

## DIVERSAS ALTERNATIVAS FOTOGRAFICAS

En el transcurso de los años que llevo ejerciendo como profesional de la fotografía, he asistido a todo tipo de cambios en las preferencias de los clientes. Estos cambios obedecían, y obedecen, a factores muy dispares. Influencia de la publicidad, modas más o menos pasajeras, innovaciones técnicas, búsqueda de nuevas formas de expresión, distintos hábitos sociales, etc.

Es evidente que todo ello afecta, en mayor o menor medida, a cualquier negocio, e incluso significa un acicate que despierta nuestra capacidad creativa ante las nuevas demandas del público. ¿Pero, qué sucede cuando la nueva situación implica la desaparición de un determinado tipo de foto, o la de un determinado tipo de cliente?

Esto es algo que a los fotógrafos españoles nos viene ocurriendo de unos años a esta parte. Basten unos ejemplos.

Algo tan habitual como la foto de la novia en la cartera de un muchacho ha desaparecido casi por completo. El descenso en el número de nacimientos se hace notar en los reportajes que realizamos de bautizo y comuniones de un modo alarmante. Esto nos lleva directamente al tema de las ceremonias religiosas. Las parejas que contraen matrimonio civil son cada año más. Además estos futuros padres no tienen, en muchos casos, intención de bautizar a sus hijos.

¿Cómo afrontar el problema? No

quiero tratar aquí el tema de la publicidad corporativa; una de las soluciones evidentes; sino del modo en que, gracias al trato directo con el cliente, podemos conseguir ampliar su interés hacia otros "tipos" de foto; además de la que tenía en mente.

Yo aprovecho la ocasión de la primera visita para proponer a los padres iniciar un álbum en el que el protagonista sea el niño. Este álbum se irá completando a lo largo de los años, en el que podemos ver los distintos cambios en la fisonomía del niño. ¿Qué hemos conseguido? En primer lugar, evidentemente, un mayor número de sesiones fotográficas. Pero además hemos creado un hábito en el cliente. Acudir al estudio pasa a ser un hecho corriente, ya no es esa visita engorrosa que se hace en las ocasiones solemnes.

Pero cuando el niño deja de serlo y se convierte en adolescente, mira sus fotos infantiles con desconfianza y desdén. Algunas de esas fotos son, según él, el arma que su madre utiliza para ridiculizarle ante sus familiares y amigos. Pero no todos los cambios sociales van a ser negativos. Aquí se nos presenta una situación favorable si sabemos aprovecharla. En los últimos años se ha vuelto a valorar, cada vez más, una institución social que había atravesado un periodo de crisis: La familia. Esto se traduce en el creciente número de fotografías de grupos familiares que realizamos.

Ahí los tenemos a todos. Los abuelos

orgullosos, los padres complacientes y los jóvenes... Los jóvenes suelen mostrarse nerviosos, con prisa por acabar con la sesión. Es el momento de captar su atención, de sugerirles la posibilidad de una fotografía en solitario, más moderna y agresiva. A partir de ahí todo depende de nuestro buen hacer.

Esta misma técnica podemos aplicarla con las jóvenes mamás (y no tan jóvenes) cuando nos visitan para fotografiar a sus niños. Están en una edad muy adecuada para mostrar a través de una fotografía su elegancia y personalidad. Mis comentarios al respecto suelen convertirse casi siempre, en una nueva cliente.

En cuanto a los caballeros, las prefieren rubias. Pero hoy por hoy son las damas las que "prefieren", y la mayoría los prefieren un poco "coquetos". La imagen del hombre desaliñado ha dado paso a otra. El varón ya no siente peligrar su masculinidad por el hecho de utilizar cosméticos o perder una mañana "de tiendas" en busca de esa corbata que combine con el resto de su indumentaria. ¿Por qué no halagarlo con un retrato? Seguro está más dispuesto a dejarse aconsejar de lo que pensamos.

Por último me gustaría hablar de la gente mayor. Comercialmente es uno de los temas más interesantes para nuestro negocio. Los hijos tienen interés en tener una buena foto de sus padres. También aquí se nos presenta



una buena oportunidad con ocasión de la foto familiar.

Podríamos agrupar a los clientes en función de otros factores y veríamos como nuestro trato con ellos siempre nos permite ampliar las expectativas del negocio. Pero no pretendo ofrecer aquí un manual exhaustivo, cada situación concreta es diferente. Espero, que con lo apuntado, podreis captar la idea.

Sólo quiero insistir en una cosa. No es conveniente que estemos expuestos a las idas y venidas de las modas y efímeros caprichos. Hemos de intentar anticiparnos a esas corrientes, ¿Cómo? A base de nuestro trabajo diario, intentando no estancarnos, y sin caer en la soberbia del que cree que ya no se puede aprender nada más.

Y creo que esto es lo más importante: Seriedad, imaginación, mucha imaginación y aprendizaje continuo. ♦

**Fotografía:**  
© Mary Quintero



S.M.F.P.A.C.

# Nuestra imagen

ORGANO DE COMUNICACION DE LA SOCIEDAD MEXICANA DE FOTOGRAFOS PROFESIONALES A.C.

AÑO III No. 28 OCTUBRE, 1994

