

2-5 VIDA DE HOY

>DISCAPACIDAD. El 10 de octubre se celebrará el Día Blanco, en homenaje a la población discapacitada.

Conflictos y religión

El 6 de octubre, la **Universidad del Rosario** dará inicio a un seminario sobre temas como fe y política.

Informes en los teléfonos: (1) 334 74 84 y 341 26 94.

DISPARAN SU CÁMARA UNAS 200 VECES ÁL DÍA

CAZADORES de tendencias

Estos jóvenes no solo siguen el rastro de las pintas chéveres. Captan desde la moda en lápidas de tumbas hasta en peluquerías.

PILAR BOLÍVAR CARREÑO

REDACTORA DE EL TIEMPO

La lluvia no impidió que Carlos Salamanca, un estudiante de último semestre de diseño industrial, fuera al Cementerio de Chapinero, en el oriente de Bogotá. Y no iba a visitar los restos de algún familiar. Fue, con cámara en mano, a cazar tendencias.

Mientras tanto, Carolina Russi, luego de sus clases de artes, buscaba en La Candelaria (centro) bares, restaurantes y sitios cotidianos con detalles fuera de lo común. Muy cerca, Melissa Parra y Nataly Castañeda, estudiantes de diseño de modas, salieron a probar cuán afinado tienen el ojo para elegir pintas, colores, siluetas, materiales y accesorios novedosos.

Todos ellos son cazadores. Se mimetizan en medio de las personas y sitios que tienen algo diferente en la selva de concreto: esas son sus presas.

“Caminaba por La Candelaria y encontré un maniquí en la ventana; me llamó la atención y, cuando entré, me llevé una sorpresa —cuenta Carolina—. No entendía si era un bar o una peluquería. La dueña me dijo que era un lugar para exposiciones, para nuevos artistas, en donde también cortan pelo. Le tomé fotos, porque es un concepto fuera de lo común”.

Mejor que no posen

No llevan rifle, pero sí apuntan y dan en el blanco. Sus cámaras digitales son sus armas y las disparan unas 200 veces al día; no piden permiso para fotografiar. En la mayoría de los casos, sus víctimas no se dan cuenta del ataque.

“He tomado fotos sin mirar el foco; si pido permiso, corro dos riesgos: que las personas posen en exceso o que se nieguen, porque creen que aparecerán en Internet como los peores vestidos o algo así. Es más fácil pedir perdón, que pedir permiso”, asegura Oscar León, otro cazador.

Incluso, obturan sus cámaras sin detenerse, pues para ellos, las buenas fotos no son las que tienen personas en las mejores poses ni las de los sitios más exclusivos.

Son las que muestran la realidad de la ciudad sin maquillaje. Se bajan de los buses sin importar retrasarse o tener que tomar otro.

Ha tomado 20.000 fotos

Pero no todos corren con suerte. “Una vez quise tomarle una foto a un punkero, pues su atuendo era llamativo. Le dije a una amiga que se sentara junto a él para hacerle creer que la foto era de ella. Él se dio cuenta y me obligó a borrarla”, cuenta Nataly.

En julio del año pasado, An-



Lo que distingue a un 'cool hunter'

La curiosidad por el mundo es su cualidad más importante.

No supera los 25 años y no tiene los prejuicios de los adultos.

Vive en la ciudad que observa.

Anda con los ojos bien abiertos; es creativo, sensible y atrevido.

Tiene gran capacidad

fotográfica y sabe hablar con la gente.

Estudia o siente afinidad hacia la moda, el diseño, la fotografía o la arquitectura.

Cuando crece, puede convertirse en 'cult searcher' (investigador profesional, con la experiencia previa del cazador de tendencias).

“El mito del 'coolhunter' es que es quien detecta tendencias se viste a la moda y tiene un estilo diferente. Luego, él las impone. Es una percepción errada”.

Francesco Morace, director de Future Concept Lab.

pia compañía de *coolhunting*: Fashion Consulting Group.

No son videntes

“Salgo a la calle y tomo fotos de personas que se visten diferente (*street vision*). Además, reviso en Internet las pasarelas internacionales. Reviso elementos de la moda, imágenes, siluetas, materiales, colores, ocasiones de uso, tipo de cliente, procesos, apliques y muestro la tendencia en unas 15 diapositivas”, dice.

Como él, son numerosos los *coolhunters* que, a nivel mundial, ofrecen su trabajo de investigación por Internet. Pero, a pesar de que son antenas sensibles al cambio todo el tiempo, no son videntes.

“El mecanismo del mercado es más complejo”, dice Francesco Morace, director de Future Concept Lab, instituto italiano dedicado a la investigación de tendencias.

En todo caso, brindan información de primera mano que, como explica Guillermo Cortés, microempresario del sector de alimentos, “cuenta las necesidades de la gente en la calle y en los diversos sectores de la ciudad, los precios que están dispuestos a pagar y qué esperan de nuestros productos”.

Y todo eso se hace con una cámara digital, una libreta y un esfero, el arsenal más básico y práctico para salir de cacería a la calle.

UN MUNDO DE CAZADORES

La cacería de tendencias o 'coolhunting' es un método investigativo que surgió en 1992 en el instituto de investigación en tendencias Future Concept Lab, de Milán (Italia).

Ese es el instituto de mayor reconocimiento en la lectura de tendencias a nivel global y hoy cuenta con 50 cazadores de tendencias en 40 ciudades de 25 países del mundo, como Nueva York, Milán, Barcelona y Tokio. Mientras estas capitales cuentan con uno o dos 'coolhunters', Bogotá tiene 20, que integran el equipo del Observatorio de Tendencias de Bogotá de la Cámara de Comercio en alianza con Future Concept Lab.



Lo más importante no es la composición de la foto sino el objeto.

dres Ramírez dijo a sus 70 clientes del sector de la moda nacional que los Juegos Olímpicos influenciarían la moda. Que se usarían los pantalones de colores ácidos o de neón, bordados en hilos de lúrex plateados y dorados como referencia a las medallas.

“Me decían: ¿quién se va a poner un jean amarillo o ver-

de?, pero el mercado terminó dándole la razón, porque hoy vemos que ese es el 'machete', es decir, lo que pega y está de moda”, cuenta este cazador de tendencias que lleva tres de sus 29 años en este negocio y ya tiene un archivo de unas 20.000 fotos.

Andrés es administrador de empresas y dirige su pro-



En Bogotá, estudiantes universitarios y jóvenes empresarios se pasan el día calle arriba y calle abajo buscando detalles que puedan llegar a convertirse en una nueva moda.

Fotos: Santiago Tejada Correa



¿Se dice foco?
¿O se dice bombillo?

iRelee!

No importa cómo lo digas, escríbelo bien.

DILO EN WWW.CONCURSODEORTOGRAFIA.COM

Ingresar ya a nuestra página web para que practiques y opines. Participa también en Relee (Red de Lectura y Escritura). ¡Aporta tus palabras o expresiones regionales en el mapa de palabras!

XIII Concurso de Ortografía.

Con el apoyo de

Grupo Planeta

LAROUSSE

Fundación Telefónica