiempo libre, mientras que también se observa mucha vida en pareja, (como en la fiesta de la primavera, por ejemplo).

³⁷"Paseo a la playa": Código de referencia: DIG-186, Fondo: Sills, Fecha: Sin información.

CAPÍTULO 3: AUTORIDAD Y RELIGIÓN EN LA FOTOGRAFÍA DE ÉLITE

Autoridades en la socialité

En las fotografías sociales del pasado, también participaba la élite política o clase gobernante. Esta situación se ve muy representada en las imágenes de la “Visita del Presidente Errázuruz Echaurren”³⁸, tomadas entre los años 1896 al 1901.

La imagen está ambientada en un lugar público y en una posible reunión política, donde se visibiliza la labor del Presidente de Chile y otros funcionarios de la República, como la Marina. Este evento público refleja la importancia que tenía para la política el visibilizar a los representantes del Estado, por medio de instancias donde se reafirmara su autoridad política, (económica y cultural). Su vestimenta representa sin duda alguna la formalidad de esos tiempos (y actual), lo cual les permite diferenciarse del resto de la población, de la misma manera en que lo hace la aristocracia (vestimenta, autoridad, legitimidad, etc).

Un elemento que sorprende, es que aún a pesar de ser un espacio público, sólo hay

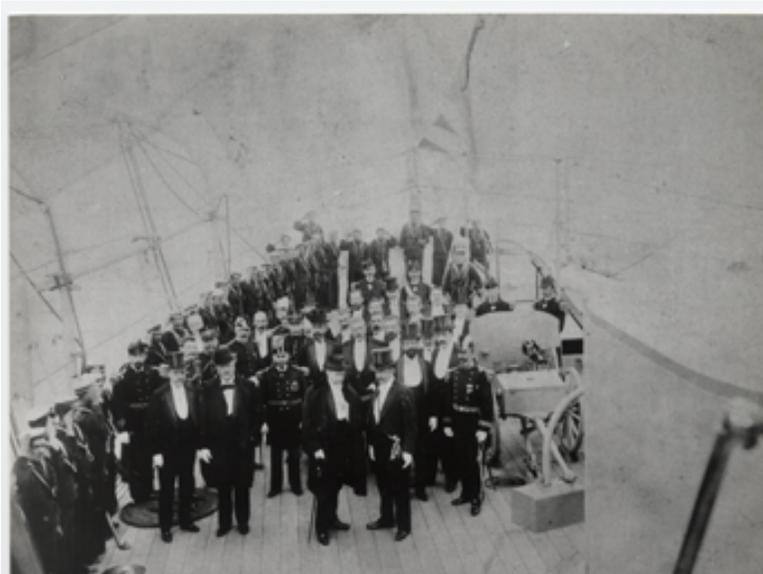


Ilustración 19 “Visita del Presidente Errázuruz Echaurren”. Fecha: 1896-1901

aristócratas. Por ende la chance de visibilización que podría otorgar la misma fotografía, tiene efectividad solamente dentro de la misma Aristocracia, lo cual tiene sentido, pues ellos eran los que tenían la posibilidad de escoger gobernantes.

Al perderse en la fotografía, se observa en el centro de la

³⁸“Visita del Presidente Errázuriz Echaurren”, Origen: Colección Biblioteca Nacional de Chile, Fondo General, Código: FC-1467

imagen los trajes de los políticos que acompañan al Presidente de la República, los cuales brillan de la misma forma en que estos destacaban en el país. La autoridad parece reforzarse con sus poses erguidas y frente en alto, con las cuales se “enfrentan” al público, a la gente, con absoluta seguridad.

Otro ejemplo de imagen con una autoridad pública, es el Retrato del presidente Germán Riesco sentado en su escritorio³⁹.

El Primer Mandatario está sentado con hojas y lápiz en la mano, “trabajando”, bajo un cuadro emblema de la Independencia de Chile. A su alrededor, existe un conjunto de objetos antiguos como por ejemplo, una estatua de una especie de ángel o ser divino, un reloj, una lámpara que parece ser de cerámica, libros, etc. Objetos que recalcan la tradición, el apego a



Ilustración 20: “Retrato del presidente Germán Riesco sentado en su escritorio”. Fecha: 1901-1906.

la historia, la añoranza de la victoria del pasado que nos transformó en una nacionalidad independiente.

El Presidente tiene su cara iluminada en el lado derecho, mientras su rostro mira fijamente la cámara de manera segura y seria, entregando confianza. Mirada que se transforma en el punto

más llamativo e hipnotizante de la imagen. Lo cual se condice con la importancia de que las autoridades tengan un carácter tradicional, serio y ceremonioso para la tradición Chilena.

³⁹ “Retrato del presidente Germán Riesco sentado en su escritorio”, Origen: Colección Biblioteca Nacional de Chile, Fondo Elna von Harpe, Código: FC-0722 Fecha referencial: 1901-1906.

Esta fotografía fue sacada en un lugar privado, pero tiene un carácter público al transformarse en el escritorio de un Presidente. A lo cual aporta información el cuadro de la independencia, -que tiene lugar aún luego de haber pasado casi 100 años-, los galvanos, etc.



Ilustración 21: "Reviviendo Abba". Revista Cosas. Edición impresa mayo 2016.

Pasando a la fotografía social actual con presencia de autoridades políticas, volvemos hasta la RevistaCosas, la cual hasta mayo del 2016 , tenía en su página web, sección “sociales”, el registro de las actividades con la participación de familias de

políticos. El caso más emblemático (por la cantidad de políticos participantes), es el evento "Reviviendo a Abba"⁴⁰, que se realizó en el Teatro Municipal de Las Condes el martes 5 de abril del 2016, donde aparecen políticos y

familiares de políticos como gente de sociedad. Está parte de la familia del Alcalde de Las Condes Francisco de la Maza, Políticos como Longueira y Piñera, y familiares de Benedetti. También hay modelos, profesionales, y gente que aparentemente no tiene fama pero sí aparece generalmente en otras páginas sociales, como Macarena y Antonia Fuenzalida. Imágenes que sin duda siguen el patrón de personas de pelo claro, delgadas y bien vestidas.



⁴⁰ Las imágenes ya no están disponibles en la página web de la Revista Cosas. La imagen que se muestra es una foto sacada a la revista Cosas de Mayo del 2016, del evento realizado el 5 de abril.

Hay que considerar que las autoridades participantes son personas de derecha (UDI, RN y Amplitud). Lo cual puede tener que ver con que en ese momento, el alcalde de Las Condes (donde se celebró el evento), era justamente Francisco de la Maza, de la Unión Demócrata Independiente. Todos los varones con camisa, y las mujeres con blusas y vestidos (con excepción de la niña), muestran el carácter formal del concierto. Todos con amplias sonrisas, menos Sebastián Piñera y Francisco de la Maza, quiénes se muestran un poco más serenos y con una leve sonrisa.

Las páginas sociales no saben de religión

La sociedad y sus actividades fotografiadas se han vuelto laicas. Al menos eso es lo que nos dicen las fotografías sociales, por el hecho de que no incluyen entre sus eventos la religión. Puede ser quizás por el mismo tema recién abordado: el que las páginas sociales caminan de la mano del marketing, y el objetivo final de estos eventos y la publicación de sus fotografías es obtener mayor reconocimiento, renombre, por ende, ganancias.

En cambio en la investigación “Ritos y ceremonias de la aristocracia, inmortalizados en fotografías de 1850 a 1930”, un 30% del total de las imágenes muestran reuniones eclesiológicas como matrimonios, celebración de primera comunión, procesiones, misas, etc. Es decir, un tercio del motivo de reunión y celebración de la sociedad aristocrática tenía que ver con motivos religiosos.

Hoy las fotos sociales, los eventos sociales, a pesar de que seguimos estando en un país conservador, no incluyen ritos y ceremonias religiosas. Es difícil imaginarnos que la foto de la Revista Caras en el Club de la Unión hubiese sido tomada en la iglesia, en un matrimonio o una primera comunión. Ahora, esto tiene que ver con que los eventos sociales de hoy son más impersonales. El evento social de antaño es un matrimonio, celebración familiar o entre amigos, cenas, etc. (celebran un suceso familiar). En cambio el evento social de hoy es un lanzamiento, un concierto, o un desfile (situaciones que tienen que ver con celebrar una marca).

Ahora, podemos preguntarnos, ¿qué interés puede tener una familia aristócrata en el evento social de otro? A lo cual podemos responder recordando que la aristocracia estaba bastante emparentada, formando verdaderos “clanes”, y además buscaban el reconocimiento de los pares, por lo mismo, participaban lo más que se podía en éstos.

Las imágenes sociales de antaño, de la familia aristócrata, tienen por ejemplo, temáticas como la “primera comunión”⁴¹, rito católico que significa recibir por primera vez el cuerpo y la sangre de Cristo. Parte del sacramento de la Eucaristía⁴².



Ilustración 22: “Retrato de María Bordea de la Maza el día de su comunión” Fecha: 1899.

Este ritual representa el 5,3% del total de las imágenes observadas en la investigación, y todas son retratos de niñas junto a un altar católico. Lo cual se puede interpretar como que estas últimas eran referentes únicas de esta ceremonia.

Un ejemplo es el “Retrato de María Bordea de la Maza el día de su comunión”⁴³, quien con una angelical pose y mirada hacia el cielo, se arrodilla frente al altar en señal de reverencia. La expresión de su rostro, la posición de sus manos, sin duda reflejan toda la ternura y pureza de la niñez, mientras sus blancos vestidos siguen la misma línea.

⁴¹ <http://www.iglesia.cl/glosario.php#C> “Comunión”

⁴² <http://www.iglesia.cl/glosario.php#E> “Eucaristía”

⁴³ “Retrato de María Bordea de la Maza el día de su comunión”, Fondo: General, Código de referencia : A25-0020, Fecha:1899/12/08.

La cortina de atrás, la vela y los adornos están puestos ahí para tomar la foto, por tanto, es una imagen fotográfica planificada y posada. Por lo mismo, la evidente dulzura de la niña, es intencional.

Un caso bastante parecido es el de “Amalia Errázuriz el día de su primera comunión”.

En este caso, esta niña de no más de 12 años que está vestida también para llevar a cabo este rito.

Ahondando un poco en el contexto, hay que tomar en cuenta que la niña aristocrática posee deberes y derechos en la sociedad y la familia - predominantemente católica-, que se diferencia tanto económica, política y culturalmente del resto de las clases sociales. La niña debe cumplir socialmente con lo que se espera de ella, que sea una mujer católica de bien, con todos los sacramentos realizados y las buenas costumbres eclesiásticas incorporadas en su diario vivir. Lo cual representa también la ideología que se trasmite en la imagen.



Ilustración 23: “Amalia Errázuriz el día de su primera comunión”. Fecha: Sin información.

Cuando observamos los detalles de la foto, podemos concentrarnos por ejemplo en la blancura de sus vestidos, detalles que se repiten en esta imagen, y que volvemos a asociar con la pureza y la moral. Por otro lado, la niña está mirando hacia arriba, como elevando la mirada hacia la divinidad, otro símbolo de la religiosidad de la imagen. Y cómo no fijarnos en la leve sonrisa de la niña, la cual sin duda alguna muestra la serenidad y templanza de la gente de la época. Parte de las buenas costumbres de la Aristocracia. Mientras que el que esté arrodillada ante el altar, da cuenta de su respeto y reverencia a las creencias de la época.

El matrimonio es otro rito religioso que cobra total relevancia en la fotografía social de la

época de 1850 a 1930. De hecho un 10,6% de las imágenes tienen como tema principal el matrimonio y cuenta con novios posando para las fotografías, o frente a un altar.

Es que tal como la primera comunión, el matrimonio es uno de los ritos más emblemáticos e importantes en la vida de un católico. Es la segunda vez que se inclinan ante un altar. Así se puede ver en la imagen del “Matrimonio de Luz Edwards Izquierdo con Eduardo Campinos Guzmán”, donde la novia y el novio están arrodillados frente a la divinidad o sacerdote, - representante de Dios en la tierra-.



Ilustración 24: “Matrimonio de Luz Edwards Izquierdo con Eduardo Campinos Guzmán”. Fecha: Sin información.

La novia resalta por sobre el resto de la gente, transformándose en el punto de impacto de la fotografía, sobre todo por el color blanco - casi sobrenatural- de su vestido.

La iglesia, a su vez, es un lugar lleno de símbolos. Directamente detrás del novio hay una figura de Cristo crucificado, parte

fundamental del catolicismo y un rosario que cae de las manos de la novia. Rosario que pareciera es testigo de compromiso que hacen ambos ante el altar, donde se representa la presencia de Dios.

Y la última fotografía que se puede destacar es la de la “Misa de



Ilustración 25: “Misa de Campaña”. Fecha: 1937.

Campaña⁴⁴, tomada en Antofagasta en noviembre de 1937. La imagen⁴⁵ da cuenta del liderazgo del sacerdote y cómo sus feligreses le siguen, independientemente de si están vestidos de terno u otro atuendo. En particular en esta imagen no se visualiza a ningún campesino en la celebración, no obstante, entendemos que la religión era una de las pocas cosas que traspasaba las clases sociales.

Estas son algunas imágenes de ritos y ceremonias de la sociedad aristocrática de 1850 a 1930, que difícilmente encuentran un paralelo en las imágenes sociales de hoy.

Para entender la diferencia, se debe comprender que en 1850 a 1930 aproximadamente, la esfera sagrada regulaba y ordenaba lo social⁴⁶, ya que las primeras instituciones normalizadoras fueron la Iglesia Católica y el Ejército. Mientras que según la Académica Lorena Antezana⁴⁷, hoy en día ese papel sería representado por otras instituciones, como la Escuela y los Tribunales.

De hecho, el ritual religioso “era un símbolo dominante” que se volvía atractivo y común, y era capaz de poner las “normas éticas y jurídicas en la sociedad”. Es que en definitiva, la religión tenía completa relación con las normas éticas y morales que regían la sociedad. Por lo mismo, los rituales o actividades eclesiósticas, se definían por su carácter socioafectivo. Es decir, estos ritos y ceremonias eran la vía para que el grupo social se reafirme periódicamente y se constituya como comunidad moral⁴⁸.

Finalmente, en la última imagen, el cura era exactamente la figura importante que representaba hace 100 años atrás, donde no era solamente el sacerdote de pueblo, sino también era el consejero, solucionador de problemas, y una autoridad pública, que tenía muchísimo peso a la hora de tomar decisiones⁴⁹.

⁴⁴ Cientos de fieles acuden cada año al sector de la Plaza El Olivar, para celebrar a la "Chinita" o Virgen del Carmen. Se trata de “la Fiesta Chica”, y se realiza los últimos días de julio, para acercar a aquellos fieles que por diversas razones ya no pueden viajar hasta el Santuario de La Tirana en Iquique. Sitio web <http://www.iglesiadeantofagasta.cl/> (30-07-2016)

⁴⁵ “Misa de campaña”, Código de referencia:FB-0715, Origen: Univerdad documental, Fondo General, Fecha 01/11/1937.

⁴⁶ López Lara, Á. (s.f.). Los rituales y la construcción simbólica de la política. Una revisión de enfoques.

⁴⁷ Antezana, L. (2014). Territorio y Estado : El papel de la fotografía en Chile (1843 – 1930). Santiago.

⁴⁸ López Lara, Á. (s.f.). Los rituales y la construcción simbólica de la política. Una revisión de enfoques.

⁴⁹ González, B. (1999). "Cuerpos de la Nación: Cartografías Disciplinarias".

CAPÍTULO 4: CULTURA DEL CUERPO

Y entonces... ¿Quién es la élite?

Claramente la aristocracia, tal como lo vimos anteriormente en este reportaje, ha tenido la oportunidad de ser fotografiada en distintas actividades exclusivas y en distintos extractos de la historia, por el hecho de protagonizar los ámbitos social, político y económico de Chile.

El hecho de que existe una élite, tiene que ver también con el tipo de actividades que llevan a cabo, actividades diferenciadoras, o el habitus de Bourdieu que diferencia a la gente normal o sin privilegios de los dueños de la sociedad (entre otros). Y son precisamente estas imágenes de ritos y ceremonias, que encontramos en la investigación “Ritos y Ceremonias de la Aristocracia inmortalizados en fotografías de 1850 a 1930” las que reflejan las actividades exclusivas de esta élite, y pueden entregar información importante respecto a la sociedad de la época y la actual.

La aristocracia de ayer se caracteriza por fotografiarse en diferentes eventos sociales importantes, tiene una vida social activa, y realizar un sinnúmero de reuniones, donde se validan a sí mismos como parte del grupo privilegiado. Mientras que la aristocracia de hoy, aparece en las fotografías debido a su influencia, abriéndose a la amplia gama de personas que son visibles o conocidos. Hablamos entonces de aquellos que llamamos “líderes de opinión” o la élite mediática, la cual tiene mayor visibilidad por el interés que despierta en el público. Por ejemplo, por medio de las redes sociales. En un país donde la farándula es parte de la programación diaria de la mayoría de los canales principales, y donde la gente que tiene pantalla se convierte en celebridad, o aún, incluso en políticos, se abren espacios para nuevos componentes de la élite.

Según el “Análisis de Información Secundaria: Estimación de los ingresos por GSE a partir de datos de encuesta Casen 2011”, la élite económica, mantiene un presupuesto de y son al menos parte de la clase ABC1. Representan al 10% de la población.

Mientras que un informe realizado a finales del 2015 por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM)⁵⁰, segmentó aún más a la clase alta, caracterizandola de manera más específica. El grupo que estaría protagonizando las páginas sociales de hoy, AB, posee un ingreso per cápita de 1.415.000 y un promedio mensual por hogar de alrededor de 4 millones y medio. Tipo de personas que se acerca mucho más a la clase de persona que aparece en las fotografías que se mostraron en el reportaje. Características como: que poseen posgrados, profesiones universitarias, tienen a sus hijos en colegios privados, y viven en casas con 59 metros cuadrados promedio por cabeza, son sólo algunas de las que nos informan si alguien es de élite o no.

Grupos socioeconómicos		Grupo AB	Grupo C1a	Grupo C1b	Grupo C2	Grupo C3	Grupo D	Grupo E
Ingreso	Promedio mensual del hogar	\$4.386.000	\$2.070.000	\$1.374.000	\$810.000	\$503.000	\$307.000	\$158.000
	Per cápita	Desde \$1.415.000	\$ 808.000 hasta \$1.414.000	\$461.000 hasta \$807.000	\$259.000 hasta \$460.000	\$135.000 hasta \$258.000	\$67.000 hasta \$134.000	Hasta \$66.000
Salud y previsión	Con Isapre	> 80%	> 60%	41%				
	Con Fonasa			48%	70%	85%	91% (4)	94% (5)
	Jefe de hogar con previsión	94%	90%	88%	84%	80%	75%	68%
Educación	Jefe de hogar con posgrado	20%	9%					
	Jefe de hogar con universitaria completa (1)	73%	60%	33%	13%			
	Jefe de hogar con técnico			18%	14%			
	Jefe de hogar no completó enseñanza media					55%	63%	69%
	Hijos en colegios privados	> 70%	56%	29%				
	Hijos en colegios subvencionados		35%	51%	62%	54%	45%	38%
Trabajo	Hijos en públicos				27%	41%	52%	60%
	Jefe de hogar con trabajo	89%	82%	77%	70% (3)	65% (3)	60%	55%
	Jefe de hogar profesional	76%	61%					
	Jefe de hogar profesional o técnico			69%				
	Jefe de hogar trabajadores calificados				68%	72%	43%	41%
Transporte	Jefe de hogar trabajadores no calificados						28%	34%
	Tiene vehículo	86%	79%	66%	49%	32%	22%	17%
Vivienda	M2 per cápita promedio	59	45	37	33	29	23	21
	Vive en casa aisladas	39%		33%	35%			53%
	Vive en casas aisladas o pareadas		67%			91%	91%	
	Vive en casas pareadas			48%	53%			35%
Bancarización	Departamentos	43%	33%	19%	12%	8%		
	Con acceso a productos bancarios	94%	89%	76%	58%	43%	36%	32%
Conectividad	Tiene banda ancha	91%	86%	73%	57%	41%	33%	23%
	Con TV pagada	90%	87%	80%	66%	54%	47%	39%
	Con celular con contrato	84%	73%	55%				
	Con celular prepago				58%	69%	75%	81%
Servicio doméstico	Con teléfono fijo	70%	69%	60%	52%	42%	28%	17%
	Cuenta con servicio doméstico (2)	73%	50%	26%	10%	4%		
Distribución geográfica	Vive en grandes ciudades	88%	80%	77%	73%	66%	58%	52%
	Vive en R. Metropolitana	67%	54%	44%	44%	36%	28%	21%

Ilustración 25: Mapa Económico de Chile. Fecha: 2016.

⁵⁰ LINK Información: Guioteca, sección Economía. “Nuevo mapa económico de Chile”, en qué grupo te ubicas. Conoce sus características.” <https://www.guioteca.com/economia-domestica/nuevo-mapa-socioeconomico-de-chile-en-que-grupo-te-ubicas-conoce-sus-caracteristicas/>

La élite económica y política, es un grupo casi indivisorio absolutamente ajeno al resto de la sociedad, ya que como se puede visualizar en la tabla anterior, no ganan lo mismo que el resto de la gente, no han ido a los mismos colegios, etc. Como lo indica Vicente Espinoza⁵¹, “las relaciones al interior de la élite política tienen que ver con vínculos sociales, no de interacción personal. Y la socialización a su vez se establece desde las familias, colegios, comunidades religiosas, clubes, lo cual “mantiene el control social de los acuerdos”.

Es por esta inflexibilidad de la entrada a los grupos privilegiados, que como dice Miguel Ángel Larrea, se deja relucir una intención por aparecer en las fotos, por pertenecer a la élite. O por otro lado, también existe una búsqueda por ser parte de la élite mediática, cumpliendo el sueño juvenil de volverse modelo, animador, o una figura conocida, que también posa en las páginas sociales.

En ese sentido, hay que rescatar la exclusividad histórica de la élite. Condición que se conserva desde la creación del Estado chileno donde la aristocracia era parte de una élite terrateniente, política, letrada, y socialmente influyente que lideraba el país.

Y justamente los ritos y ceremonias observados en las imágenes de la Aristocracia, se asemejan a los eventos que se fotografian hoy en día, los que vemos en las fotos de nuestra revista favorita, con gente interesante que aparece del lado de una marca, o en un lanzamiento especial. Eventos que justamente, son los que son inmortalizados por medio de la fotografía social.

⁵¹ Redes de poder y sociabilidad en la élite política chilena. Los parlamentarios 1990-2005*. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 9, N° 26, 2010, p. 251-286.

La estética histórica del poder

Tanto en las fotografías de antaño como las actuales, la estética se caracteriza por tener presente gente de élite, lugares verdes y salones suntuosos. En ese sentido, se condice con la estética del Estado de ese tiempo, la cual fue nombrada anteriormente, pero ahora la describiremos de manera más específica.

Como sabemos, el nombrado Intendente de Santiago Manuel Vicuña, buscó en su mandato entregar una imagen de un país limpio, moderno. Esta situación lo llevó a ajustar el centro de la capital a los nuevos usos europeos⁵², reemplazando los arrabales peonales por el cuadrillado ajedrecístico-colonial de las calles y las fachadas de adobe y teja. Además, desalojó paulatinamente a los campesinos y su comercio, sacó a los peones desocupados (ociosos y viciosos según la autoridad), y restringió las manifestaciones culturales del bajo pueblo. Y en vez de eso, apostó por el desarrollo de la sociedad urbana y de los comerciantes establecidos, obedeciendo a los intereses mercantiles y reorientando la sociedad según pautas urbanas.⁵³

De alguna u otra manera, esto obedecía a las nuevas lógicas de higiene, que permitieron mejoras también en aseo y ornato, nacimiento de escuelas, trazado de avenidas (La Paz y Ejército Libertador), remodelaciones, construcciones de plazas y edificios de uso público, como el Mercado Central y el edificio de Exposición Internacional, etc⁵⁴, y limpiar las calles de la gente que no se adecuaba a las reglas por medio de la construcción de cárceles y manicomios⁵⁵. Es que para la autoridad, era necesario mejorar la imagen del país y otorgar a la ciudad una nueva cara hacia el futuro.

Algunas teorías indican que estos cambios sólo se trataban de una estrategia publicitaria, política y promocional para llegar a ver la ciudad de Santiago “sumida en el ráfago de la modernización, (...) próspera y pujante, aficionada a los negocios bursátiles y a los placeres

⁵² Vicuña, M. (2010). *La belle époque chilena. Alta sociedad y mujeres de élite*. Santiago: Catalonia. (1996). *El País Americano*. Página: 207.

⁵³ Salazar, G. (2000). *Labradores, peones y proletarios*. Santiago: LOM Ediciones. Ossa, C., & Antezana, L. (2013). *Fantomas urbanos: cuerpos vigilados - calles retratadas*. AISTHESIS, 332.

⁵⁴ Luckmann & Berger. (1986). *La construcción social de la realidad*. En P. L. Berger. Buenos Aires: Amorrortu.

⁵⁵ González, B. (1999). "Cuerpos de la Nación: Cartografías Disciplinarias".

de la vida mundana”⁵⁶. Mientras que para otros, el objetivo era la apreciación subjetiva de la superioridad oligárquica, en una realidad ficticia pero concreta y palpable.⁵⁷”

Algo similar a la situación de hoy en día, donde la estética de la élite, reflejada en las páginas sociales, es aquella que se presenta en hermosos salones como el Club de La Unión, en lugares rodeados de verde y paisajes frondosos, o en medio de restaurantes adornados para la ocasión. Esos son los lugares que se visibilizan en las imágenes de sociedad. Tal como dice Miguel Ángel Larrea, no se irán a fotografiar a Cartagena, pero sí a Reñaca.

Ahora, respecto a la teoría que busca delatar una intención en la estética, no se puede dejar de considerar que las primeras imágenes sociales, de 1850 a 1930, no llegaban a la mayoría de la población. Eran imágenes que se sacaban con el fin de registrar momentos, personas, status, y por supuesto, ser parte del ritual de sacarse una fotografía. Quiénes serían parte de público objetivo son los mismos aristócratas. Los únicos capaces de determinar quiénes entran en el círculo y quiénes no.

En el caso de la fotografía actual, a diferencia de Renato del Valle, para Miguel Ángel Larrea, la gente de élite sí está buscando figurar en las imágenes. Relata episodios como que se colocan en las fotos sin haber sido llamados, o abrazan a alguien que será fotografiado. Todo con el fin de aparecer y tener el gusto de que otras personas de élite, puedan reconocer su popularidad e importancia. Situación que se parece bastante a la de antaño, cuando buscaban a toda costa ser reconocidos por los pares en los distintos eventos en los cuales debían de estar.

Así mismo, hace 100 años también debía figurar la élite y nada más que la élite, sin excepción. Lo cual se ejemplifica porque tal como dijimos anteriormente, las primeras 136 imágenes de la investigación “Ritos y Ceremonias de la Aristocracia...” eran protagonizadas exclusivamente por aristócratas. De 2275 personas que aparecen en las imágenes, solo 3 son campesinos, es decir, el 0,1%. Para qué decir, que mucho menos aparecen personas indígenas.

⁵⁶ Vicuña, Manuel. (2010). La belle époque chilena, p. 8

⁵⁷ Luckmann & Berger. (1986). La construcción social de la realidad. En P. L. Berger. Buenos Aires: Amorrortu., p. 54.

En las imágenes de las revistas de hoy, también hay un predominio elitista, donde de noventa fotografías, un 100%, es decir, 195 personas son de élite. Y de las 195, tres eran políticos y cuatro familiares de políticos. Entre los políticos presentes están por ejemplo Sebastián Piñera (ex Presidente de Chile), Pablo Longueira (ex candidato a la Presidencia) y el Alcalde de Las Condes Francisco de la Maza. Dentro del mismo grupo, cinco asistentes que pertenecen los grandes grupos económicos, como los Solari, Luksic, etc.

Ahora, dados esos números, claramente se debe comprender que si bien la clase política es de élite, no necesariamente toda la élite tiene que ver con la clase política. Es decir, la relación se puede definir como que: la clase política participa en la élite.

Relación parecida a la que se determina en las imágenes de las fotos “Ritos y Ceremonias de la Aristocracia...”, ya que de un total de 136 fotografías, 7 tienen a algún político en medio de la gente, (la mayoría de estos eran Presidentes de la República del momento). Situación que se podría pensar es diferente a la fotografía de políticos actual, sin embargo, los políticos participantes como Longueira, Piñera y de la Maza, se caracterizan por ser o haber sido presidenciables.

Esta clase política, en las fotografías sociales se mantiene y se mantuvo en lugares y eventos privados, contrariando la idea de que los varones se encargaban sólo de labores públicas en lugares públicos, especialmente en la época de 1850 a 1930. Situación que se explica porque este intervalo de tiempo contiene épocas como el Parlamentarismo, donde las decisiones más importantes de la sociedad chilena se tomaban en el Club de la Unión, Club Hípico, Logias Masónicas, o círculos ligados a la iglesia católica⁵⁸. Es decir, se vincula mucho la labor masculina con los lugares públicos y también privados.

La mujer por su parte, si bien se encuentra en su mayoría en lugares privados, es la protagonista de los paseos familiares. Donde generalmente aparece con sus hijos, y muchas

⁵⁸ “Auge y ocaso de la oligarquía chilena : La República Parlamentaria (1891-1925)” Memoria Chilena, Biblioteca Nacional Digital (BND) <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3537.html> (17-08-2016)

veces sin el papá o el varón de la familia, y donde es parte relevante de la estética por su belleza, tema que trataremos más adelante.

Entrar o no en la Élite

Si bien decir hoy en día que ciertas personas son de elite y otras no, es un juicio de valor subjetivo y extremadamente discriminador, sí se puede afirmar que quienes aparecen en fotos de revistas, además de ser siempre los mismos nombres, como José Miguel de la Cerda, - Abogado Gerencia Legal Banco Inversión y Finanzas del Banco de Crédito Inversiones BCI-, Gabriela Luksic -del clan Luksic-, son personas con características físicas muy definidas. Delgadas, profesionales, mucha gente blanca, alta, estilizada. Las cuales permiten pensar que en las actividades no se contaba con que fueran personas de estratos económicos menor al grupo ABC1.

Y en el caso de la élite de 1850 a 1930, sabemos que son de élite porque tenían la posibilidad de tomarse fotos, y también, porque se visibilizan personas con apellidos compuestos, extranjeros, o reconocidos, como “De la Maza”, o con vestidos elegantes, carruajes, dinero y tiempo para realizar suntuosas fiestas o deportes exclusivos, etc. Además, no se puede olvidar que las actividades retratadas eran exclusivas de la élite, como el tenis, scout, ajedrez, y pasatiempos como la lectura, el piano, etc. Por lo mismo, los espacios en los que se desarrollaban eran también exclusivos.

Tal cual pasa hoy en día, donde las actividades retratadas en las páginas sociales son absolutamente inaccesibles para la mayoría de la población. Primero, porque se accede sólo por medio de una invitación otorgada por la organización o la marca organizadora. Y segundo, porque son actividades demasiado caras, como para que una persona de clase media o sin influencias pueda participar.

Probablemente, la mayoría de los lectores de las revistas Caras, Cosas, Mujer, no han jugado ni polo, ni golf en su vida. Deportes que probablemente se conocen por medio de las películas para la mayoría de la población, pero que muy pocos han tenido la posibilidad de vivir. Es que las fotos sociales son exclusivas porque así son las actividades, y porque las personas

que asisten son escogidas cuidadosamente, según su influencia y poder. Y las actividades retratadas construyen una pared que separa a la élite del resto de la sociedad, como un elemento diferenciador, y distintivo de clase social.

CAPÍTULO 5: FOTOGRAFÍA SOCIAL Y GÉNERO

Un paseo por la socialité



Ilustración 26: “Mujeres en la unión”, “foto de curso”. Fotografía 1. Revista Caras. Fecha: 31-03-2016

El género es relevante para la élite. Si bien existen semejanzas y diferencias en el trato que existe hacia el hombre y la mujer en la fotografía de élite, y a su vez se pueden establecer comparaciones según las distintas épocas, se puede observar fácilmente el papel que cumple cada uno en la sociedad con sólo ver algunas de las fotografías.

Para conocer un poco sobre el papel de la mujer hoy en día, visitaremos un evento fotografiado por la Revista Caras y llamado “foto de curso”. Este tiene dos imágenes relevantes. La primera vista muestra sólo mujeres y muchísimos colores, lo cual da pistas del carácter social de la imagen, que también queda en evidencia al leer su descripción...

“Estaban todas, las que organizan conciertos y muestras de arte, del mundo de la filantropía y la empresa. También de la moda, la televisión y el buen gusto. Son las que en cada pauta

aparecen por su aporte constante a la sociedad.” Puras mujeres y todas recibidas en el Club de la Unión hasta hace poco sólo para hombres, con cóctel y música de violín”.

Personalidades como Ale Castro Rioseco, (Ingeniera Civil, Fundadora y directora de Mujer Opina), Kim Anderson, gerente del Club de la Unión, Lorraine Thomson (subdirectora editorial de la revista Caras) y Matilde Burgos, Francisca Cortés y su mamá María Teresa Solari, Carmen Gloria Larenas y Pichita Piñera, Soledad Onetto, Marisol Camiroaga y Jacqueline Domeyko, “la filántropa” Ale Castro Rioseco, Gabriela Luksic y Verónica Fuentes, Alejandra Mustakis, Gina Ocqueteau y Patricia Ready, entre otras. Todas ellas asistieron al evento y se “comprometieron para una sociedad mejor”, como se describe en la página web⁵⁹.

Observando atentamente los colores de la ropa, las edades, el tipo de cabello, incluso el tipo de pose, varían claramente tal como varían sus personalidades y sus ocupaciones.

Pero tal como han sido descritas por la misma revista, todas son mujeres influyentes, o dicho de otra manera, son parte de una élite privilegiada que tiene la oportunidad de dar algo de lo que ellos tienen, en favor de causas que pueden o no favorecer a una parte de la población.

El cuadro es elegante, tal como cada una de ellas. La lámpara de cristales del Club de la Unión, no se ve opacada por el lienzo de la revista Caras, que realiza posicionamiento de marca, mientras los sillones tapizados dejan el paso libre a las mujeres que sonrientes posan para conservar en el recuerdo este evento.

La imagen cuya composición deja clara cierta intención de mostrar algo estético y con la elegancia que el evento merece, es la segunda del conjunto de imágenes de Mujeres en La Unión de la revista Caras.

⁵⁹ Versión web de la revista Caras, 31/3/2016. <http://www.caras.cl/sociedad/mujeres-en-la-union/>



Ilustración 27: "Mujeres en la unión". Fotografía 2. Revista Caras. Fecha: 31-03-2016

El violín en primer plano parece sonar en la imagen, mientras otras mujeres indistinguibles se pueden ver a lo lejos conversando y socializando unas con otras. Es un plano general, por tanto busca mostrar algo que está ocurriendo, en este caso, recreando un ambiente.

Las elegantes vestimentas de las invitadas, hacen juego con la alfombra y la ambientación del Club la Unión, donde el fotógrafo es el único que desentona, pero es necesario para dejar un registro. La mujer del violín se transforma en la protagonista de la imagen, mientras que la ambientación, los colores dorados de las paredes, la estética de la foto continúa la secuencia de objetos elegantes, que acompañan a mujeres de clase y poder, socializando.

Aún si no supiéramos los apellidos, ni los nombres, ni tampoco tuviéramos la descripción de la imagen, seguiríamos pudiendo reconocer la naturaleza del evento por la imagen.

Al viajar 100 años atrás, podemos encontrar otra imagen de mujeres de élite compartiendo, pero en este caso, en blanco y negro y en el contexto de otro siglo.

Se trata de la fotografía "Mujeres de Elite y su vida privada"⁶⁰, la cual como dice su nombre, visibiliza la realidad de muchas madres y dueñas de casa de familias adineradas o dueñas del poder, que se reunían para compartir, socializar, realizar sus pasatiempos y tomar el té. En

⁶⁰ Colección: Museo Histórico Nacional, Id MC: MC0018940, Año: 1870 1920

especial, porque la mujer era la encargada de planificar, cultivar las relaciones sociales, realizar alianzas entre aristócratas, que se concretaban en fiestas privadas y en eventos públicos⁶¹ (teatro, fiestas, paseos, etc), los cuáles eran precisamente los rituales y ceremonias de una clase política que se mantenía en el poder político, económico, y académico.

Claramente estas instancias eran permitidas producto del gran tiempo libre del que gozaba la aristocracia de la época, además de la necesidad que existía de estrechar lazos y realizar alianzas entre las familias más poderosas, para mantener el poder social⁶².



Ilustración 28: "Mujeres de Elite y su vida privada" Fecha: 1870- 1920

Estas reuniones se realizaban generalmente en lugares privados, la casa de alguna de ellas, en salones o patios internos de las casonas de las cuales eran dueñas. Esta interacción era parte fundamental de la forma en que las

familias se volvían más cercanas, y aliadas por medio de matrimonios y relaciones sociales.

Si comparamos el vestuario de las mujeres en el evento del Club de la Unión y los blancos vestidos del Archivo fotográfico, podemos dar cuenta de que existe un parecido en la modestidad y formalidad. Y se diferencian en que la fotografía de antaño muestra una clara uniformidad en los diseños y los colores, lo cual no se ve en las fotos actuales. En estas

⁶¹ Vicuña, M. (2010). La belle époque chilena. Alta sociedad y mujeres de élite . Santiago: Catalonia.

⁶² La sociedad chilena del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, se destaca por que la base social y económica era la institución de la familia, ya que eran sus integrantes los encargados de mantener y aumentar la riqueza y los bienes de la misma. De hecho, tal como indica Salazar, la lógica familiar que ordena la clase y la sociedad, eran los "intereses económicos, sociales y políticos" (2010, p. 46). Este ordenamiento social permitía la reproducción y el mantenimiento de las riquezas, por medio de las relaciones sociales y específicamente por medio de los matrimonios. De hecho, según Barros, frente a circunstancias de infortunio, la aristocracia prefería recurrir al matrimonio por interés, o a intentar suerte en el juego, en apuestas, en especulaciones bursátiles, a préstamos usurarios e incluso malversación de fondos. (Barros, p. 49)

últimas, cada una tiene su estilo, forma, pero siempre guardando los estatutos y mostrando una mirada conservadora.

Situación que se replica en los peinados. Las mujeres hoy en día utilizan pelo suelto, pelo largo, corto, tomado y de diferentes colores, mientras que las mujeres de antaño siguen una misma línea, y son estrictas en cómo se ven. Hasta la actitud pareciera repetirse, con sus rostros serios y sin expresión, y una evidente pose planificada para la fotografía. No obstante, si hay algo que resalta en la imagen de la “Memoria Chilena”, es la femeneidad y delicadeza que irradian las féminas que componen la imagen. La mesa de centro posee un mantelito con vuelos en los bordes, y sobre él hay flores blancas que también adornan los cabellos de las presentes, como signo de femeneidad y clase.

En esta misma imagen, los objetos en las manos de las mujeres parecieran ser finos bordados, actividad que era parte de las costumbres que pertenecen a las labores del hogar de la mujer aristocrática, donde las labores pesadas, eran realizadas por la servidumbre. Y qué actividad es más femenina que bordar.

Por su parte, la imagen del Club de la Unión de la revista Caras, revela en la descripción que las mujeres se reunieron para “comprometerse para una sociedad mejor y por su aporte constante a la sociedad”. Esta podría ser entonces una labor para las mujeres de élite actual. Todas ellas recibidas en un lugar “hasta hace poco sólo para hombres, con cóctel y música de violín”.

Cabe rescatar, que la femeneidad es una de las semejanzas entre la mujer de ayer y hoy, además de la elegancia que no deja ajena a ninguna mujer de élite en las fotografías. Es que ellas son hermosas, arregladas, finas, y sobre todo, siguen un mismo patrón. Se trata de una disciplina de la belleza, que se “multiplica en las imágenes disciplinarias y estrictas⁶³” que se encuentran en las distintas revistas, televisión y medios de comunicación.

⁶³ Elsie Mc Phail Fanger “Cuerpo y Cultura” Revista “Razón y Palabra”, Edición 25

Tal como dice Miguel Ángel Larrea, son las mujeres de élite quienes reproducen de manera más reconocible los cánones estéticos occidentales, que se difunden en la sociedad. “Salen en (la foto de la revista) con un vestido, y luego las señoras se lo compran”.

Para Elsie Mc Phail, el sistema carcelario de vigilancia y castigo de Foucault “parece aplicarse a la ideología de la belleza”, heredado de las “viejas ideologías sobre la femineidad⁶⁴”, ya que mantiene el poder para controlar a aquellas mujeres al ejercer el poder coercitivo de la disciplina sobre el cuerpo.

Es más, la académica explica que mientras más dinero ganen, poder, perspectiva y reconocimiento, -es decir, mientras más inmersas estén en la élite-, más predomina la “la obsesión por las dietas y el terror frente al envejecimiento y la pérdida de atractivo físico”.



Ilustración 29: “Grupo de hombres en un hall del Club de la Unión” Fecha: Sin información.

Pasando ahora al papel masculino, encontramos en ese mismo Club que albergó a la “foto de curso”, en una imagen de sólo hombres 100 años antes. En la misma descripción de la siguiente fotografía, el hombre era el protagonista natural de lugares como el Club de La Unión.

En la fotografía sacada del fondo Elna von Harpe, “Grupo de hombres en un hall del Club de la Unión”⁶⁵, -analizada también en la investigación “Ritos y Ceremonias de la Aristocracia de 1850 a

⁶⁴ Elsie Mc Phail Fanger “Cuerpo y Cultura” Revista “Razón y Palabra”, Edición 25

⁶⁵ Código de referencia: FC-0699, Código de anterior: FC-0335.

1930”⁶⁶-, se muestra claramente como el Club de la Unión era un lugar casi exclusivo para hombres, donde se tomaban decisiones políticas, junto con el Club Hípico, las Logias Masónicas, o los círculos ligados a la iglesia católica, especialmente en el Parlamentarismo⁶⁷.

Hombres cuya razón para reunirse no está muy clara en la descripción, pero que puede ser tanto política, económica o social. Ámbitos alcanzados por el dominio de la Aristocracia, y de varón principalmente.

El vestuario elegante de los comensales da pistas de la formalidad de la reunión, además de la importancia del orden e higiene personal. Lo cual coincide con una época donde el modernismo se hace presente, donde el significado de la palabra higiene excede al que conocemos, y se traspa a al ámbito social, haciéndose necesaria la limpieza de las calles, el orden público, cuidado de la apariencia, y el apartar de esta “nueva y refinada ciudad”, a todo aquel que no cumpla con dichos estatutos, incluyendo a la clase baja⁶⁸.



Ilustración 30 “Comida en honor a Alberto Edwards hacia 1920”.

El Club de la Unión nuevamente se vuelve el escenario para una reunión de hombres, pero esta vez, es para la “comida en honor a Alberto Edwards hacia 1920⁶⁹”. Son 17 los hombres que aparecen posando en una fotografía que pasaría a la historia, y donde Alberto Edwards⁷⁰, abogado, político e historiados chileno, fue protagonista. Este hombre es parte de la

emblemática familia Edwards en Chile, y su padre era primo hermano de Agustín Edwards

⁶⁶ Ritos y ceremonias de la Aristocracia, inmortalizados en fotografías desde 1850 a 1930. 2016. María Cecilia Pérez.

⁶⁷ Memoria Chilena, 2014.

⁶⁸ González, B. (1999). "Cuerpos de la Nación: Cartografías Disciplinarias"

⁶⁹ “Comida en honor de Alberto Edwards en el Club de la Unión hacia 1920”, Id MC: MC000741, Colección: Museo Histórico Nacional, Año: 1920, Nota: “Alberto Edwards está sentado al centro del sofá”.

⁷⁰ Alberto Edwards. (05-08-2016) <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3516.html>

Ross, dueño de El Mercurio⁷¹. Continúan vistiéndose de etiqueta, casi uniformados, y luciendo sus cuidadas apariencias y buen gusto.

Volviendo a la actualidad, pasaremos a un conjunto de fotografías de la Revista Cosas, que pone a la mujer como su principal protagonista –y no necesariamente en su rol de mamá, sino más bien, en su rol profesional-. Así lo indica las imágenes del evento “Para Celebrar”, donde Carmen Ibáñez organizó una celebración en el Club Golf 50, para festejar el aniversario de su programa en la radio Agricultura: “Carmen Ibáñez conversa con...”, donde “los invitados, amigos y auspiciadores, celebraron junto a la anfitriona el éxito de ‘Carmen Ibáñez Conversa Con’”.

Es que Carmen es la principal protagonista del evento. Y los privilegiados que asisten son los “amigos y auspiciadores”, que entregan dinero a la Revista, participan en alianza, tienen relaciones amistosas, o resultan importantes para la subsistencia de la publicación.

En este caso, por ser una fiesta tan ostentosa, la lista de invitados incluye un conjunto de líderes y personas influyentes escogidas con pinzas. Como por ejemplo, Cecilia Boloco y su nuevo novio: : José Patricio Daire.

⁷¹ Cadena de diarios y periódicos nacionales con más relevancia en tiraje en Chile. <http://www.elmercuriomediacenter.cl/wp-content/uploads/ESTUDIO-DE-LECTOR%C3%8DA-a-enero-2015.pdf>

Cuando nos preguntamos por qué están invitados, encontramos la respuesta al indagar en la



Ilustración 31 "Para Celebrar" Revista Cosas. Edición impresa mayo 2016..

ocupación de José Patricio Daire, quien es el actual presidente del holding CF Inversiones, copropietario de ChileFilms, y un activo jugador de polo. También aparecen en la lista Roberto Belloni, ex gerente general de Salcobrand y actual vicepresidente ejecutivo de Empresas SB; y Ruperto Edwards, Gerente de Marketing de Falabella, además de otros empresarios de relevancia.

Si nos fijamos en la foto de Gabriela Luksic y Esperanza Cueto, -mujeres que parecieran coprotagonizar el collage-, podemos observar varios elementos distintivos de la élite. Primero, es protagonizada por Gabriela Luksic, quien a su vez pertenece al clan Luksic, es parte de una de las 10 familias más ricas de Chile. Por otro lado, Esperanza

Cueto, Abogada de la Universidad Diego Portales, pertenece al Grupo Cueto, controladores de LAN Airline, es miembro del Directorio de Costa Verde, y es presidenta y fundadora de Comunidad Mujer. Ambas mujeres empoderadas, profesionales y cuyo papel social y económico es relevante para su círculo social y aún para el país.

En conclusión, si queremos descubrir características específicas de la forma de ser y de vestir de la mujer élite, podemos observar acabadamente la fotografía anterior. Donde Gabriela luce un traje negro, y una chaqueta blanca con rayas. Su maquillaje es sobrio, y el pelo con rulos natural. No posee más de dos colores en su ropa, y su cara denota absoluta satisfacción y luminosidad. Su compañera, Esperanza Cueto, también luce colores sobrios como azul y negro, tiene un par de joyas que luce en las manos y en las orejas, y su cara esboza una sonrisa leve, delicada, con una posición más inclinada que Gabriela, menos de frente. El Punto más llamativo de la imagen es claramente el rostro de Gabriela Luksic. Sus cejas arqueadas y

sonrisa segura es el punto atractivo de la imagen, además de su espalda derecha y la manera en que enfrenta de frente la cámara. Sus pies están ubicados de manera fina y femenina, uno delante de otro, pero su posición erguida muestra una seguridad que se impone por encima de Esperanza Cueto, Carmen Ibañez, e incluso Cecilia Bolocco.

Cecilia Bolocco, si bien estéticamente siempre se ve de manera afortunada, es más bien como un adorno a la página, con un hermoso fondo marrón del lugar, y una ubicación favorable, pero no destacada.

Las fotografías familiares

Una clara diferencia entre las primeras fotografías sociales de élite, con la fotografía social de hoy en día, es la presencia de la familia en ella. En las distintas revistas observadas, (Cosas, Caras, Mujer), las fotografías se sacaban a grupos de personas afines, que se encontraban en el mismo sitio, etc. Las únicas fotografías que incluyen parte de la familia de élite de manera más completa, son las del evento llamado “Libro para niños”, donde una juguetería lanzó un libro llamado “Te cuento la Patagonia”. Este cambio tiene que ver con la diferencia en el cambio de papel que tiene la mujer en estos cien años, donde la mujer se ha vuelto importante por su profesionalismo, peso social, y no necesariamente por su papel de madre.

Ahora, el que se incluyan infantes en la fotografía de actualidad no tiene que ver necesariamente con incluir a la familia dentro de las lógicas de la fotografía social, sino, porque el tema del producto al cual se está haciendo publicidad tiene que ver con niños. Por eso, lejos de aparecer una familia, aparece generalmente una mamá (famosa) con el niño(a).

Estos niños que nacen en un status favorecido, nombrados como adultos, con apellidos casi la mayoría extranjeros, Leng, Peric, Sivori, Picasso, Zegers, etc., representan a la nueva élite que ya se muestra en las revistas tomando su lugar en las fotografías social, aunque su presencia obedece netamente al mercado y al producto que se quiere mostrar en el evento. En ese sentido, ellos no son protagonistas de sus propias fotografías, sino el producto para niños que hay que promocionar con las fotografías.



Ilustración32: "Libro para Niños". Revista Cosas. Edición Impresa Fecha : mayo 2016.

y políticos”⁷².

Ahora, existe la teoría de que este mismo ordenamiento social permitía la reproducción y el mantenimiento de las riquezas, por medio de las relaciones sociales y específicamente por medio de los mencionados matrimonios arreglados. Lo cual era llamado también “alianzas

Esta situación se diferencia enormemente de lo que es la fotografía social de antaño, donde cuando aparecen niños, es porque la familia era protagonista real de muchas de las imágenes. Mostrando niños con sus madres y en perfecto orden, como si la fotografía también fuera testigo del orden patriarcal, donde la madre está encargada de cuidar el bienestar, la educación, la clase y las buenas costumbres de los niños y niñas.

Esto es porque la sociedad chilena del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, se destaca porque la base social y económica era la institución de la familia, ya que eran sus integrantes los encargados de mantener y aumentar la riqueza y los bienes de la misma. De hecho, tal como indica Salazar, la lógica familiar que ordena la clase y la sociedad, eran los “intereses económicos, sociales

⁷² Salazar, G. (2000). Labradores, peones y proletarios. Santiago: LOM Ediciones. Página 46.

sociales”, un verdadero sistema para mantener el *statu quo*, así como el poder político y económico⁷³.

De hecho, según Barros, frente a circunstancias de infortunio, la aristocracia prefería recurrir al matrimonio por interés, o a intentar suerte en el juego, en apuestas, en especulaciones bursátiles, a préstamos usurarios e incluso malversación de fondos.

Es que la constitución de una familia natural de padre, madre e hijos, era una condición fundamental que se refleja en las fotografías. Orden familiar que también tiene que ver con las labores que debían llevar a cabo cada uno de ellos.

Recordemos que el padre de familia, jefe hogar o patriarca, era precisamente el encargado de



Ilustración 33: “Amalia Errázuriz y su familia leen, estudian o juegan en el salón”. Fecha: 1871

sostener política, económica, militar y moralmente, los intereses de esa clase⁷⁴. Por lo mismo, es quien aparece en las imágenes realizando eventos públicos, políticos, etc. Mientras que la mujer por su parte, está encargada de planificar, cultivar las relaciones sociales, y de concertar alianzas entre aristócratas, las cuales se

concretaban en fiestas privadas y en eventos públicos⁷⁵ (teatro, fiestas, paseos, etc.) Por lo mismo, la mujer es la protagonista del espacio privado, y generalmente aparecía en las imágenes junto a su familia, como en la Ilustración 33.

⁷³ Osses, J. P. (23 de 03 de 2014). “Entre la Tradición Colonial y el siglo de la Modernidad: proceso de modernización en Chile y sus efectos sociales” (1778-1900). Obtenido de www.critica.cl

⁷⁴ Salazar, G. (2000). *Labradores, peones y proletarios*. Santiago: LOM Ediciones. Página 46.

⁷⁵ Vicuña, M. (2010). *La belle époque chilena. Alta sociedad y mujeres de élite*. Santiago: Catalonia.

Ahora, nos preguntamos... ¿Quién no se ha sacado una foto con la familia en navidad o noche buena? Al parecer esta costumbre data de muchos años atrás, ya que en 1908, la tradición de la fotografía navideña ya estaba inmersa en nuestra sociedad (aristocrática).



Ilustración 34: "Navidad". Fecha: 1908.

La fotografía a continuación se titula simplemente “Navidad”⁷⁶. Y al revelar parte de la naturaleza familiar, también se da a conocer parte de las lógicas de género.

En este caso, se alcanza a distinguir a un padre, una madre, que posan junto a sus 6 hijos vestidos formalmente para la ocasión. Además, se visualiza en la sala un conjunto de detalles, adornos, objetos pequeños que pueden ser parte de los adornos que acompañan a la familia. Pueden ser adornos navideños, o simplemente objetos que dan mayor lujo y belleza a la casa.

A pesar de ser una celebración, la risa no abunda en sus rostros. Al contrario, la familia se muestra seria, uniformada, mirando quietos a la cámara, con la frente en alto. La neutralidad de la foto da pie para pensar que la fotografía fue planificada estrictamente de esa manera. Probablemente ordenada estéticamente para que ésta quede grabada en la historia familiar.

Además, no hay que desconocer que en 1908 la tecnología de la cámara fotográfica no permitía que las personas estuvieran en movimiento, sino más bien, debían tener una actitud fotográfica.

⁷⁶ Navidad: Origen: Colección Biblioteca Nacional de Chile, Fondo General, Código: FC-0722, Año: 1908.

Los niños tampoco se escapan de ese orden, no obstante, destacan en medio de ese entorno oscuro y confuso. Lo cual guarda relación con los pocos efectos que tenían las cámaras de la época, o simplemente la poca iluminación del momento en la alta casona.



Ilustración 35 "Familia Vergara-Errázuriz". Fecha: 1900.

Ahora, las fotografías familiares no sólo se tomaron al interior de cuatro paredes. También hay fotografías que muestran a la familia aristócrata al aire libre y en medio de paseos familiares (muchas veces realizados el día domingo), que todos solemos recordar.

En este caso se trata de la familia Vergara-Errázuriz⁷⁷ en el año 1900. El título de la fotografía, indica que se trata de un paseo al campo, donde se visualiza a los asistentes realizando actividades como comer, andar a caballo, o tomar sol tranquilamente en el pasto. Hombres y mujeres juntos disfrutando y compartiendo, en una velada al aire libre, que probablemente permitirá la interacción necesaria para la creación de nuevas alianzas o conservación de la vida social.

En este caso, pareciera que los aristócratas estuvieran acompañados también de un par de campesinos con poncho y sombrero, mientras que se relajan y utilizan su tiempo de ocio al aire libre y en familia.

⁷⁷ "Paseo al campo, familia Vergara-Errázuriz, da. 1900", Colección: Museo Histórico Nacional, Id MC: MC0018944, Año: 1900.

Los vestidos blancos de las mujeres conservan la visión de uniformidad de la imagen de las mujeres bordando. Todas con el mismo peinado, con casi el mismo vestido.

Y los hombres en ese sentido están en las mismas condiciones, casi uniformados, con sus camisas, vestones y algunos con sombrero, probablemente para cubrirse del sol.



Ilustración 36: “Señora Juanita de Maguer y las niñas Marta y Anita Margar Marchant”. Fecha: 7 noviembre 1920.

Otra fotografía familiar es aquella protagonizada por una madre y sus hijos, (tipo de imagen que se repite en varias ocasiones). Se trata de la “Señora Juanita de Maguer y las niñas Marta y Anita Margar Marchant”⁷⁸, fotografiadas un 7 de noviembre de 1920 en las “turbinas de El Sauce”, provincia de Valparaíso.

Las tres mujeres se encuentran en un auto, aparentemente manejado por un chofer, vestidas con elegantes atuendos según lo que se puede observar.

Hay que tomar en cuenta que andar en auto en ese momento era un lujo, pues no más de 30 años antes había llegado el primer auto a Chile desde Europa, mientras que el primer auto construido en Chile fue en 1902⁷⁹.

La fotografía es parte de los recuerdos guardados de un viaje de la familia Vergara Errázuriz. Llama la atención que a pesar de que no está el papá, (no fue nombrado en la descripción),

⁷⁸ “Señora Juanita de Maguer y las niñas Marta y Anita Margar Marchant”: Colección: Biblioteca Nacional de Chile Id MC: MC0030732, Año: 1900.

⁷⁹ Municipalidad de Graneros. Noticia: “En Graneros fue construido el primer automóvil en Chile”. http://www.municipalidadgraneros.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5 (29-07-2016)

se coloca el apellido de ambos cónyuges, reforzando la importancia de la familia en la época. Es que el papá estando o no debía precidir en la familia.

Acá se observa una matriarca que sale junto a sus hijos, los cuales están bajo su cuidado. Es ella la responsable de su educación y su cuidado.



Ilustración 37: "Retrato de la familia Sills". Fecha: 1913.

Un caso contrario es el "Retrato de la familia Sills"⁸⁰. Es una fotografía donde aparece el papá junto a los hijos, lo cual es bastante particular, tomando en cuenta que de todas las fotografías recogidas para la investigación, una sola presenta esta característica.

Esta imagen tiene como protagonistas a Armando Sills, y sus tres hijos Arturo, Heriberto y Amanda. La fotografía fue tomada en un estudio llamado

South American Photo Studio, dedicado a tomar fotos a la élite. Nuevamente vemos a niños pendientes de la cámara, serios, y en este caso único, sin su mamá.

Es que la familia tradicional sin duda era una de las principales protagonistas de la fotografía aristocrática de ritos y ceremonias. Pues si las actividades no se llevaban a cabo con otros aristócratas, se realizaban en familia. Situación que es contrastada con las fotografías sociales de hoy, donde generalmente no aparecen familias completas, ni se invita en familia. La excepción son los eventos deportivos, donde algunos comparten apellido, o en el evento

⁸⁰ Retrato de la familia Sills, Fondo : Sills, Código de referencia : DIG-037, Fechas :1913.

“Recordando a Abba”, donde se hizo presente la familia de figuras políticas, y el evento de libros para niños, donde los famosos asistieron con sus hijos pues era éste el público objetivo secundario (primeramente estaban los papás).

Es que entonces hay que entender que hoy en día lo que manda en la convocatoria del evento es la marca, y quiénes nos interesan que “vistan nuestra marca”. Las invitaciones no son familiares, a menos de que las circunstancias lo ameriten.

Diferencias entre el hombre y la mujer

Tal como hemos adelantado, independientemente de la época, existen diferencias en la labor del hombre y la mujer en la sociedad.

Originalmente, tal como en la indica Habermas, Antezana y González, la concepción de género que se tenía, se basaba en las distintas labores que se debían cumplir. Las mujeres debían desarrollar actividades en el ámbito privado, y dedicadas al ámbito privado también (como mantener las costumbres y el estatus familiar, enseñar a los hijos, etc). Mientras que los hombres se dedicaban a liderar el espacio público, obteniendo cargos de autoridad, poder político, económico y social. Pero el lugar donde los hombres llevan a cabo estas labores son tanto públicos como privados.

No obstante, el papel del género femenino ha cambiado, pues antes se mantenía en las casas tejiendo o en reuniones con otras mujeres, a diferencia del día de hoy, donde la mujer es protagonista de la mayoría de los eventos sociales. La mayoría de las mujeres sigue exhibiendo su fausto, apareciendo con “look interesante” en la mayoría de las fotografías sociales, pero con un papel mucho más protagónico.

Por otro lado, tal como se observó en las fotos familiares, el papel de la mujer no es sólo de mamá. También es profesional, gerente, líder de organizaciones, filántropas, etc. Según estas revistas, la mujer se ha empoderado de su papel de liderazgo, independiente de las diferencias que aún puedan existir.

Es por eso que la participación de niños se limita. Entregando datos numéricos, en la

actualidad no aparecen niños en las distintas revistas, a menos que el evento que se esté presentando incluya niños en la estrategia de marketing por el producto que se está dando a conocer. Por ejemplo, la Revista Cosas cuando presentó a sus 5 niños por la presentación de un libro de cuentos. Los niños no estaban ahí porque interesa que participen de los distintos eventos, sino porque ese evento en particular requería de su presencia. En ese sentido, la participación de niños y niñas en las fotografías sociales de antaño es mucho mayor. En las 132 imágenes aparecen 171 niños⁸¹. Y es que al parecer los niños eran parte de la sociedad, siempre y cuando fueran de elite. Situación semejante al día de hoy.

La presencia de niños se remite a lugares públicos en su mayoría, tanto en la fotografía social de ayer y la de hoy. Las niñas se veían en las imágenes relacionadas con los lugares privados –de 1850 a 1930-, ya que son las protagonistas de imágenes haciendo la “Primera Comunión”.

Recordemos que la relación niñas- religión, tiene que ver con la pureza que se espera de la mujer de la época. Siguiendo al pie de la letra la moral y las buenas costumbres.

La labor de las niñas y de los niños en las imágenes de ayer y hoy, no dicen relación necesariamente con las comparaciones de género que se realizan con adultos.

Los números acusan al protagonista

El hombre como protagonista de la sociedad, no es precisamente el mensaje que entregan las páginas sociales de hoy, donde el género masculino tiene menos protagonismo en los eventos sociales (en las revistas Caras y Mujer en particular).

En las fotos de antaño se muestra al hombre negociando, teniendo reuniones, cumpliendo su papel de militar o presidente. Y hoy más bien se destaca el hombre por su papel como profesional o cargo político, adquiriendo un rol menos relevante en las páginas sociales.

No obstante, esta situación no se ve reflejada en la Revista Cosas, ya que esta es la única de las tres que conserva al hombre como un protagonista numérico. En el evento de Carmen

⁸¹ El 66,1% de ellos son niñas (113) y el 33,9% son niños (58), (a pesar de que los hombres en las imágenes doblan la cantidad de mujeres). Fenómeno que puede explicarse porque las grandes protagonistas de las imágenes de la primera comunión son las niñas. Ritos y ceremonias de la Aristocracia, inmortalizados en fotografías desde 1850 a 1930, María Cecilia Pérez

Ibáñez -para festejar el tercer aniversario de su programa en Radio Agricultura-, cuentan con sólo 6 mujeres versus los 9 hombres presentes en las imágenes. Las mujeres que aparecen son Cecilia Bolocco y Gabriela Luksic mientras que los hombres destacados son Roberto Belloni, (ex gerente general de Salcobrand y actual vicepresidente ejecutivo de Empresas SB), Marcelo Gálvez (Gerente General de SMU), entre otros.

El “Desfile de Modas en Alto Las Condes” es otro ejemplo de aquello. Acá participaron 9 mujeres (como Agathe Porte, CEO en BBDO CHILE), y 13 hombres (entre los cuales cuenta José Miguel de la Cerda, abogado y gerente legal del Banco BCI), y 4 personas del mundo del espectáculo, específicamente del mundo de la moda. Además de una persona del grupo económico con más dinero en Chile, (Enzo Solari).

Y en el tercer y último evento, nuevamente la situación se mantiene dispareja a favor del hombre. En estas páginas se muestran imágenes del campeonato donde Chile salió vencedor en Argentina, en la disciplina de Polo. Evento en el cual sólo lucen en las fotos 6 mujeres, versus 10 hombres (contando los 4 felices ganadores), y un periodista.

Las revistas Caras y Mujer, como adelantamos, son todo lo contrario, ya que la mayoría de las personas que aparecen son mujeres. Claramente su público objetivo está compuesto mayoritariamente por mujeres, y por ende, logran mayor identificación con sus protagonistas cuando encuentran a un ideal de su mismo género.

En las fotos del evento “Terraza Chic Costanera” de la **Revista Caras**, hay a 11 mujeres, 7 hombres. Cómo no va a ser así, si el evento organizado por la marca Polo Ralph Lauren, se trataba de la inauguración de una nueva colección, y la celebración de la apertura de una tienda en el mall Costanera Center. Tanto un evento de moda, como su relación con un mall, da señales de que el público femenino tendrá el mayor interés. Así mismo, un conjunto de modelos, actores y famosos, estuvieron en el evento y fueron fotografiados por la revista. En total 6 de esos invitados eran personas del mundo del espectáculo.

Ahora, en dicho certamen, los famosos fueron los protagonistas, pues no se sabe ni de políticos, ni de niños, ni de personas del grupo más poderoso económicamente de Chile. Lo

cual nos confirma el aumento de la participación de personas mediáticas en los eventos, y su integración a la élite. Además, salen a relucir algunos modelos y comunicadoras como Javiera Acevedo y Javiera Díaz de Valdés.

También se repiten nombres de la élite no mediática en el evento de la Revista Caras. Desconocidos para la mayoría de la población, pero conocidos para la élite. Un ejemplo de esto, es José Miguel de la Cerda, quien es parte de muchos otros eventos más, y por ende, figura en muchas fotografías sociales.

El segundo evento de la revista Caras, y se llama “Mujeres en La Unión”. Se trataba de una actividad que buscaba que mujeres de influencia se conocieran y sociabilizaran... “Estaban todas, las que organizan conciertos y muestras de arte, del mundo de la filantropía y la empresa. También de la moda, la televisión y el buen gusto. Son las que en cada pauta aparecen por su aporte constante a la sociedad.”

Situación que suena un poco más a networking, concepto que se refiere a las instancias de conversación entre personas de relevancia, con el fin de sacar nuevos contactos, emplazar oportunidades de negocio, préstamos o donaciones. Es que no se puede dejar de reconocer la presencia del mercado, aunque el discurso emitido por la revista obedezca a un fin social y desinteresado.

Lo cual se condice con que en este evento, justamente hay un desfile de personas del círculo económico más rico de Chile⁸², como María Teresa Solari, Pichita Piñera y Gabriela Luksic. “Un lugar que antes era para hombres”, continúa diciendo en el enunciado de la Revista Caras, pero que hoy está repleto de mujeres importantes que se muestran erguidas y conversando tranquilamente mientras se ve el violín de la segunda foto del álbum.

⁸²Familias más adineradas de Chile según Forbes. 58. Iris Fontbona: 15.500 millones de dólares. 319. Horst Paulmann: 4.700 millones de dólares.

663. María Luisa Solari Falabella: 2.600 millones de dólares.

687. Bernardo Matte, Eliodoro Matte y Patricia Matte: 2.500 millones de dólares.

731. Sebastián Piñera: 2.400 millones de dólares.

764. Julio Ponce Lerou: 2.300 millones de dólares.

931. Álvaro Saieh Bendeck: 1.900 millones de dólares.

1092 Roberto Angelini Rossi: 1.600 millones de dólares.

1210 Luis Enrique Yarur Rey: 1.400 millones de dólares.

1270 Patricia Angelini Rossi: 1.350 millones de dólares.

<http://www.theclinic.cl/2014/03/03/estas-son-las-diez-familias-chilenas-multimillonarias-de-forbes/>

En este certamen, tampoco faltan las modelos como (Carolina de Moras), y las periodistas (como Soledad Onetto), que hoy están trabajando en los medios de comunicación o pertenecen a la élite mediática.

Son 19 fotos donde aparecen 61 mujeres versus un hombre, donde no existen ni los niños, ni los políticos, pero sí los grupos económicos con más fortuna.

El tercer evento llamado: “El árbol de la vida”, cuenta con un público joven por el hecho de estar inmerso en el conjunto de conciertos Lollapalooza. Caras conocidas, actores jóvenes, el mundo del espectáculo participaron de este tercer evento inmortalizado por la revista Caras. Un público mucho más joven, que con cervezas en la mano saluda alegremente a la cámara. Jóvenes que si bien son desconocidos para la mayoría de la gente, al ser “googleados”, aparecen en varios otros eventos en los que han participado, es decir, son del núcleo limitado de personas que aparecen en las páginas sociales y salen bien en la foto.

Son 13 fotos, donde aparecen 20 mujeres, 7 hombres y ningún político, ningún niño, ni ningún apellido de los más ricos de Chile. Pero sí algunos apellidos que coinciden con los apellidos de la clase política, de extranjeros o con más “erres” y “aches” que lo normal.

Por otro lado, la **Revista Mujer**, tiene como protagonista a la élite mediática, -por la cantidad de famosos que participan en las fotografías-.

En el evento del día de la Mujer, celebrado en el Hotel Intercontinental de Santiago, la primera foto tiene de protagonista a la actriz Nicole Moreno, más conocida como “Luli”, acompañada de Karolina Lama y el chef Felipe Farías. De 8 personas que aparecen en total, 4 personas son famosos o periodistas, (en este caso, la conductora de noticias Macarena Pizarro).

En total en el evento aparecen 7 mujeres y un sólo hombre. Y comienza a vislumbrarse la diferencia que existe entre hombres y mujeres, pues en esta revista la cantidad de mujeres

comienza a ser muy superior a la de hombres que aparecen. Ni niños, ni políticos, ni personas del sector económico más adinerado aparecen en este evento.

El lanzamiento del perfume Black Opium de Yves Saint Laurent, realizado en el restaurante Oporto, fue el siguiente evento observado. Un total de 7 mujeres, dos hombres, 5 personas del mundo del espectáculo, y dos periodistas fue el conteo final de las fotos. No participaron ni políticos, ni niños, ni personas del grupo económico más importante del país. Sin embargo, pocas de las mujeres fotografiadas, aparecen en otros eventos al ser buscadas en internet.

Finalmente, “la marca inglesa Miss Selfridge realizó una venta privada en su tienda del mall Casacostanera junto a la red social de moda Cranberry Chic para lanzar su nueva línea, The Collection”. Aparecen en las fotos 8 mujeres, una de las cuáles es periodista. En este evento, las fotografías no revelan la participación de ningún hombre, ni famosos, ni políticos. Es decir, la gente que aparece se acerca más a la gente común y corriente.

En total, la revista Mujer es la que tiene un mayor índice de mujeres respecto a hombres (4 veces más, 92/15). Y suma una mayor cantidad de personas del espectáculo. Esta revista, es por ello, la que más considera los espacios públicos como femeninos, y la que permite más visibilización de la mujer en la fotografía. Mientras que por el bando contrario, la Revista Cosas es la que cuenta con más hombres presentes en los eventos y en el espacio público. No obstante, aun así, hay más mujeres que hombres a nivel general (casi 3 veces más, 134/50).

Es por eso que podemos decir que **existe una mayoría de mujeres** en las fotografías que figuran en los eventos de la élite actual. Una élite que **está compuesta por jóvenes con estudios y éxito en el ámbito profesional**, personas del mundo del espectáculo, modelos, actores, o que trabajan en medios, periodistas, y entre ellos figuran también las familias de mayores ingresos en Chile.

Ahora, se puede establecer una comparación muy certera respecto a lo que refleja la fotografía en ambos casos. Respecto a la imagen de antaño, el papel de la mujer es tremendamente fundamental en la fotografía: dirigiendo a la familia, siendo una hermosa

novia, acompañando a los esposos en los eventos, o luciendo lindas con suntuosos vestidos. Lo cual se contrasta con la mujer moderna, emancipada e independiente, -también amante de la moda y necesariamente linda y delgada-, que aparece en las revistas hoy.

El hombre por su parte, hace 100 años se muestra en las fotografías como el amo del espacio público, invisibilizando el lado paternal, y resaltando su papel de negociador, de político, y de regidor del orden social. También con una prominente presencia en el espacio privado. Mientras que hoy en día, el dueño de empresas, actor o modelo, si tiene suerte, sale en algunas revistas. Especialmente en aquellas que se fijan menos en la moda y más en la presencia de personas importantes, -como la revista Cosas-.

Tal como dice Beariz González, académica, quien estaba a cargo del Estado Nación, quien mantiene el orden social es el dueño de la máquina disciplinadora. Por lo mismo, es el Estado quien se dedica a formar opinión social y moldear las mentes de las personas. En ese sentido, cabe rescatar que candidatos, políticos, y sus familias participan de eventos sociales, situación que se asemeja a lo que ocurría en las fiestas sociales donde las mujeres eran las protagonistas. Este tipo de eventos se conserva muy parecido en la actualidad, donde las mujeres en el club de La Unión, se puede asemejar a la reunión realizada por las mujeres de blanco que toman el té en el jardín. Si bien estas últimas no tienen grandes empresas ni fundaciones en sus manos, sino más bien un bajo perfil, sí generan redes sociales por medio de estos eventos, como lo indica la misma Revista Cosas.

Ahora, continuando con las diferencias entre ayer y hoy, podemos decir que antes la familia era más protagonista. En este caso, la Revista Cosas es la única que trabaja con imágenes de mamás e hijos, pero no son familias completas disfrutando del evento. Tal como adelantamos, generalmente las mamás son las protagonistas, o los papás, pero en la normalidad, no existe la preocupación de que la familia salga completa, y que asista unida a este tipo de eventos.

Por otro lado, los eventos antiguamente se realizaban en salones, y las mujeres participaban en eventos en sus mismos hogares. En cambio hoy los eventos son realizados en sitios privados, donde no cualquiera puede acceder, con el fin de dar exclusividad a los certámenes. Incluso algunos lugares no han pasado de moda y continúan con su tradición y relevancia, como por ejemplo Club Hípico.

Y repasando una tercera diferencia, se entiende que la mayoría de los eventos hoy en día tienen un carácter laico, es decir, se ubican en lugares importantes y lindos del país, no como antiguamente, donde los eventos religiosos (y específicamente católicos), tenían un tercio de las fotografías totales.

¿Será que la aristocracia se ha divorciado de la religión? ¿Será que la élite ya no necesita mostrarse en su papel católico?

Esta diferencia puede tener que ver con que la fotografía social, tal como lo hemos mencionado anteriormente, obedece en gran parte al marketing. Ya sea encubierto –como en las fotografías de “Mujeres en el Club de La Unión”, o absolutamente directo –como en Lolapalooza y el árbol de cerveza-. De cualquier manera se vende una imagen, tanto de “mujeres que quieren aportar a la sociedad”, como de “cerveza tomada por ricos y famosos”.

Es que entonces los paradigmas han cambiado en la sociedad. Para ser alguien moralmente respetable se debían seguir los estatutos que te entregaba la iglesia, y cumplir con todos los sacramentos.

Si revisamos ciertas ideas retrógradas -como que el hombre podía tener más mujeres-, entendemos que la inclusión de la religión no va de la mano de normas morales más estrictas, o formas de actuar más justas, sino que se relaciona con mezclar la vida diaria con la religión y visibilizar una actitud devota delante de los demás. Esto quiere decir, acercarse a la iglesia porque es ahí donde estarán el resto de la élite, y mantenerse activos en la iglesia, porque eso es lo que hace una familia decente.

Ahora, claramente los paradigmas que se mantienen vigentes, son los que tienen relación con la necesidad de la belleza en las mujeres, y la introducción en la cultura colectiva del canon de belleza occidental⁸³. Narices de barbie, y mujeres con cuerpos que no necesariamente tienen un peso saludable son los paradigmas de hoy en día. Mientras que hace 10 años la belleza y la elegancia tenía que ver con cuan ostentosa era la ropa, cuan bellos los vestidos, y que tan finos son los modales.

⁸³ Por Elsie Mc Phail Fanger “Cuerpo y Cultura” Revista “Razón y Palabra”, Edición 25.

Respecto a los deportes, también se puede establecer una relación, pero en este caso más bien simétrica. Existe fotografía social de élite haciendo deporte, siempre conservando el status con los más caros y exclusivos deportes del país.

Podemos decir también que en el Chile de antaño, el político tenía más carácter de celebridad. El Presidente aparecía en fotografías emblemáticas, llevando a cabo acciones con y para la gente. En cambio en la mayoría de las revistas, -exceptuando en la revista Cosas-, no tiene tanta presencia política. Lejos de eso, sí aparcan profesionales jóvenes y empresarios exitosos, personas del mundo del espectáculo, -como la ex Miss Universo y animadora Cecilia Bolocco-, y otras personas del grupo económico⁸⁴ más grande de Chile, (Luksic).

Cuando nos preguntamos si estos mismos políticos y adinerados tienen una doble intención al sacarse fotos, buscamos en el sujeto un deseo de ser reconocido en base a la imagen. Teóricos de la imagen como Barthes, explican que la persona se constituye al ser fotografiado. Se vuelve algo parecido a lo que quiere ser y cómo quiere que lo vean⁸⁵. Teoría en la que claramente se identifica una intencionalidad detrás de una simple sesión fotográfica.

No obstante, esta intención no se puede comprobar ni en las fotos de élite actual, ni en la de antaño. Si bien, Miguel Ángel Larrea fue claro en explicar que “todos quieren salir en las fotos”, y si no salen “se ponen al lado de alguien que vaya a ser fotografiado”, Renato del Valle, en cambio, asegura que “esta élite no necesariamente busca sacarse fotos, es uno el que les saca las fotos a ellos”.

Esta situación nos permite acercarnos a la discusión de si la aristocracia busca o no usar la fotografía para visibilizar su peso social frente al resto de la sociedad.

En ese sentido, cabe rescatar que hace cien años, la fotografía no le servía para visibilizar socialmente que eran parte de la elite, porque la gente que no era del círculo social, no tenía acceso a esta fotografía, sino hasta el fin del período de estudio (1930), cuando recién había sido creado el periódico⁸⁶.

⁸⁵ “Entonces cuando me siento observado por el objeto, todo cambia: me constituyo en el acto de posar, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen...” “...el verse a sí mismo es más bien restringido y nuevo en la escala histórica. Destinado a hacer alarde de la posición social”. La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía. Roland Barthes. Barcelona: Paidós, Colección Comunicación. Página 47.

⁸⁶ “...no obstante, sólo se es urbano cuando se ingresa a la imagen, donde radica la fuerza del discurso visual. Con la industrialización de la fotografía, éstas “dejaron de ser imágenes de exhibición para: formar parte del decorado general del

Es por eso que podemos decir que la fotografía de hoy tiene una semejanza, ya que las revistas que protagonizan este reportaje, (*Mujer, Cosas y Caras*), no son compradas por todas las clases sociales, sino más bien por la clase media alta, que pueden acceder a pagar por ellas.

Por lo mismo, podemos decir que la fotografía de élite de ayer y hoy, sirven para confirmar el status social dentro de mismo círculo social. En el caso de la fotografía actual, sí existe un público más amplio donde alcanza a haber una relación con una clase asperiacional, que mira las páginas sociales para ser como ellos. Pero por lo general, por la fotografía de élite no existe una llegada a la clase baja ni a toda la población de manera paralela.

Claramente las diferencias entre la fotografía de élite de ayer y hoy, da cuenta de cómo evoluciona una misma sociedad a lo largo de la historia nacional, y en este caso, como evoluciona la fotografía de la élite.

Aún quedan dudas respecto a la importancia de la fotografía en ambas épocas, o sobre los usos de cada una de ellas. Temas que se pueden abarcar en un siguiente reportaje, con nuevos baúles llenos de fotografías: nuestras verdaderas máquinas del tiempo.

ambiente, hitos y confirmaciones de esa aproximación reduccionista a la realidad que se considera realismo” (Ossa & Antezana, 2013, p. 314), poniéndose al servicio del control ejercido por la familia y la policía.

De la misma manera en que lo enuncia Antezana (2014)...”

Ritos y ceremonias de la Aristocracia, inmortalizados en fotografías desde 1850 a 1930, María Cecilia Pérez, página 45.

Bibliografía

- Andermann, J. “Pintura y nacionalidad, fotografía y nación”. Revista Nueva Sociedad N° 170, 5. 2000, página. 5.
- Antezana, L. (2014). Territorio y Estado : El papel de la fotografía en Chile (1843 – 1930). Santiago.
- Barthes, Roland. La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía. Barcelona: Paidós, Colección Comunicación. Página 47.
- Barros&Vergara. (1978). El modo de ser aristocrático: El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. En L. B. Vergara. Santiago: Ediciones Aconcagua, Colección Lautaro, pág. 50.
- Biblioteca Nacional de Chile de la Memoria Chilena del Patrimonio Fotográfico del Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico. Colección: Museo Histórico Nacional, Id MC: MC0018944, Año: 1900. “Señora Juanita de Maguer y las niñas Marta y Anita Margar Marchant”: Colección: Biblioteca Nacional de Chile. Fondo: Sills, General, Elna von Harpe.
- Bourdieu, P. (1988). “La distinción. Criterio y bases sociales del gusto.”. Madrid: Taurus.
- Centro Nacional del Patrimonio fotográfico, CENFOTO. (Junio, 2016)
- Del Valle, Renato. Fotógrafo de revistas de élite. Entrevistado. <http://www.renatodelvalle.com/>
- El Mercurio. Cadena de diarios y periódicos nacionales con más relevancia en tiraje en Chile. <http://www.elmercuriomediacenter.cl/wp-content/uploads/ESTUDIO-DE-LECTOR%C3%8DA-a-enero-2015.pdf> Estudio de lectoría Nacional IPSUS EGM. Período de enero a junio del 2015. <http://www.elmercuriomediacenter.cl/estudio-lectoría-diarios-revistas-junio-2015/>
- Espinoza, Vicente. “Redes de poder y sociabilidad en la élite política chilena”. “Los parlamentarios 1990-2005”. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 9, N° 26, 2010, p. 251-286.
- Freund, G. La fotografía como documento social. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.Freund, 1993, p. 8

- González, B. (1999). "Cuerpos de la Nación: Cartografías Disciplinarias".
- Guioteca, sección Economía. "Nuevo mapa económico de Chile", en qué grupo te ubicas. Conoce sus características." <https://www.guioteca.com/economia-domestica/nuevo-mapa-socioeconomico-de-chile-en-que-grupo-te-ubicas-conoce-sus-caracteristicas/>
- Iglesia Católica. Descripción "Glosario" y "Eucaristía".
<http://www.iglesia.cl/glosario.php#C> "Comunión"
<http://www.iglesia.cl/glosario.php#E> "Eucaristía"
- Iglesia de Antofagasta. Sitio web <http://www.iglesiadeantofagasta.cl/> (30-07-2016)
- Instituto Nacional de Estadísticas. 2015. <http://www.ine.cl/>
- The Clinic. Familias más adineradas de Chile según Forbes.
<http://www.theclinic.cl/2014/03/03/estas-son-las-diez-familias-chilenas-multimillonarias-de-forbes/>
- Larrea, Miguel Ángel. Académico y experto entrevistado. Fotógrafo, periodista. Fue jurado de Fondart (1997 y 2004) y de WorldPressPhoto. Parte del directorio del Festival de Fotografía Internacional en Valparaíso (FIFV).
<http://www.icei.uchile.cl/instituto/estructura/46655/miguel-angel-larrea-peroldo>
- López Lara, Á. (s.f.). Los rituales y la construcción simbólica de la política. Una revisión de enfoques.
- Luckmann&Berger. (1986). La construcción social de la realidad. En P. L. Berger. Buenos Aires: Amorrortu., p. 54.
- Mc Phail, Elsie. "Cuerpo y Cultura" Revista "Razón y Palabra", Edición 25.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/emcphail.html#18>
- Memoria Chilena, Biblioteca Nacional Digital (BND). Auge y ocaso de la oligarquía chilena : La República Parlamentaria (1891-1925)"
<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3537.html> (17-08-2016)
<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3516.html>
Memoria Chilena, "Los orígenes de la fotografía en Chile".
<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3569.html>
(27-10-2016)

- Municipalidad de Graneros. Noticia: “En Graneros fue construido el primer automóvil en Chile”. http://www.municipalidadgraneros.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5 (29-07-2016)
- Ortega, L. (1981). “Acerca de los orígenes de la Industrialización chilena, 1860-1879”, en Nueva Historia.
- Ossa, C., & Antezana, L. (2013). Fantomas urbanos: cuerpos vigilados - calles retratadas. AISTHESIS, 332.
- Osses, J. P. (23 de 03 de 2014). “Entre la Tradición Colonial y el siglo de la Modernidad: proceso de modernización en Chile y sus efectos sociales” (1778-1900).
- Pérez, María Cecilia. “Ritos y ceremonias de la Aristocracia, inmortalizados en fotografías desde 1850 a 1930”, María Cecilia Pérez. Investigación teórica en el marco la implementación del proyecto número: 1130654, “El ojo mecánico. Tecnologías visuales y estéticas políticas en Chile (1850 – 1930)”, adjudicado en el Concurso Regular Nacional de proyectos FONDECYT 2013 por los profesores Carlos Ossa Swears (Investigador Responsable) y Lorena Antezana Barrios (co-investigadora) del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.
- Rivera Letelier, Hernán. “Historia de amor con hombre bailando”, Página 20.
- Rodríguez Villegas, H. Historia de la fotografía. Fotógrafos en Chile durante el siglo XIX. Centro Nacional del Patrimonio Fotográfico / Editora Ograma. 2001.
- Salazar, G. (2000). Labradores, peones y proletarios. Santiago: LOM Ediciones. Página 46.
- Sánchez Albarracín, Maite. “Universidad de Murcia”. Batalla de las flores en Murcia.
- Valor-Dólar <http://www.valor-dolar.cl/>
- Vicuña, M. (2010). La belle époque chilena. Alta sociedad y mujeres de élite Santiago: Catalonia. (1996).
- Vicuña, M. (1996). El País Americano, página. 44, 207.