

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**

TRABAJO GRUPAL

**Título: EXPERIENCIA ESTÉTICA EN ESTUDIOS
FOTOGRAFICOS: PITUSIRAY Y EL ÁLBUM DEL
ABUELO**

**Nombres y códigos: Judith Laurel Casasola 20063919
Vania Mendiola Ulloa 20110682
Isabel Jave Luján 20111737
Loayza Evangelista 20112235**

**Tipo de evaluación: Trabajo final
Curso: Estética y comunicación
Horario: 0301
Profesor: Víctor Casallo Mesías**

SEMESTRE 2015-0

Trabajo final

Introducción

La mayoría de personas busca de diversas formas hacer perdurar ciertos momentos como reuniones familiares, graduaciones, actuaciones de colegio, etc. Una manera de registrar estas ocasiones especiales es a través de fotografías. Ya sean tomadas por alguien profesional o no, se busca que las fotos no sólo registren un momento, sino que sean también agradables a la vista. Pese a que este trabajo se tenía que enfocar en fotos familiares de manera exclusiva, se terminó abarcando otros tipos como fotografías infantiles, individuales, de parejas, etc. debido a la dificultad en el acceso de información por parte de las casas fotográficas.

En los últimos años, los estudios fotográficos ofrecen entre sus productos sesiones fotográficas de diversos tipos. Se venden sesiones para mujeres embarazadas, para quinceañeras, para parejas, o de cumpleaños. Gran parte de la oferta de estos estudios son distintas de acuerdo al lugar manera en que se busca la belleza en una fotografía. Para ello, se analizarán ciertos elementos como el aspecto del local y técnicas fotográficas. Además de este análisis recurriremos a entrevistar tanto a los agentes de la empresa como a los clientes.

1. Descripción de Estudios fotográficos

Pitusiray

El centro fotográfico Pitusiray se encuentra ubicado en Jr. Cuzco 463 en el distrito de Cercado de Lima, en una zona comercial enfocada en productos tecnológicos, electrodomésticos, etc. La avenida principal más cercana al lugar es la Av. Abancay. Desde su inauguración en el 2001 se dedicó a la producción de fotografías individuales y familiares junto a la venta de artículos diversos como estuches de celulares y usbs. En relación a las fotografías que se realizan en Pitusiray, las temáticas principales que existen son las de promociones escolares, maternidad, cumpleaños de niños y quinceaños.



FOTO 1

Visto desde el exterior, Pitusiray posee una fachada sencilla en la que predomina una puerta abierta de par en par para recibir al público. Una tienda de electrodomésticos de cocina y una de televisores se encuentran a cada lado del centro. En el interior, lo que más resalta del centro son una gran cantidad de fotos tamaño poster con colores llamativos pegadas en las paredes. Se observa también la presencia de mostradores adornados con numerosos logotipos de la marca de equipos fotográficos de Kodak. Un piso de mayólica, un fluorescente y una puerta pequeña para ingresar al interior del local son otras características destacables al ingresar.



FOTO 2

El Álbum del abuelo

El segundo centro fotográfico elegido se trata de “El Álbum del Abuelo” quien tiene dos sedes principales. La primera en C.C. Lima Plaza Norte en Independencia y la segunda en Av. La Paz en 135 Miraflores. El local elegido fue el de Miraflores. Este estudio fotográfico se especializa en fotografías ambientadas en la época de 1900. Se desarrollan tres temáticas principales que son los retratos al estilo antiguo, la experiencia del lejano Oeste y los Cabaret, Moulin Rouge. El estudio se caracteriza por el uso de diversos artículos y objetos como son los vestuarios, sombreros, muebles, teléfonos, cuadros y cortinas que llevan al usuario de los servicios a una especie de viaje en el tiempo.



FOTO 3

Se encuentra ubicado entre una peluquería y una obra de construcción. En el cruce de la Av. La Paz con la Av. Ricardo Palma. La fachada es de color amarillo, El marco de la puerta es de madera tallada pero las puertas eran de vidrio corredizas. El local tiene tres ambientes separados: la recepción y dos cuartos para las sesiones fotográficas. Al momento de ingresar, en la recepción, se encuentra una ambientación temática con los estilos fotográficos que ofrece. El piso es alfombrado, la iluminación del local se da por una lámpara de techo con seis brazos. Usa cortinas rojas con decorados en dorado para separar los ambientes del local. Las fotos que se pueden apreciar como muestra de su trabajo se encuentran colgadas

en la recepción en cuadros con marcos detallados y en álbumes forrados en tela. La mesa de recepción tiene un mueble de madera tallada color caoba.

Los otros dos se encuentran de manera contigua a la recepción y entre sí separados por la cortina roja. El uso del espacio de cada ambientación se da por sectores. Dentro de un cuarto se encuentra alrededor de tres ambientaciones (la época de 1900s, cowboy y una ambientación para fotografías infantiles). La temática de cabaret usa los espacios de los Cowboy. Cada lugar se encuentra en una pared del cuarto. Además, cuenta con un pequeño vestuario donde el fotografiado puede cambiarse de acuerdo a la vestimenta de su elección proporcionadas por la casa fotográfica.



FOTO 4



FOTO 5



FOTO 6



FOTO 7

A pesar de la insistencia para lograr una entrevista, no se ha podido tener acceso personalizado a la información entre la empresa y el grupo de trabajo. Debido a esto se entrevistó a dos personas que habían contratado los servicios del estudio fotográfico. Además, para poder contar con acceso dentro del estudio se decidió contratar los servicios del mismo. De esta manera, se logra tener acceso a la sesión fotográfica siendo dos integrantes mismos los protagonistas de esta. Esta experiencia permitió tener otra perspectiva con relación a los gustos de las personas fotografiadas y así, poder realizar un contraste entre ambas. Adicionalmente se usarán las fotos que se encuentran colgadas en internet y en la página web de la casa fotográfica (<http://www.elalbumdelabuelo.com/index.htm>).

2. Trato al cliente

Pitusiray

Este centro fotográfico cuenta con tres personas en recepción los cuales se preocupan por resolver las dudas e inquietudes del público de forma rápida y amable. Estas personas muestran ejemplos de los trabajos que se realizan a través de cartillas plastificadas que se encuentran cerca del mostrador.

En las entrevistas realizadas a dos clientes se observa que su concurrencia a ésta casa fotográfica responde a que se encuentra en un lugar comercial y también que recibieron un trato cordial por parte del fotógrafo. Las entrevistadas afirman que sus fotos les fueron entregadas en un tiempo de diez a veinte minutos

El Álbum del Abuelo

Una de las entrevistadas mencionó que parte de lo que le agradaba del estudio fotográfico era la atención que se le había brindado. La entrevistada mencionó que su mayor preocupación había sido que sus pequeñas hijas no se sintieran cómodas dentro del estudio. Sin embargo, tanto a ella como a sus hijas las trataron con amabilidad y el fotógrafo había sabido relacionarse con las niñas para hacerlas sentir a gusto (anexo 1).

Parte de la experiencia de la sesión fotográfica radica en el trato y el ambiente que la persona fotografiada percibe del estudio. Si el cliente siente que hay un ambiente agradable se sentirá a gusto y con la confianza suficiente para comentarle al fotógrafo cómo le gustaría que se viera la foto, para posar de manera distinta: “With a more creative, fluid attitude, one can see the camera’s invitation to pose as an opportunity to create a new look, a new posture, a new element in the construction of the self whose identity is not a fixed essence but an ongoing project ” (Shusterman 2012: 71).

La actitud del fotógrafo se transmite a la persona fotografiada y esto permite que se entable una relación entre ambas que puede resultar en el éxito o fracaso de la sesión fotográfico tomando como fracaso que el resultado final de las fotos no sea del agrado del cliente. El Fotógrafo debe lograr cierta intimidad con el cliente para capturar expresiones y poses que fuera del estudio fotográfico no haría: “an art photography session provides a circumscribed, protected stage to try out such experiments and then resume one’s habitual modes of being and self-presentation if one prefers them (or requires them) for dealing with the needs of everyday life” (Shusterman 2012:71).

3. Análisis

3.1 Publicidad

Los medios de difusión que tiene “Pitusiray” son tarjetas de presentación y una incipiente página de facebook. La tarjeta de presentación posee colores llamativos como amarillo y rojo junto a un listado de productos que se realizan en el estudio. Al emplear estos colores vistosos se puede identificar un condicionamiento de nuestros sentidos que permite percibir al centro fotográfico como un lugar como uno alegre y vistoso (Sontag 1964 : 39)

Es importante mencionar que no existe una frase característica del centro en este medio, más cuenta con los logos de marcas de cámaras fotográficas como Kodak y Fujifilm.

La página de facebook del centro ha sido creada el presente año y muestra la dirección del éste junto con dos fotografías que no promocionan los servicios de Pitusray.



FOTO 8



FOTO 9

En "El Álbum del Abuelo" se encontraron tres medios de difusión de sus productos: la página web, su facebook y volantes. Se observa la intención de parte del estudio de introducir a los potenciales clientes en una época pasada. La elección de colores entre las gamas de marrón y beige, el fondo de la página aparentando ser madera le permite a la personas vivir la experiencia de una época antigua desde un dispositivo electrónico. La imagen que el estudio fotográfico presenta ante sus potenciales clientes debe reforzar las expectativas que el estudio promete a través de la experiencia estética.

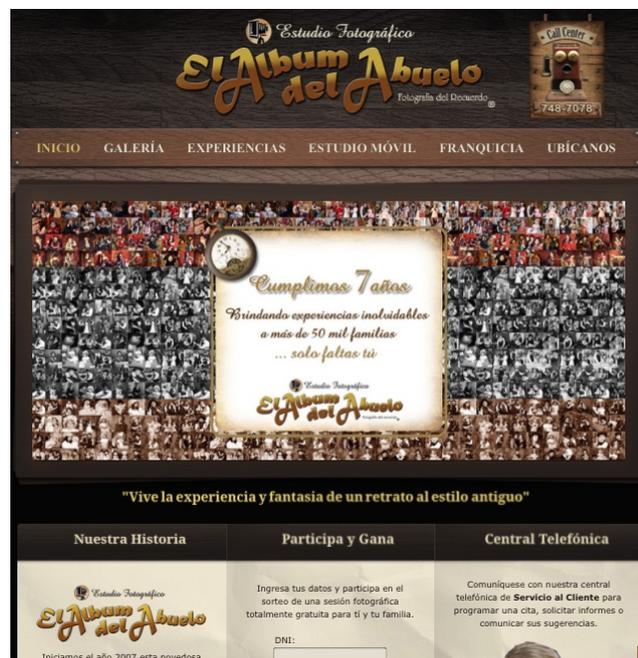


Foto de página web

Así mismo, en los volantes se observó que el estudio prioriza el tamaño de las fotos que presentan y se hace uso de los mismo colores que en internet. Las fotos van acompañadas de frases que invitan al potencial cliente a vivir una experiencia única, ha internarse en una época pasada.

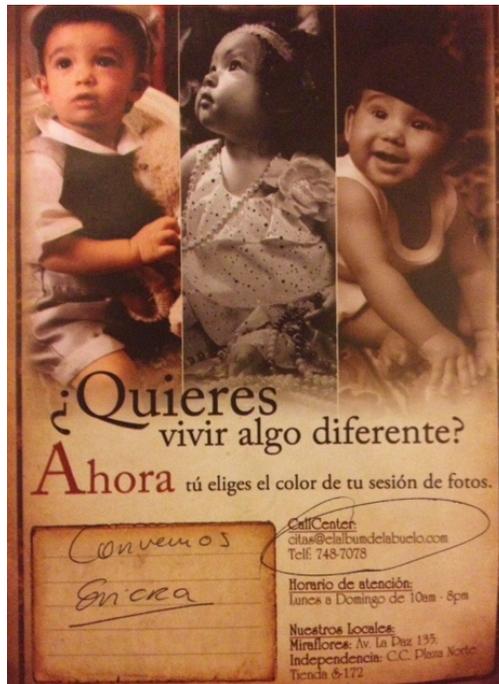


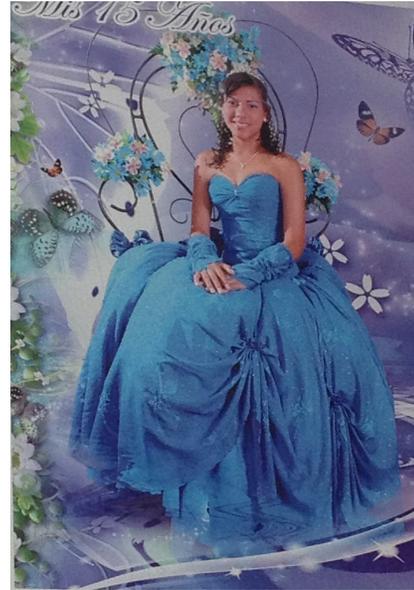
Foto de afiche publicitario

Tanto en los volantes como en internet se encuentran frases como “Brindando experiencias inolvidables a más de 50 mil familias...sólo faltas tú” invitando así al potencial cliente a unirse a todas esas familias que ya han pasado por la sesión fotográfica. González Llaca señala que este tipo de frases son parte de la motivación que reciben las personas para animarse a contratar una sesión. Al plantearlo como un desafío, en el caso de “El Álbum del Abuelo” el potencial cliente puede sentir que está siendo excluido de una experiencia particular y que no debería privarse de la experiencia de una sesión fotográfica con una propuesta distinta. Así, “la mejor persuasión es la autopersuasión, la mejor propaganda será la que deje la impresión al receptor de que él fija, mediante su participación, las condiciones que se requieren para la comprensión y el convencimiento” (González Llaca 1981:159).

3.2 Vestuario

En el centro Pitusiray las distintas sesiones de fotos que se realizan son con las propias prendas que llevan los clientes. El local no ofrece prendas exclusivas. Sin embargo al observar las distintas fotos que se han hecho en el centro resalta que los

clientes prefieren un tipo de vestuario que refleje algunos estereotipos culturales . Así pues, las fotos de quinceañeras tienden a tener un vestido pomposo semejante al de una princesa ,las niñas pequeñas, por lo general, tienen necesariamente un vestido con tonalidades rosas o semejantes , las fotos de los bebés aluden a asemejarse a los angeles, etc.



En el Álbum del Abuelo, el vestuario y accesorios son ofrecidos por la casa fotográfica. Sin embargo, se pide una cierta cantidad de requisitos que el fotografiado debe cumplir para lograr la sesión fotográfica de acuerdo a la temática elegida. Dos integrantes del grupo realizaron una sesión fotográfica para poder obtener información adicional. La temática elegida fue "Titanic" basada en la película con el mismo nombre. Los requisitos que se pidieron fueron que la señorita tendría que ir maquillada y peinada a su agrado. Por parte del joven, se le solicitaba zapatos y calcetines negros.



Los elementos que se aprecian en la foto son los que la casa fotográfica proporcionaba. El vestuario es a elección del fotografiado, pero el fotógrafo puede intervenir y recomendar en la decisión final. Las mujeres tienen más posibilidades en la elección del color y modelo del vestido. A la alumna le dieron la posibilidad de elegir entre un corset con falda o un vestido entero y entre los colores del vestuario. Los accesorios como los aretes, collar, sombrero y guantes eran parte de la vestimenta. Por otro lado, el alumno sólo tuvo una elección y la fotógrafa sugirió ponerse el vestuario completo. Cabe resaltar que el guardarropa no era de talla única. Es decir, que el pantalón tenía un elástico en lugar de cierre, el chaleco un sujetador, etc. En el caso de la mujer, la falda tenía cuatro botones en la cintura y el corset tres niveles de ojales para poder regular las tallas.

3.3. Aspectos histriónicos :Poses

Pitusiray

En Pituisiray, existe libertad para las poses que deseen los clientes. En el caso particular de los niños, éstos prefieren poses que aluden a sus dibujos preferidos como la sirenita, power rangers, etc. Al observar las fotos que se realizan en el centro se identifican poses de descanso en el caso de quinceañeras o de bebés que sonríen estando parados o sentados.

Siendo las poses una de las características visibles en una foto, Pituisiray resalta en que las fotos que ofrece son ampliamente trabajadas en Photoshop. La toma de fotos se realiza en un fondo blanco para después ser pasado a photoshop e incrustar un fondo en particular. Es importante destacar, de acuerdo al fotógrafo entrevistado, que un gran número de su público le pide aclarar sus piel o su cabello. El cambio de color de ojos no es frecuente.

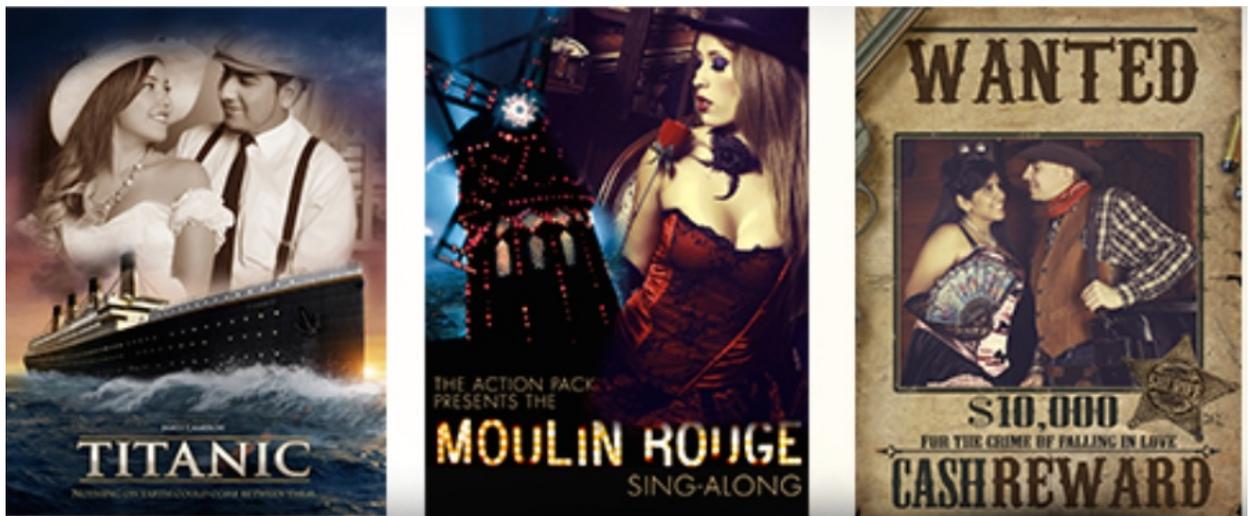


Tomando en cuenta la opinión de las entrevistadas y el fotógrafo, sus opiniones de lo que es bello corresponde a un juicio según la belleza del atuendo y a las facciones que tiene (color de piel, las arrugas, etc). En este punto se identifica que la búsqueda de la belleza que poseen los clientes no corresponde con la idea de belleza de Kant en que “ lo bello es lo que place al mero enjuiciamiento (no en la sensación de los sentidos)”(1992:216), sino que procura seguir estereotipos sociales en los que la juventud o tonos de piel claro son valorados positivamente frente a la vejez o tonos

de piel oscuras. En la actitud de los clientes de preferir retoques se identifica también la ideología de Dios ha muerto de Nietzsche puesto que los clientes ponen como un Dios a los estereotipos sociales y procuran no reconocer su identidad .

Album del Abuelo

La sesión fotográfica de “El Álbum del Abuelo” dura 30 minutos a más aproximadamente. Se contabiliza desde el momento en que se está eligiendo el vestuario hasta la última foto que se toma. Por esta razón, las poses son muchas veces sugeridas por el fotógrafo. En una conversación casual con la fotógrafa y los alumnos, esta admitió que tenía miles de poses en su cabeza para que el cliente pueda explotar su atractivo lo que no significa que el fotografiado no pueda elegir las poses. Además, la artista quería y buscaba que los participantes se encuentren lo más cómodo posible. La interacción con el espacio y los elementos dentro del ambiente fotográfico son frecuentes. Al finalizar la sesión el cliente es el que elige las fotos y poses que más les gusten. Se tiene que resaltar el poco uso del photoshop para mejorar el aspecto físico de los participantes. Es decir, no se usa para el aclarado de piel o quitar arrugas. Por otro lado, se usan plantillas para amenizar la foto. Los colores del resultado final de la foto son a escoger entre sepia, escala de grises y a colores.



Habermas en su Teoría Crítica de la Sociedad señala que el individuo construye roles y reglas de juego para establecer un diálogo o situación comunicativa con la sociedad.

En este sentido, la propuesta de “El Álbum del abuelo” juega con los límites de los parámetros establecidos en la actualidad. Por medio del vestuario, la ambientación y las poses se lleva al cliente a un viaje en el tiempo para seguir las reglas que se establecieron en otra época. El fotografiado reconstruye las reglas de la temática que ha escogido para entablar un diálogo con el fotógrafo y lograr la foto deseada. Cada estilo tiene una expectativa diferente ya sea por parte del fotógrafo o del cliente.

Elige la experiencia que deseas vivir junto con tu familia, con los pequeños de la casa o con tu pareja.

		
Estilo Antiguo de 1900	Estilo Lejano Oeste	Estilo Moulin Rouge
Vive con tu familia esta experiencia inolvidable, como lo hicieron nuestros abuelos	Ingresa al túnel del tiempo y vive esta experiencia emocionante	Descubre tu lado mas sexy, con tu pareja o vaquero favorito

3.4 RELATO DE LA EXPERIENCIA ESTÉTICA EN LA SESIÓN FOTGRÁFICA EN EL ÁLBUM DEL ABUELO

El sábado 14 de febrero, dos integrantes del grupo llegamos al Álbum del abuelo para la sesión fotográfica acordada. El tema, como se ha mencionado anteriormente, fue la película Titanic.

Nos dirigimos al segundo de los tres ambientes del local, que estaba separado de los demás por una cortina roja de seda. Por todos lados resaltaban elementos que aludían a otros contextos históricos, como el Lejano Oeste norteamericano o la Europa del siglo XIX, sistemáticamente organizados y divididos en un espacio de dieciocho metros cuadrados aproximadamente.

En el lado del cuarto dedicado al tema Titanic, una amplia cómoda (que podía funcionar como aparador o mesa de noche) formaba un triángulo con las

paredes del rincón. Sobre aquel mueble se extendía un enorme manto blanco sobre el que reposaban fotografías en blanco y negro y adornos de imitación de mármol con detalles dorados. Al costado de este primer elemento, el primero que llamó nuestra atención, se extendía, adosada a la pared, un elegante sillón para cuatro personas. Más allá, contra la pared contigua, un enorme espejo reflejaba el aparador descrito líneas arriba, provocando de esta manera, en la imaginación del espectador primerizo, el dibujo de un triángulo claramente perceptible, la sensación de una atmósfera cerrada en sí misma, que confluía con otras dentro de un mismo espacio, sin dar lugar a ningún tipo de confusión.

Esas otras “atmósferas”, o espacios cerrados, eran las destinadas a otros temas, y de ninguna manera su proporción era similar: la de Titanic ocupaba la mitad de la habitación, siendo la otra mitad compartida por los otros dos temas restantes y el vestidor. Sin embargo, visto todo desde el punto de entrada a ese amplio espacio, lo que se apreciaba era una belleza como Burke la entendía, una que de ninguna manera dependía de la correcta proporción de los elementos allí dispuestos, que apelaba a sacudir la imaginación, “que funciona de manera similar en todos los hombres como lo hacen los sentidos” (1997: 41). La calidez de este nuevo espacio contrastaba con la agitación de la calle y la neutralidad de la sala de espera, y estremecía los sentidos, para preparar de esta manera a los participantes a involucrarse en sus “personajes”.

Hasta este punto, la propuesta estética ha apelado a elementos que evocan ideas mayores, como romanticismo, por la abundancia de colores suaves y apastelados; elegancia, debido a lo sofisticado de los elementos decorativos; e intimidad, por la tenue iluminación ámbar. Estas impresiones fueron recurrentes en las respuestas de otras parejas consultadas.

Burke sostiene que el placer de los sentidos y el gusto es el mismo en todos los hombres (1997: 40), lo cual es facilitado por una configuración similar de los sentidos, además de las costumbres. En este caso, la escenografía expone elementos que podrían considerarse naturalmente agradables, como la tonalidad de los colores o la iluminación, y está dirigida además a individuos

que se desenvuelven en contextos culturales similares. Entonces, más allá de la diversidad de gustos entre los miembros del grupo, las similares percepciones nos permitieron entablar la comunicación, el intercambio sobre lo que se podía considerar bello. Existe, además, un “apoyo en la imaginación para la búsqueda de placer“, al apelar al parecido del escenario con el modelo original.

Kant sostiene que las impresiones similares responden a juicios estéticos que apelan a un “sentido común”, a la capacidad para juzgar y reaccionar ante una manifestación estética (universalidad subjetiva) (1992: 215). De esta manera, si bien la reacción ante la parafernalia que se encuentra en la habitación puede variar según se trate de una pareja de recién casados o de dos compañeros de clase que se conocen desde hace un mes, yendo desde la excitación hasta el desconcierto, existen elementos que evocan ideas comunes, como las descritas anteriormente, y esto responde a lo que el autor llama intersubjetividad para la experiencia estética. Los juicios estéticos, aunque subjetivos, pueden validarse a través de la comunicación.

Luego de la observación inicial, la fotógrafa nos invitó a que nos pusiéramos los trajes, y nos guió hacia el aparador, el elemento que captó nuestra atención en primera instancia. Desde el primer momento se percibió a una persona cuya actitud se diferenciaba en gran medida de la que ofrecían los demás representantes del Álbum: esta era cálida y abierta, de una gran flexibilidad ante las reacciones de los clientes. Las diversas posiciones que solicitaba que hiciéramos (que eran opcionales) estaban sincronizadas con sucesivos cambios en la posición de la fuente de luz, así como indicaciones referidas a gestos y el manejo de objetos.

Luego de la sesión, consultada sobre sus pretensiones sobre los resultados finales de la imagen, Susy, la fotógrafa, nos comentó que lo que ella buscaba era impregnar su marca personal de artista en los resultados finales, y que, además, se apreciara a los actores compenetrados con sus personajes. Esta confesión nos lleva a la reflexión sobre la manera en que los elementos externos a los personajes (decoración, equipos técnicos, la fotógrafa en

persona) influyen en el desenvolvimiento de un individuo común y corriente que posa de manera voluntaria para una fotografía temática. Dichos elementos, por el contrario, favorecen a lo que Susan Sontag llamó “Heroísmo de la visión”, la inquietud ante la inminencia de ser fotografiado (2006: 89), en medio del juego entre el embellecimiento y la veracidad.

Sontag, además, consideraba que una de las principales propiedades de la fotografía es su capacidad de atrapar la cotidianidad. En este sentido, una vez sumergido en el proceso de participar en una sesión fotográfica, uno descubre que la originalidad en la propuesta del Álbum del abuelo radica en que, a través de vestuarios y escenografía trasgrede y escapa de lo cotidiano, busca la espectacularidad a partir de elementos comunes, y crea un diálogo entre la diversidad de gustos que ha habido en distintas épocas. El resultado, continuando con Sontag, es producto no tanto de la intencionalidad del artista como de la cooperación entre el fotógrafo y el tema (59). Además, en su apuesta por las fotografías grupales, favorece el intercambio de las experiencias del gusto y, a partir del resultado final, la oportunidad de reflexionar y pensar sobre lo que nos parece bello y el cómo escapar de lo cotidiano nos hace libres.

4. Público objetivo

El estudio fotográfico Pitusiray ofrece una gran variedad de fotos que incluyen una temática o no. Adicional a las sesiones fotográficas realizan impresiones y fotos tamaño carnet y pasaporte. Las personas que concurren al lugar aceptan precios de sesiones fotográficas de dos fotos con un precio de quince soles a cincuenta y cinco soles según el tamaño de la fotografía. Las personas que se dirigen al lugar lo hacen por encontrarse en un lugar comercial.

Por lo que se observa en internet, en su portafolio y por experiencia del mismo grupo, en la clientela de “El Álbum del Abuelo” predominan grupos familiares buscando fotos de cowboys y parejas de enamorados o esposos que prefieren sesiones temáticas basadas en las películas “Titanic” y “Moulin Rouge”. Según lo analizado se puede

afirmar que este estudio fotográfico apunta a un público objetivo que busca ser fotografiado en familia, o que se fotografíe a los hijos pequeños. Su propuesta está orientada a un público que busca una sesión fotográfica no tradicional, que permita posar y vestir distinto; ofrece la oportunidad a las personas fotografiadas de ser alguien más por un espacio de tiempo limitado.

Benjamin señala que el arte era un objeto que tenía sentido en sí mismo. Debido a la mecanización y producción en masa de productos artísticos por las facilidades que la tecnología brinda, se ha convertido en un objeto social de intereses particulares. Lo importante es ser conocido, la novedad que brinda el servicio. Se llega a una sociedad de consumo de novedades y deja de lado el disfrute de una experiencia estética. Este autor es ideal para ambas casas fotográficas que ofrecen productos de consumo con un brillo de novedad en cada uno. Sin embargo este servicio es consumido por miles de personas que se toman las fotos y reproducidas en sus redes sociales. Por ejemplo, el producto obtenido en “El Álbum del Abuelo” fueron tres fotos impresas, un disco con cinco fotografías dentro y dos llaveros.



5. Conclusión

Con relación a la publicidad podemos afirmar que en ambos estudios fotográficos usan medios impresos y digitales para atraer al público. En la publicidad de Pituiray se prioriza anunciar los diversos servicios que ofrecen, buscando así demostrar a sus potenciales clientes que pueden cubrir un cierto número de demandas comunes como los son fotos para

pasaporte o visa. Podría decirse que son fotografías a las que se les va a dar una utilidad específica, son un requisito para algo más. No se hace mención en ningún espacio a la calidad del trabajo o a algún tipo de especialización que los haga sobresalir en relación a otros estudios fotográficos.

Por otro lado, en “El Álbum del Abuelo” se encuentran características distintas en relación a su publicidad. Tanto en internet como en medios impresos se destaca el producto final, la fotografía. Debido a que son un estudio fotográfico especializado en sesiones temáticas no necesitan enlistar en su publicidad los servicios que ofrecen, pues esa misma especialización es lo que los hace diferentes del promedio de estudios fotográficos. Por lo analizado se puede concluir que este estudio fotográfico usa sus fotografías como tarjeta de presentación. De esta manera, en vez persuadir con palabras lo hacen con imágenes apelando así a los sentidos, a provocar en el potencial cliente el deseo de adquirir un producto que le pueda ser atractivo, agradable a la vista y que también pueda exhibir a otras personas buscando aprobación y buenos comentarios.

En relación al producto final ofrecido por el Álbum del abuelo (fotografías impresas, llaveros, marcos y discos), se aprecia que la experiencia de lo estético hoy en día está sometido a la dinámica de las reglas de consumo, ya que un momento íntimo de pareja o en familia se perpetúa en forma de producto.

En el centro Pituisiray prima la búsqueda de lo agradable e instantáneo a partir de elementos técnicos como el retoque fotográfico, y a partir del seguimiento de estereotipos sociales. El servicio del centro procura estar cerca a una gran cantidad de clientes a través de todo tipo de fotografía. Por lo que su esencia comercial es una de las características destacables en él.

ANEXOS

Anexo 1

Fotógrafo entrevistado : Christian Gonzalo Gonzalez Castillo . Edad : 19

¿Qué tipo de fotografías se toman con más frecuencia en la casa fotográfica?

Fotos familiares , de recuerdo de sus hijos.

En el caso , de una fotografía de niño , ¿qué vestimenta usan ellos?

En el caso de una niña. los típicos colores rosado , fucsia. Mayormente usan vestidos. Generalmente son los papas quienes eligen . Los niños usan terno, politos , etc.

¿Hay alguna pose en particular que se le pida a los niños?

Generalmente los niños quieren las poses de cosas que han visto en la televisión ... por ejemplo los power rangers o se toman con un muñeco preferido.

¿Hay mucho uso de Photoshop?

Sí todas las fotos usan photoshop. El 90% quiere que le retoque brillos, sombras , una manchita, etc.

¿Hay gente que le hace peticiones como “aclárame la piel”?

Todos o casi todos (...) A veces los niños son trigueños ,pero al ver la foto dicen mi hijo es más clarito . En fotos tamaño carnet siempre quieren que sus hijos salgan claros.

Anexo 2

- Cliente Pitusiray 1

¿Por qué elegiste esta casa fotográfica?

Estaba de pasada y necesitaba una foto rápido. La necesito para el colegio.

¿Qué es para ti una buena foto?

Una buena foto te arma la ropa.

¿Cómo debería verse?

Como es para el colegio con su blusita.

- Cliente Pitusiray 2

¿Por qué elegiste esta casa fotográfica?

Antes vine acá y me gusta la amabilidad del fotógrafo.

¿Qué es lo que más te gusta de la fotografía?

Los brillos , los retoques que hacen a la fotografía.

Anexo 3

Cliente entrevistado 1: Fernanda Ramírez Salas

Por qué elegiste esta casa fotográfica?

Porque es un estudio serio y muchos amigos me lo recomendaron. Además me gusta el estilo con el que hacen las fotos y yo quería que mis hijas tengan fotos de otra época porque de alguna forma me recuerda a las fotos que tengo de mis papás que son en color sepia.

Qué es lo que más te gusta de la casa fotográfica?

Que son serios y que su atención es buena. El fotógrafo hizo sentir a mis hijas cómodas todo el tiempo.

¿Cómo debe lucir para ti la foto?

Yo creo que debe lucir natural. Aún cuando estás posando para una cámara pienso que no debe parecer forzado o como una actuación.

Qué es lo que más te gusta de la fotografía?

Como se ven mis hijas. Yo veo la foto y puedo darme cuenta de que mis hijas se divirtieron en la sesión.

¿Esta fotografía tiene un significado para ti? ¿Qué representa ?

Si tiene un significado especial. El estilo, los colores y la ropa que usaron mis hijas es algo que a mí me hubiera gustado hacer de pequeña porque me recuerda a las fotos antiguas de mi familia. Yo no tengo fotos de ese estilo y el que mis hijas si tengan esa experiencia a mí me hace muy feliz.

Anexo 4

Cliente entrevistado 2: Mayra Abele Espinoza

Por qué elegiste esta casa fotográfica?

Porque estaba cansada de las fotos tradicionales en las que uno sale solo sonriendo. Yo quería algo diferente y mi hija también. Cuando ella cumplió 15 años me dijo que quería que le hagan una sesión fotográfica distinta. Pregunté entre mis amigas y una de ellas me recomendó el lugar.

Qué es lo que más te gusta de la casa fotográfica?

Que presentan una idea distinta a la de otros estudios fotográficos. Tu puedes ser quien tu quieras ya se un ladrón o un niño antiguo. Ese tipo de elementos hacen todo más divertido.

¿Cómo debe lucir para ti la foto?

Tiene que verse bonita y divertida. Si yo me arreglo tanto, si me peino y me maquillo y me pongo ropa distinta entonces espero que de alguna forma la foto se vea bonita porque le dedico esfuerzo para que así sea. Además el decorado ayuda a crear ese ambiente especial.

Qué es lo que más te gusta de la fotografía?

Que de alguna manera me da más libertad. El disfraz te permite ser otra persona y te da libertad para posar distinto frente a la cámara. Cada vez que veo las fotos de la sesión me gusta darme cuenta de que en ese espacio yo puedo ser quien yo quiera. Eso fue exactamente lo que me dijo mi hija cuando vio las fotos.

¿Esta fotografía tiene un significado para ti? ¿Qué representa ?

Para mí representa esa libertad de la que te estaba hablando. Vanessa (su hija) se sintió muy contenta en la sesión y eso es lo importante. No tenía vergüenza de posar distinto y eso probablemente hubiera sucedido en otro espacio fuera del estudio fotográfico. Me alegra saber que mi hija va a tener recuerdos de sus 15 años y que esas fotos son distintas.

Bibliografía

BENJAMIN, Walter

2003 *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.

BURKE, Edmund

1997 *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas sobre lo sublime y lo bello*. Madrid: Tecnos.

GONZÁLEZ , Edmundo

1981 *Teoría y práctica de la propaganda*. México, D.F.:Grijalbo.

KANT

1992 *Crítica de la facultad de Juzgar* . Caracas: Monteavila

NIETZSCHE, Federic

1996 *Así habló Zaratustra*. Madrid: Busma.

SHUSTERMAN, R.

2012 *Photography as Performative*. S/d, s/d.

SONTAG , Susan

2006 *Sobre la fotografía*. México, D.F.: Alfaguara.