

La herencia fotográfica de Helmut Newton: Entre transgresión y erotismo.

Índice

Introducción.....	4
Capítulo 1. La fotografía de modas.....	8
Capítulo 2. Historia de la fotografía modas	
2.1 De inicios y pioneros: 1830-1940.....	13
2.2 En guerra y posguerra: 1940-1950.....	17
2.3 Los eróticos 60 y 70.....	20
Capítulo 3. Helmut Newton	
3.1 Introducción a Helmut Newton.....	23
3.2 Infancia, adolescencia, viajes y anécdotas.....	25
3.3 La creación de un mundo.....	30
3.4 Críticas a Newton.....	33
3.5 ¿Arte o comercio?.....	34
Capítulo 4. Introducción a los herederos	
4.1 Steven Meisel.....	37
4.2 Steven Klein.....	39
4.3 Mert & Marcus.....	41
Capítulo 5. El lenguaje Newton: consideraciones visuales y estéticas.....	44
5.1 Influencias reconocidas	
5.1.1 Años en Berlín.....	45
5.1.2 Crash de James Ballard.....	47

5.1.3	BDSM: Historia de O.....	50
5.1.4	Alfred Hitchcock.....	53
5.1.5	Film Noir y archivos policiales.....	56
5.1.6	Memorias y otras historias.....	58
5.2	Recursos técnicos y estéticos.....	61
5.2.1	Contraposición de los escenarios y trabajo de campo.....	62
5.2.2	Retórica de la imagen.....	63
5.2.3	Metalinguaje.....	66
5.2.5	Recursos técnicos.....	68
Capítulo 6. La visión de los herederos		
6.1	Steven Meisel.....	74
6.2	Steven Klein.....	78
6.3	Mert & Marcus	84
Capítulo 7. Otras Reminicencias		
7.1	Dolce & Gabanna.....	89
7.2	Juergen Teller.....	91
7.3	Terry Richardson.....	92
7.4	Eyes Wide Shut.....	94
Conclusiones		
8.1	El desvío.....	96
8.2	Lo temático.....	99
8.3	Los estético	100
8.4	Los recursos.....	102
8.5	Cambios técnicos.....	103
8.6	Consideraciones generales	105

Referencias bibliográficas.....	109
Bibliografía.....	114

Introducción

*El arte del ensayo consiste en escribir
sobre lo que ya se ha escrito utilizando
otras palabras, y si es posible, más
complicadas. –*

Roland Barthes

El mundo se encuentra inmerso en la era de la posmodernidad que, al ser parte del presente, es difícil de categorizar, caracterizar y definir. “En la posmodernidad no hay una razón absoluta, no hay términos o límites definidos, es por eso que todo está permitido”. (Klages, 2007)

Lo que Roland Barthes planteó, entonces, hacia 1980 no es sólo aplicable a los ensayos sino, probablemente, a cualquier proceso creativo y escrito, realizado a partir del fin de la era de la modernidad.

Combinar un mundo falto de límites con la noción cultural del agotamiento de las ideas creativas, obliga al creador a volver al pasado, a las raíces y reescribir lo que ya está escrito; es decir, para un profesional de las artes visuales o artista, significa nutrirse de obras antiguas y realizar nuevas versiones o, por lo menos, tomarlas como punto de partida o disparadoras para que surja una idea nueva que después de tal proceso es el resultado de la suma de varias obras y, quizás, de experiencias personales.

La fotografía de modas es una rama que no es ajena a este tipo de proceso y es considerada arte para algunos y comercio para otros. Para dar cuenta de esto, es sólo cuestión de hojear las páginas de las más prestigiosas revistas del mundo de la moda, como *Vogue*, *GQ*, *W* o *Harper's Bazaar*, entre otras, publicadas hoy y a la vez, hojear las mismas pero en sus respectivas publicaciones en la década del 60 y del 70 del siglo XX

para encontrar grandes similitudes en cuanto a cuestiones, no sólo técnicas, sino también estéticas.

Fue en la década del 60, precisamente, cuando “se inició una desaforada carrera de erotismo, violencia y sofisticación que se prolonga hasta nuestros días”. (Facio, 2002, p.76) Es por eso que resulta necesario volver a esa década y encontrar las imágenes que desencadenaron esta ola de fotógrafos abocados a convertir a la fotografía de modas en una contradicción en sí misma.

Sumar palabras claves como sofisticación, elegancia, fetichismo y sorpresa, multiplicándolas por erotismo, sin duda, da como resultado el centenar de imágenes que produjo Helmut Newton, fotógrafo alemán (1920-2004), que con sus obsesiones marcó un punto de inflexión en la historia de la fotografía de modas que nunca más volvió a recuperar su curso. Claro, directo, seductor, cerebral y algo perverso con un humor particular, Newton se convirtió en uno de los personajes, no sólo de la fotografía sino del mundo de la moda, que logró desdibujar la línea entre el arte y lo frívolo de lo comercial.

A pesar de no haber sido el primer fotógrafo en utilizar su trabajo como una herramienta de expresión ni el primero en cruzar la barrera de los límites del imaginario cultural, sí es justo considerarlo como uno de los pocos que aportó al rubro el toque desafiante al mundo que poco mostraba los tacos altos, el carmín y el *glamour*; y lo que es aún más justo, considerarlo como un adelantado y catalogarlo como original. Lo precedieron artistas como Horst P. Horst y Richard Avedon quienes trabajaron en el mismo mundo pero en diferente territorio.

Es esta originalidad la que se pone en cuestión en un mundo saturado de imágenes y probablemente, requiere de un gran esfuerzo para aquellos profesionales que trabajan hoy escapar de esa herencia que dejó Helmut Newton. No resulta extraño escuchar a fotógrafos de renombre reconocer su influencia en cuanto a la estética y la

técnica (o su ausencia). De este reconocimiento parte la esencia principal de este ensayo: encontrar esa marcada influencia.

Para ello se centrará el análisis en el trabajo del maestro de la fotografía erótica, en aquellos aspectos que influenciaron sus publicaciones y en su forma de trabajar, así como también en aquellas actitudes que lo caracterizaban; y a su vez, en el trabajo de tres profesionales que hoy firman contratos con las editoriales más importantes ubicadas en las capitales de la moda del mundo, como así también con las casas del *high-fashion* como *Gucci*, *Dior*, *Armani*, y *Prada*, entre las clásicas; y *Marc Jacobs* y el prestigioso diseñador *Tom Ford* entre las nacidas de la ola de diseñadores de la década del 80.

Dicho análisis se valdrá de imágenes publicadas, ya sea para campañas gráficas o notas editoriales, teniendo en cuenta la filosofía y el lenguaje visual aplicado por Newton.

La búsqueda de este ensayo está orientada hacia el nivel conceptual y connotativo de dichas publicaciones dejando de lado un poco las cuestiones técnicas. El mundo de la fotografía siempre tuvo ejemplares que jamás pisaron una academia y, como si fuera poco, desde la década del 60 del siglo XX en la moda, se permite todo, o casi todo. La técnica que se utilice para llevar a cabo una fotografía no es una regla sino un campo abierto. Quizá lo más interesante de una fotografía de modas no es el cómo sino el qué y el porqué de su ser.

A través de la dupla Marcus Piggott & Mert Alas, de Gales y Turquía, Steven Klein, Steven Meisel, estos últimos norteamericanos, se intentará encontrar el reflejo, a veces más marcado, del trabajo de Helmut Newton. Es preciso resaltar que no hay ninguna regla que establezca que estos fotógrafos sean los más importantes a nivel comercial, sino que fueron seleccionados como los más representativos por decisión personal. También se mencionarán otros profesionales o artistas que revelan esa misma influencia.

Si se trazara una línea de tiempo, se vería que algunos de los recién mencionados compartieron varios años en el campo profesional con Helmut Newton, específicamente

después del 85. Sin embargo, Newton comenzó a marcar historia y a definirse como una figura a fines de la década del 50. Más allá de que sus trabajos más reconocidos fueron realizados y publicados en la década del 80, su formación profesional y su respectivo éxito llegaron mucho tiempo antes. Al evaluar fechas de nacimiento, hay más de 30 años de diferencia: son tres décadas enteras de formación personal y profesional enriquecidas por experiencias de vida bastante determinantes que marcaron la carrera de este fotógrafo fallecido hace ya cuatro años en un accidente automovilístico en Los Ángeles, California, cuando estrelló su *Cadillac* en la puerta de su hotel.

Capítulo 1

La fotografía de modas

De consideraciones

“A fashion picture is never a picture of a dress
– it’s a picture of a woman who wears it”
Alexey Brodovitch.-

Hablar de una fotografía de modas es hablar de un concepto, de una marca, de un estilo de vida, de ficción e ilusión, de una identificación y de una rama de la fotografía que poco tiene que ver con la casualidad. Es quizás un mundo aparte que tiene su propio sistema de comunicación regido por sus propias reglas, su propia sintaxis y su propio léxico.

Su naturaleza habla de una contradicción y para entenderla hay que plantear el fin teórico primordial de una fotografía de modas que puede sonar vacío y frívolo en comparación con otras ramas de la fotografía como la documental o el fotoperiodismo, pero a diferencia del resto se trata de una rama que tiene fines estrictamente comerciales: mostrar ropa y ayudar a venderla. Sin embargo, para un fotógrafo de modas apearse a la regla de tener simplemente que mostrar ropa no es lo primordial y para un buen fotógrafo de modas es inaceptable. Hacer de un vestido, de un maquillaje, de un peinado y de una escenografía una historia conmovedora que invite a todos aquellos que tengan la oportunidad de apreciarla a soñar con ser parte de esa historia-ficción es probablemente el fin práctico esencial de quien tiene la vocación.

“Una buena fotografía de modas proyecta un mundo ideal que es irresistible al consumidor y para lograr esto cada detalle incluido en toma debe ser meditado” (Warren, 2006, pág.487) Es trabajo innato en los buenos fotógrafos afrontar y considerar estos detalles. Sin importar que tan pequeño sea el detalle si no es debidamente cuidado puede convertirse en la falla más grande capturando así la atención del consumidor potencial haciendo que el trabajo sea en vano. La fotografía de modas, por ser el reflejo del mundo de la moda, es quizá la rama que menos perdona y que más cuidado merece por eso el trono siempre es compartido por los mismos fotógrafos que se van renovando a medida que el tiempo transcurre. No es casualidad que la carrera de un fotógrafo de modas dure alrededor de 40 años: la excelencia perdura y es a veces hasta sobrevaluada.

Una de las cuestiones que trae aparejada esta contradicción es la gran pregunta que va cambiando sus versiones para acoplarse a las distintas ramas, pero que existe desde los inicios de la fotografía. En este caso, la pregunta indicada sería: ¿es la fotografía de modas un arte? La respuesta es totalmente subjetiva y le compete responderla únicamente a quien hace fotografías de modas.

Siempre hay un proceso creativo detrás de cada imagen, lo cual no significa que estemos tratando con arte necesariamente. De la misma forma que un carpintero elije su set de herramientas para construir una mesa, un fotógrafo elije las luces, la modelo y su locación para realizar una imagen. Esa mesa va a intentar ser vendida y la imagen va intentar ser publicada. Hay una gran diferencia entre un artista y un comerciante. Todas las profesiones y oficios implican un “arte de hacer” pero éste no es carácter suficiente para ser trasladado a un museo o una galería.

Generalmente, un fotógrafo responde a las necesidades de su cliente ya sea para una editorial o un particular quienes hacen una bajada, a veces más estricta, de lo que precisan. Es función del fotógrafo acatar esa bajada como si fuera una orden. Claro que siempre hay una cuota de creatividad puesta por el fotógrafo, pero la idea básica es

apegarse a una orden, a un estilo y a un formato preestablecido. Por el otro lado, el artista crea libremente sin responder a ninguna necesidad: es la obra por la obra, y no la obra por el encargo.

Es difícil marcar una diferencia cuando la raya entre lo comercial y lo artístico es tan difusa. La lista de fotógrafos de moda que pudieron entrecruzar los caminos es bastante amplia y generalmente es lograda por aquellos que están en el pico de la carrera. Sin dudas, está encabezada por dos grandes fotógrafos que cambiaron la naturaleza de la fotografía: Man Ray (1890-1976) y Richard Avedon (1923-2004). Ambos americanos, son los primeros ejemplos de aquel que afirma que la fotografías de modas es un arte. La realidad es que estos fotógrafos eran artistas y siempre lo serán y fueron contratados como tales por los más prestigiosos editores de moda como Anna Wintour y Alex Liberman, quienes buscaban llenar las páginas de sus revistas con algo más profundo y cautivador.

“Nuestras necesidades son simples. Queremos un fotógrafo que tome un vestido, haga que una chica se vea preciosa, que nos de muchas imágenes para elegir y que no nos dé ninguna actitud. Los fotógrafos, si son buenos, quieren crear arte” (Wintour, A. 1991, pág.5) Odiada y amada, con corte *carré* y siempre de gafas oscuras, Wintour se ha convertido en un mujer poderosa del mundo de la moda, que ya tiene en su haber 20 años de carrera como editora de modas de *Vogue* norteamericano. Con semejante trayectoria Wintour está totalmente calificada para hablar sobre la relación editorial-fotógrafos. Es clara su afirmación que fue publicada en el prefacio de *The Idealizing Vision*: una editorial pretende muy pocas cosas de un fotógrafo, pero sin embargo, aclara que aquel que se apegue a esas condiciones y no brinde más que eso, no es lo suficientemente bueno. Wintour se equivoca al decir que los buenos fotógrafos quieren crear arte. Es válido el concepto, pero no la palabra.

Es artista todo aquel que ve su producción como una obra y no como un producto que debe venderse. Hay quienes son humildes y prefieren no alardear con semejante título pero radica en cada uno autodefinirse. Si posteriormente es juzgado por el carácter, calidad y creatividad de su obra, el aspecto por tratar es otro.

“En ningún otro campo de la fotografía se produce y se experimenta tanto hoy como en el campo de la fotografía de modas” (Hageney, 1982, pág.5) Lo interesante es cuestionar por qué la moda es la rama de la fotografía que más produce. Es evidente a los ojos de cualquiera que el mundo dio a luz en la década del 80 a una ola jóvenes que están, en gran parte, abocados al diseño, al arte y a todo lo que esto implica (cine, TV, diseño gráfico, de indumentaria, música, etc.). Más evidente aún es el crecimiento del sistema capitalista que invita al consumismo. Entonces, el resultado: un público inclinado al diseño con hambre de consumo. La fotografía de modas es quizá la rama que más produzca porque tiene un público al que debe responder y con el que mantiene una retroalimentación constante. Por otro lado, se experimenta para satisfacer a la misma audiencia que no sólo le permite sino que le demanda la creación de nuevos conceptos e ideas constantemente. Hageney estableció esta afirmación en 1982, lo cual es adecuado para la época, pero no aplicable al presente. Sí se puede afirmar que la fotografía de modas es el campo que más produce, pero no es precisamente una fotografía de experimentación constante.

“La exploración aparenta estar en un estado de flaqueza. Esta sensación de que todo se ha visto en otro tamaño, color o material, no sólo anuncia el agotamiento de la creatividad artística (...), sino que pone de manifiesto la presión de la globalización económica sobre los productos de la cultura.” (Maderuelo, 2002) Estos productos de la cultura que Maderuelo menciona responden al paradigma impuesto por el mercado globalizado y resulta quizá difícil escapar de él. Por eso, es más simple: a) mantenerse siempre en la misma línea y seguir la tradición de todo aquello que es comercial y

calificado como “producto vendible”; o b) recurrir a lo que ya se vendió años atrás y fue un éxito rotundo.

De cualquier forma, es importante mencionar que se está dando una mirada general de las condiciones creativas; se sabe que hay mucha gente con talento y potencial para romper dichos paradigmas. A pesar de ese grupo reducido de gente, es parte de la era de la posmodernidad contar con la habilidad de desglosar y reformular las ideas de otros.

Dejando de lado la fotografía artística por carecer del fin primordial de la comercialización, la fotografía de modas es única en su naturaleza y permite así un juego constante de formas, colores, luces, sombras y personajes. Nadie espera una mirada profunda sobre la humanidad de una fotografía de modas. De hecho, los fotógrafos de modas suelen ser bastante ignorantes para con el mundo que se enfrenta diariamente a nuevos conflictos económicos, políticos, sociales y ecológicos. Sin embargo, esa misma ignorancia es la que funciona como motor del consumismo, o quizá sea al revés: es el consumismo que incita a dicha ignorancia. Sea cual fuere el orden válido, las cartas están sobre la mesa y es decisión personal unirse al juego.

Capítulo 2

Historia de la fotografía de modas

2.1 De inicios y pioneros: 1840-1940

Para comprender el porqué de la fotografía de la década del 60 y 70 del siglo XX y del tipo de fotografía que se realiza hoy. Es necesario hacer un recorrido por la breve historia de la fotografía de modas y dar crédito a quienes realmente inventaron las bases.

La fotografía se popularizó hacia fines de los años 30 del siglo XIX cuando se patentó la técnica del daguerrotipo que daba como resultado una copia única sobre una placa de metal pulido y no tuvo que pasar mucho tiempo para que naciera la fotografía de modas que fue mejorada con el pasar de los años y comenzó a difundirse cuando, a principios del milenio, se consiguió un avance en las impresiones en papel en dos tonos y se crearon las máquinas industriales que permitían una producción en serie de prendas de indumentaria.

Los inicios de la fotografía de modas se remontan a fines del siglo XIX. Las revistas comenzaron a publicar fotografías coloreadas a mano de modelos tensas mostrando vestidos de mil capas con detalles que ni siquiera se llegaban a percibir. Fue precisamente el diseñador Charles Worth quien comenzó a usar modelos vivas para mostrar sus vestidos (Checefsky, 2007, pág.201). Es así entonces como la fotografía de

modas, con su nacimiento en París, comenzó una carrera que hasta el día de hoy sigue en alza.

Sería acertado decir que la fotografía de modas que hoy conocemos se popularizó con la creación de *Vogue* en 1892, pero no fue hasta que la editorial *Condé Nast* contrató a Baron Adolphe de Meyer (1868-1946) en 1913, quien fue el primer encargado de reemplazar las ilustraciones por fotografías.

En Nueva York y París se vio crecer a aquellos que brillaron y que hoy aparecen en la historia de la moda, los cuales han dejado una marca e iniciaron un camino al poder publicar en revistas de la talla de *Vogue*, *Harper's Bazaar* y *Glamour*.

En este punto es preciso aclarar por qué se hacen tantas menciones de la publicación *Vogue* que es por excelencia la biblia del mundo del *high-fashion*. Fortini, (2005), columnista de la revista digital Slate, argumenta que aquellos que leen regularmente esta publicación no lo hacen con la intención de conocer las últimas colecciones de los diseñadores más reconocidos a nivel mundial y sufrir con los precios de los productos anunciados, sino que lo hacen con la intención de educarse y afilar gustos. Hace un paralelismo bastante peculiar para referirse a la cultura *Vogue*: de la misma forma que se refina el paladar con comida *gourmet*, nuestros ojos se educan leyendo la publicación. Desde sus comienzos, la publicación más conocida de la editorial Condé Nast es la más influyente y la que más se ha expandido dentro del grupo que reúne a aquellas revistas que están estrictamente relacionadas con la moda y con un determinado estilo de vida y clase social. Después de conocer la magnitud de *Vogue*, es fácil entender por qué se la vincula con los mejores fotógrafos de moda del mundo de los últimos 90 años.

Comparado con otras ramas de la fotografía el recorrido por la fotografía de moda tiene algunos años menos. El camino es más corto, pero sin duda, intenso. La cantidad de

fotógrafos que forman parte de este camino es elevada por lo cual se hará una breve síntesis de aquellos que fueron dejando sus huellas.

Como se mencionó anteriormente, el uso frecuente de la fotografía en publicaciones de moda comienza en 1913 con la inclusión de De Meyer al *staff* de *Vogue* quien se caracterizó por el uso del juego de contraluces y los leves desenfoques. (Checefsky, 2007, pág.198) Por ser el primero, época en la cual los dispositivos tecnológicos no estaban lo suficientemente avanzados, De Meyer deleitó a los lectores con imágenes formales, rígidas, estáticas y autoritarias. (Ver Fig.1)

Quien contribuyó a la causa de fotografías formales fue Edward Steichen (1879-1973), editor de fotografía de *Vogue* en 1923. Sin embargo, se trata de una gran figura del mundo de la fotografía pero no precisamente del mundo de la moda. Su actividad en el rubro no tiene comparación con sus trabajos realizados en otros campos. Con una inclinación pictorialista, Steichen, al igual que De Meyer tenía una tendencia hacia las imágenes levemente desenfocadas. Fue miembro del grupo *Photo Secession*, conformado también por Alfred Stieglitz, que buscaba lograr el reconocimiento de la fotografía como arte y no como una mera imitación mecánica de la pintura. Dueño de una elegancia particular, a veces obtenía con éxito intentos de retratos un tanto más casuales y relajados. Su mayor logro fue llevarse el crédito, aunque no reconocido en las páginas de la revista, por haber sido el primer fotógrafo en publicar una fotografía en tapa. Hasta 1932 todas las tapas de *Vogue* habían sido ilustraciones. (Ver Fig.2) En esta fotografía claramente se denota una imagen de una composición impecable que poca semejanza tiene con su trabajo artístico. Para la época en que los fotógrafos de moda cobraron importancia en las editoriales, Steichen ya poco colaboraba dedicándose así a su pasión por la fotografía artística. (Harrison, 1987, pág.9) Que su paso haya sido corto, no implica que haya sido malo, por el contrario, todo su trabajo siempre fue brillante.

Se acerca 1929 y con éste, la gran depresión económica que sacudió a Norteamérica, y la fotografía de modas no fue ajena a esta época. Steichen junto a Hoyningen-Huene, Horst P. Horst y Cecil Beaton entre los más recordados, conformaron el grupo de fotógrafos que le hizo frente a la crisis buscando la forma de adecuarse a ella.

El ruso George Hoyningen-Huene (1900-1968), asistente de Man Ray en la década del 20, repartió su carrera entre *Vogue* Francia y *Harper's Bazaar* en Nueva York. Continuando con la misma línea pictorialista de Steichen, pero con una inclinación surrealista, el ruso se destacó por una intensa formalidad y por un uso de la luz un tanto sofisticado. (Ver Fig.3) Quizá su aporte al rubro fue el cambio en los puntos clásicos de puesta de cámara al retratar a sus modelos con la cámara rasando el piso que hasta entonces no había sido implementado.

Hoyningen-Huene compartió escenario en las mismas editoriales con Horst P. Horst (1906-1999). Nacido en Alemania, Horst consideraba que la clave de la fotografía estaba en la iluminación. Generalmente utilizaba cuatro focos diferentes para iluminar un solo objeto o modelo con lo cual lograba la ausencia de sombras. Tenía una particular inclinación hacia el ideal de belleza de la antigua Grecia. Fue testigo de los rostros más bellos del mundo del espectáculo y su trabajo más reconocido, aquel realizado en 1942 a la actriz Marlene Dietrich, revela la prolijidad y elegancia que caracterizaba a este fotógrafo (Ver Fig.4). Horst es otro de los grandes fotógrafos que desdibujaron la línea entre arte y comercio al haber dedicado gran parte de su carrera a formar el arte del retrato. (Pepper, 2001, pág. 10)

Cecile Beaton (1904-1980) llegó al *Vogue* británico para plasmar toda su pasión por el teatro y dirección de arte. Con una carrera partida entre Londres, París y Nueva York, Beaton logró un peculiar estilo combinando objetos elegantes y comunes. Fue capaz de crear un juego que cortaba con la trayectoria realista impuesta y brindaba imágenes simples y francas. (Checefsky, 2007, pág 199) (Ver Fig.5)

La fotografía de modas no había conocido el erotismo hasta la década del 30 con la llegada del alemán Herbert List (1903-1975) al circuito de publicación quien emprendió un camino que tuvo una pasada importante por la fotografía erótica, especialmente en la masculina, camino que después fue vuelto a transitar por fotógrafos como Herb Ritts y Robert Mapplethorpe.

2.2 En guerra y posguerra: 1940-1950

La fotografía de modas estaba en alza cuando finalizaba la década del 30 como consecuencia de una tecnología que crecía a pasos agigantados. La combinación ideal para el vuelo de las producciones de modas fue el desarrollo de las cámaras fotográficas hacia un diseño más ergonómico y la inclusión y popularización de la película para 35mm de Kodak: Kodachrome en 1935 (Historia de Kodak: 1930-1959, s/f). Ambas consideraciones técnicas permitieron al fotógrafo escapar del estudio y de los fondos planos para poder trabajar en espacios abiertos y sumar así más elementos al plano.

Sin embargo, en 1939 sucedió un hecho que marcaría la historia de la humanidad: la Segunda Guerra Mundial. Ninguna rama de la comunicación, sea visual o escrita, fue ajena a este largo acontecimiento que sacudió al mundo; y la fotografía de modas, aunque no tenga una relación directa con los conflictos políticos y económicos, formaba parte de una cadena de desastres.

En época de la ocupación nazi en diferentes puntos de Europa, la fotografía de modas era vista como algo totalmente frívolo. Con la entrada del ejército alemán en París, la industria de la moda cerró sus puertas, o mejor dicho, se vieron obligados a hacerlo. La edición francesa de *Vogue* fue suspendida en 1940 al verse imposibilitados a conseguir materiales, modelos y locaciones seguras para realizar producciones. Como respuesta a este hecho muchos de los fotógrafos, algunos judíos, se vieron obligados a emigrar y

abandonar Europa. Artistas como Man Ray y Horst llegaron a Nueva York, mientras que algunos más osados como Beaton optaron por instalarse en ciudades un tanto más seguras como Londres. (Checefsky, 2007, pág 199)

Con una gran caída en Europa y con la migración de tantos artistas y profesionales, la ciudad de Nueva York, lógicamente, las tenía todas para crecer. Las más prestigiosas editoriales le dieron espacio a aquellos a los que se les fue prohibido expresarse y en la década de los 40 fotógrafos de todo el mundo ilustraron las páginas americanas.

Probablemente el cambio en el paradigma de la fotografía de modas llegó al término de la guerra: cuando toda crisis finaliza llegan los buenos tiempos. Con una dictadura nazi en pedazos y un sistema político y económico que apuntaba hacia la ideología de derecha, el nivel de consumo de bienes comenzó a crecer lentamente, lo que implica que el nivel de producción también crecía a la par. Se generó un nuevo mercado en el mundo de la moda que apuntaba hacia lo *ready-to-wear* y hacia la producción en masa y fue precisamente función de los fotógrafos de moda plasmar este nuevo mercado en las publicaciones mensuales.

Había que mostrar un mercado libre y relajado y fue el fotógrafo ruso Alexey Brodovitch (1898-1971), director de arte de Harper's Bazaar del 34 al 58 quien pudo llevar la realidad a una instancia visual. Influenciado por el constructivismo ruso, Brodovitch desafió a los fotógrafos de modas a escapar de las reglas de la formalidad y lo clásico sosteniendo que todo aquello que ya se haya visto y sea posteriormente repetido sería banal e insignificante. Las fotografías de Brodovitch combinaban diseño gráfico, arquitectura, y un juego con los espacios en blanco (Ver Fig.6), pero más importante aún resultaba su capacidad por combinar la madurez y sofisticación de Europa y el dinamismo americano (1972: Hall Of Fame)

Bajo el ala de Brodovitch nació Lilian Bassman (1917), fotógrafa neoyorquina que experimentó en el cuarto oscuro dar a sus fotografías efectos más dramáticos al jugar con el blanqueo de ciertas zonas y buscando el desenfoque. Innovó con una estética totalmente nueva que daba cuenta de conceptos que bailaban entre lo abstracto y lo onírico. (Ver Fig.7) (Checefsky, 2007, pág 200). Bassman fue quizás la primer mujer en retratar a través de la moda un mundo para mujeres.

Dentro de la camada de fotógrafos clásicos que mantenían una línea pero siempre sumando a la causa se encontraba Irving Penn (1917) quien tiene más de arte que de comercio. “La forma en la que trató la luz refleja claramente una influencia de la pintura y su devoción por la fotografía de productos o naturaleza muerta así como también por los retratos definieron una carrera que supo fusionarse con el mundo de la moda”. (Szarkowski, 1984)

La excepción a la regla de la época fue quizás el americano Richard Avedon (1923-2004) quien contaba con una sensibilidad especial por su carácter de artista. Su producción pierde potencia en el mundo de la moda y cobra fuerza en su actividad artística que estaba exclusivamente en los retratos. A pesar que todo su trabajo sea impecable, el lenguaje que se habla en el mundo de la moda no es el mismo que Avedon aprendió a hablar. Quizas, el mundo de la moda siempre fue demasiado superficial para alguien que estaba interesado por las almas y las vivencias de sus retratados. Sus fotografías tienen un impacto visual tan fuerte que generan una conexión singular que pocos pueden conseguir captar. (Ver Fig. 8 y 9) Avedon solía decir que su trabajo no estaba por debajo de la superficie, “sino que era una lectura de la superficie y de la realidad palpable” (Avedon, 1980). Fue convocado por las grandes marcas y las grandes editoriales, sin embargo, es probable que su paso por la moda haya sido por

Fig.8

cuestiones económicas pero la cuota de profundidad que le agregó a esta rama de la fotografía es casi incomparable.

Los desestructurados fueron William Klein (1928), David Bailey (1938) y Bert Stern (1929) quienes brindaron imágenes con una cuota de caos, sensualidad, exaltación y honestidad. Mientras que Klein se acercaba a imágenes un tanto más teatrales, crudas, agresivas y vulgares trabajando con las costumbres y tradiciones de la ciudad de Nueva York (Ver Fig.10), Stern basó su trabajo en la cultura Pop, lo cual se ve reflejado claramente en los retratos realizados a Marilyn Monroe seis días antes de su muerte. (Ver Fig.11) Para entender a Bailey, probablemente sea mejor ver el film *Blow Up* de Michelangelo Antonioni realizado en 1966. El personaje principal David Hemmings, está basado en gran parte en este excéntrico fotógrafo.

Fig.10

Así se cerraba una época que había sido sacudida por guerras y depresiones económicas y sin duda terminaba una época de represiones y censuras que había encontrado hogar en lo romántico y lo formal.

2.3 Los eróticos 60 y 70

Ya entrando en la década del 60, la fotografía de modas había incorporado definitivamente el estilo clásico y romántico, pero sin reglas que seguir había optado por recorrer nuevos espacios influenciados por una nueva cultura que se basaba en el *Pop Art*, el consumo masivo, las drogas, el sexo y el *rock n' roll* que se veía reflejado en la industria cinematográfica y musical.

Fig.11

La década del 60 también afrontó una guerra que duró hasta mediados de los 70. La guerra de Vietnam sin duda marcó la historia de Norteamérica, pero fue muy diferente a la Segunda Guerra Mundial que asoló a un continente entero: se trató de una guerra

que por políticas gubernamentales no fue lo suficientemente clara para los ojos del mundo.

Así llegaba una era que reflejaría la verdadera realidad, la calle y sus personajes; llegaba la hora de inventar y crear para poder salir del clásico estudio con fondo blanco y de la frivolidad de sólo mostrar. No fue hasta después de la época de posguerra que la fotografía de modas intentó transgredir el imaginario de la sociedad.

La década del 60 trajo consigo una estética que suscitaba controversias y discusiones. Marcada por el sexo explícito que rozaba la pornografía, la fotografía de modas exploró la combinación de la elegancia y el erotismo. Fue durante estos años cuando el desnudo en publicaciones de moda dejaría de ser eventual y se volvería común. Los desnudos en la fotografía abandonarían la solemnidad y pose, como aquellos de Edward Weston o Imogen Cunningham, y comenzarían a ser eufóricos, libres, extravagantes y con aires de movimiento.

Los fotógrafos que empujaron el carro de lo que traspasó una línea fueron tres: Helmut Newton, Guy de Bourdin y Bob Richardson, en ese orden.

Bob Richardson (1928-2005) fue quizás uno de los fotógrafos que comenzó un camino que varios recorrerían y es justo decir que su trabajo anticipó lo que llegaría unos pocos años más tarde. Atraído hacia lo escandaloso y turbulento, Richardson tuvo altos y bajos, de famoso a vagabundo, pero siempre reconocido por sus pares como un innovador y como el creador de una escuela que se formó entre el 63 y el 72. Dicen que todos los genios son locos, y Richardson algo de locura tenía: fue diagnosticado con esquizofrenia en la década del 60. (Horyn, 2005) Con su locura llegó a trabajar en revistas de la talla de *Vogue* y *GQ*. Sus fotografías probablemente marcaron un antes y un después por que no sólo mostraba el mundo de la moda emergente en una forma bastante liberada, sino que también exponía los dramas de la vida cotidiana que consumían a la juventud trabajando siempre en un mundo *underground*. (Ver Fig. 12)

Fig.12

El trabajo de Guy de Bourdin (1928-1991) es el que más se acerca a aquel de Helmut Newton que por mucha similitud evidente que tengan a nivel conceptual mantienen una diferencia abismal. Bourdin comenzó su carrera como fotógrafo para la Fuerza Aérea francesa en Senegal a fines de la década del 40. Su primera publicación fue para la edición francesa de *Vogue*, pero hasta mediados de la década del 60 dedicó gran parte de su tiempo al dibujo y a la pintura *Delgado & Rubens* (Delgado & Rubens, s/f) No fue hasta la década del 70 que tuvo la posibilidad de conquistar el mundo de la fotografía de modas cargando en su currículum campañas para las mas grandes marcas como *Ungaro, Chanel y Versace*. Después de su paso por el dibujo ^{Fig 11} y la pintura, Bourdin se inclinó por una fotografía que se basaba en el horror, lo sexual, el vouyerismo y el pasdomasquismo, generalmente con un toque de humor (Ver Fig 13, y 14). Todos estos conceptos se encuentran también en las fotografías de Newton.

Entonces, ¿por qué Newton y no Bourdin? Como primer punto, Newton comenzó a brillar en la década del 60 y sus *motifs* se basaban en libros, películas y más que nada, en situaciones cotidianas de la vida real. "Bourdin continuó el camino trazado por Helmut Newton, pero también cavó su propio nicho en el mundo de la moda" (Warren, 2006, pág.

487). Bourdin ^{Fig 13} que Newton no contó con ninguna figura de referencia para realizar sus producciones, Bourdin ya tenía un Newton para arrancar, lo cual no significa que su trabajo sea un plagio o una copia, sino que no fue el primero en hacerlo.

Otra de las grandes diferencias radica en la locación que Bourdin elegía para trabajar. En gran parte optaba por fotografiar en estudio, mientras que Newton, con excepción de su más famosa producción de desnudos de la década del 80, fotografiaba en exteriores.

Bajo ningún punto se intenta degradar el trabajo de este fotógrafo que sin duda fue fundamental para muchas de las producciones realizadas en la década del 90 y en los

primeros años del segundo milenio y su influencia es reconocida por muchos de los fotógrafos que trabajan actualmente en el mismo circuito.

El ejemplo más evidente de la influencia de Bourdin, es en el videoclip “*Hollywood*”, tercer *single* del disco *American Life* de Maddona, dirigido por Jean-Baptiste Mondino, prestigioso fotógrafo, en el 2003. El videoclip está basado en al menos 11 de las fotografías de Bourdin, pero Samuel Bourdin, hijo del reconocido fotógrafo, no opinó igual cuando alegó que no se trataba de un homenaje a su padre, sino de un vil plagio. Dicho desencuentro concluyó en una demanda por violación de derechos de autor por una suma millonaria. (Susman, 2003) (Ver Fig. 15)

Capítulo 3

Helmut Newton

3.1 Introducción a Helmut Newton

*He did for dresses what
James Bond did for suites.*

-Vincent Peters

A la edad de 83 años y hace ya casi cuatro, Helmut Newton perdió el control de su cadillac y se estrelló frente al Château Marmont Hotel, en Los Ángeles, California, donde solía hospedarse para evitar los inviernos europeos. Es un tanto irónica quizá la forma en la que murió después de entender cómo fue que vivió y cuáles eran sus obsesiones, especialmente aquella por los autos.

Para entender el trabajo de Helmut Newton, no hay que entenderlo a él sino que hay que conocerlo, y luego de entender su carácter frío y complejo, así como también sus obsesiones, su vida y sus viajes, sus pasiones y su locura particular, recién entonces se

puede apreciar su trabajo. Se puede comprender qué lo llevó a crear un mundo dentro de sus imágenes, pero nunca el porqué.

Nació en una acomodada familia burguesa en la Berlín de la década del 20. Según cuenta en su autobiografía, el día que Helmut nació llovía, y cuando su madre dio a luz, salió el sol. (Newton, 2002, pág. 5) De la manera más egocéntrica posible, y de la misma forma que vivió toda su vida, empieza el libro en el que narra su historia desde la infancia hasta 1982, año en el que consideró que ya había conseguido todo lo que necesitaba de la vida, o mejor dicho, todo lo nuevo que la vida le presentaba que eran las estrellas de Hollywood y los viajes en primera clase.

Su trabajo como retratista estaba dirigido únicamente a seducir y entretener, pero siempre de una forma muy particular. El sobrenombre que recibió fue "*King of Kink*", título que pasea por los pagos de la perversión, los traumas, lo tortuoso y las manías. Para comprender este título es preciso conocer su trabajo que tiene una cuota de sexo bastante importante y están siempre rozando lo pornográfico. Además, lo llamaron "*The 35mm Marquis de Sade*" haciendo referencia al escritor y aristócrata francés Alphonse François de Sade, quien era dueño de una filosofía bastante liberal que no respetaba las leyes de la moral o de la religión. Es de su nombre precisamente de donde se desprende el término *sadismo*. De alguna forma, todo lo que tenga que ver con el sadismo, lo erótico y lo *hard-core* con glamour siempre va a estar relacionado con Helmut Newton.

La palabra adecuada para definir su estilo es erotismo quizá, pero fue en 1970 cuando después de la publicación de su primer libro *White Women* la categoría recibió un nuevo nombre. Newton comenta al respecto: "El libro causó autentico furor porque era el primero de su especie. El término *porno chic* se acuñó a propósito de él." (Newton, 2002, pág. 205) Aquí no sólo comenta sobre el impacto de su libro, sino que se adjudica la creación de un nuevo sub-género y se reconoce como el primero en cruzar la barrera y, de hecho, lo fue.

Dicho sea de paso, Helmut Newton fue fotógrafo, un gran fotógrafo, reconocido a nivel mundial. Después de conocer la historia de la fotografía de modas desde sus inicios hasta fines de la década del 40 y hacer un breve recorrido por algunas de las imágenes de Newton, es fácil entender el quiebre y el punto de giro que sufrió esta rama de la fotografía a partir de la llegada de este no-artista. La realidad es que no sólo cambió la fotografía de modas, sino que logró un cambio en la moda en sí misma.

No inventó ni la fotografía, ni una gran técnica que serviría para ser incluida en un manual de principios básicos, ni tocó el corazón de los humanos mostrando la realidad, ni fue el primero en mostrar cuerpos desnudos. Nunca se interesó por la técnica: generalmente con una cámara y un foco de 500W, a veces dos, Helmut Newton inventó un nuevo lenguaje que asombró a varios, pero también, horrorizó a otros tantos.

Ese asombro todavía perdura. Newton logró ser no sólo ser el primer fotógrafo en lograr que en la década del 60 el shock de un desnudo en una revista de modas deje de ser tan fuerte y pase a ser algo cotidiano, sino que también “hizo de su nombre una marca registrada y como toda gran marca siempre genera imitaciones: fue el fotógrafo de modas más copiado del siglo XX y no siempre con éxito”. (Checefsky, 2007, pág. 201)

3.2 Infancia, adolescencia, viajes y anécdotas

Para conocer mejor a Newton es preciso recorrer el camino que transitó desde su infancia hasta llegar París para convertirse en quien hoy es recordado como uno de los más grandes fotógrafos de moda del siglo XX. Gran parte de su producción es el mero reflejo de su vida personal, una vida que el mismo Newton plasmó en su autobiografía.

Helmut Newton nació a los siete meses de gestación el 31 de octubre de 1920 bajo el nombre de Helmut Neustädter en una familia burguesa y judía, pero no religiosa, en Berlín. Tenía tan sólo cuatro años cuando descubrió su adoración y admiración por las

mujeres. Su primer contacto, lógicamente, fue con su madre a quien siempre admiró y la segunda mujer fue su *Kinderfraülein*. En el prólogo de Helmut Newton: Autobiografía, cuenta cómo disfrutaba verlas semidesnudas cambiándose para salir durante las noches. De su madre dice: “Tenía bastante pecho. Senos grandes, brazos y hombros redondos, y ya no era tan joven, porque siempre fui un niño tardío, y me excitaba. Adoraba a mi madre, amaba a mi madre” (Newton, 2002, pág. 5). Incluso de los cuentos infantiles que leía a corta edad lo que recuerda son las imágenes de aquellas mujeres heroínas como Cleopatra. A la edad de 10 años, Helmut encontró una colección de revistas eróticas que su hermano Hans escondía. Todas estas mujeres son el simple inicio de una vida que estuvo saturada del sexo femenino.

Helmut creció en departamentos siempre grandes y en un ambiente un tanto *snob*. Su madre tenía aires de alta sociedad y venía de una familia muy bien acomodada, pero su padre tenía raíces un tanto más humildes. Tuvo una excelente relación con ambos, de hecho era el preferido, y siempre lo malcriaron, consintieron y sobreprotegeron, quizá por haber nacido siete meses y contar con una salud un tanto delicada. Cuenta como tenía siempre su cuarto lleno de juguetes que usaba por un corto período hasta que hacía nuevos berrinches para que le compren otros. Desde chico, siempre consideró que las necesidades de los demás eran menos importantes que las suyas. Nunca hizo nada que no tuviera ganas de hacer. (Newton, 2002, pág. 12)

Al pequeño Helmut siempre le había intrigado la fotografía. Su padre tenía una cámara, pero claro, nunca se la dejó usar. Por eso, a los 12 años, con unos pequeños ahorros que tenía, compró su primera cámara fotográfica. La anécdota más conocida de este fotógrafo revela como con su primera cámara entró en el subte para realizar unas imágenes maravillosas del mundo *underground*. Cuando salió, con un solo disparo más para hacer, se encontró con una torre de radio. De ese momento Helmut recuerda: “Incliné mi cámara enfocando la torre hacia arriba en un ángulo ligeramente diagonal, sin

duda influenciado por Moholy-Nagy, y apreté el disparador”. (Newton, 2002, pág. 34) Del rollo de 8 fotos, sólo había quedado una bien expuesta: la torre de radio de Berlín. Amó esa fotografía y desde ese momento supo qué quería hacer de su vida.

Hacia los 13, su único interés estaba en el sexo, la natación y en la fotografía. Combinó las tres cosas mientras crecía en la Berlín invadida por los nazis. Iba al colegio y hacía natación, actividad de la cual se volvió fanático no sólo por la sensación del agua, sino también por la oportunidad de ver chicas lindas en trajes de baño. Helmut hasta ese entonces era virgen pero pudo compensar una de sus adicciones trabajando para unos reporteros gráficos que vivían cerca de su casa: servía café, acomodaba archivos y otras tareas bastante simples. Igual, sólo pasaría un año hasta que tuviera su primera experiencia sexual con una campeona de natación.

Por supuesto, con tantas aventuras en la cabeza, sus notas en la escuela habían decaído. Dejó bien en claro en su casa que sus intenciones estaban puestas en ser cámara de cine, y si no lo lograba, fotógrafo. Claro que la visión con respecto al cine cambió con el tiempo: Newton no hubiera sido un gran cineasta.

A los 16 años, su madre le consiguió un trabajo como aprendiz de una fotógrafa muy conocida en Berlín llamada *Frau* Simon. Le decían Yva y realizaba fotografía de modas. Helmut trabajó allí casi dos años, donde aprendió todo lo que tenía que aprender para ser fotógrafo, especialmente aquello que tenía que ver con laboratorio y esquemas de iluminación. Después de esos dos años, Yva, a quien Helmut admiraba profundamente, fue asesinada en el campo de concentración nazi de Auschwitz.

Ya en 1938 las cosas en la Alemania de Hitler eran insostenibles y a pesar de que la familia Neustädter no era practicante, sí eran judíos. Helmut pasó dos semanas vagando por las calles de Berlín escapando de la Gestapo. Su padre ya había perdido su fábrica y no había más dinero: con lo poco que tenían les alcanzó para comprar boletos y

salir de Alemania. Para fin de año, Helmut poseía un pasaje con destino a China, y sus padres a Sudamérica.

Tenía 18 años cuando subió al vapor que lo llevaría a Shangai con un pasaporte marcado con una "J" de judío, pocas mudas de ropa, su cámara de fotos y algunos vales que le servirían únicamente en el barco. Sufrió los primeros días hasta que se dio cuenta que podía vivir una vida de locura a bordo del barco basado en el sexo y las relaciones casuales. Newton tenía poco dinero pero llevaba siempre en mente una frase que su padre le dijo antes de separarse: "Hijo mío, aunque no tengas ni un céntimo en el bolsillo, cuando salgas de la chabola, vivas donde vivas, haz como si tuvieras un millón de dólares". (Newton, 2002, pág. 72)

Después de su largo viaje en barco, Helmut ancló en Shangai donde comenzó a trabajar para el *Straits Times* de esa ciudad, pero su primera experiencia para el diario fue totalmente negativa. Pasaron pocos meses hasta que lo despidieron: nunca pudo entregar una foto que el diario pudiera publicar. Pobre y todo, no dejó de disfrutar su estadía en China. Conoció mucha gente y mujeres de la alta sociedad que de alguna forma permitieron que nunca cayera en la realidad de su pobreza. Por este motivo, su etapa en China estuvo plagada por historias del día a día más que por trabajo. Tiempo antes de dejar ese país, Josette Fabiane, con quien tuvo un *affaire* bastante prolongado, le prestó un pequeño departamento que le permitió crear un pequeño estudio fotográfico para realizar retratos.

Haber huido de Berlín, no fue suficiente para que Newton escapase de la guerra. Por órdenes del gobierno, en 1940 tuvo que abandonar Shangai. Junto a muchos otros alemanes que se vieron obligados a retirarse de China, emprendieron viaje hacia Australia junto a tropas británicas. Cerca de Melbourne, Helmut y sus nuevos compañeros fueron ubicados en el Campo de Internamiento Tatura Uno [sic]. Allí se instaló durante dos años

donde cumplía tareas que iban desde limpiar baños hasta trabajos en el campo. Su entretenimiento más grande era contar y escuchar historias de sus compañeros.

Dos años más tarde, fue liberado y llevado a un pueblito cerca de Tatura. En Shepperton, a Helmut le asignaron tareas en el campo: su función era recolectar frutas de las huertas de fruticultores australianos. No fue una buena época, su nivel social había decaído pero siempre supo acomodarse a la situación y buscar una salida que lo satisficiera más. Shepperton le sirvió para terminar su período de abstinencia sexual y acumular historias para contarles a los nietos que nunca tuvo.

La temporada de cosecha había terminado y debía seguir viaje y encontrar un lugar para trabajar y vivir. No tenía dinero para ir muy lejos y lo que más lo atrajo fue alistarse en el ejército australiano donde sirvió otros dos años más. Servir es una forma de decir, Helmut no se convirtió en un soldado, cumplía funciones bastante simples dentro de la infraestructura que el ejército tenía en el hipódromo de la ciudad. Estaba seguro de que tenía mucho tiempo que recuperar y una ciudad muy divertida para disfrutar, así que en vez de trabajar, simulaba estar ocupado: caminaba de un lado para el otro con un martillo y maderas en la mano y viajando por Australia con sus superiores que lo encaminaban a la vida lujuriosa que tanto le gustaba. Fue en 1946 cuando recibió la nacionalidad australiana y cambió de Neustädter a Newton, apellido que resultaría un poco más fácil de recordar y un tanto más comercial. En el mismo año, fue liberado del ejército y con la “indemnización” que le dieron, se compró su primer auto: un coche de 1930 que parecía salido de Los Intocables.

Poco tiempo después, su madre le escribió una carta desde Argentina, contándole que su padre había fallecido y que quería que dejase Australia para que se reencontraran todos los miembros de la familia. Claro que Helmut se negó: estaba demasiado enamorado de ese país y de su gente.

Con lo poco que tenía consiguió abrir un pequeño estudio en Melbourne. Fue en ese mismo estudio donde conoció a June, la mujer que se convertiría en el amor de su vida hasta sus últimos días y quien lo forzaría a dejar la vida de *gigoló*. Ella era actriz y necesitaba hacer algo de dinero; una secretaria de Newton le sugirió que posara como modelo. Lo hizo, pero jamás vio una sola libra australiana. A cambio, consiguió un matrimonio que duraría algo más de cincuenta años. Ella de a poco fue dejando su carrera como actriz para convertirse en la fotógrafa Alice Springs.

3.3 La creación de un mundo

El mundo de Helmut Newton es completamente narrativo. Todas sus fotografías están conformadas por un instante detenido que pertenecen a una larga historia que se desentiende de su fin comercial. Siempre se planteó un juego constante con sus producciones pero manteniendo una línea fija y bien marcada: el acto de la seducción.

Dentro de sus creaciones hay una gran variedad de personajes, no sólo modelos bonitas sino también, por ejemplo, políticos con quien Newton no compartía o detestaba sus filosofías. Sin embargo, en el momento de toma todo ese odio o desencuentros debían desaparecer para concretar el trabajo, y la única forma posible era lograr que el personaje se enamorase del fotógrafo y viceversa.

Sus creaciones variaban dependiendo la época o mejor dicho la década. Pero lo más importante es que se adaptaban a la ciudad en las que eran realizadas. Una fotografía en París no presentaba las mismas características que una tomada en Nueva York, Berlín, Los Ángeles o Montecarlo.

En un documental sobre SUMO, un libro de 30 kilogramos, que contiene una pequeña parte de la producción de Newton, Robert Evans, productor cinematográfico dijo: "Helmut es un genio (...) Porque en una fotografía puede captar la magia que nadie más

en el mundo puede. Y lo raro es que no usa ni focos ni decorados. Eso es lo que no entiendo. El tipo se baja de un avión de *Air Japan* y saca fotografías que desprenden una magia única.” (2000) La magia realmente es única. Resulta muy complicado encontrar algún fotógrafo tan auténtico como él.

Es esa misma magia lo que lo diferencia del resto de los fotógrafos y lo ubica en un escalón superior. Como en todas las profesiones hay gente que se destaca más que otros; y en el caso de la fotografía de modas, Helmut Newton escaló al explorar espacios que no habían sido explorados antes.

Al descubrir caminos nuevos se hizo dueño y creador de un mundo que llevaba su nombre. Todo aquello que creó estaba compuesto por predadores y víctimas, piel y carmín, tacos altos, autos, cuartos de hoteles, fetiches y piernas largas, entre tantas otras cosas. Todo era explícito y sin una gota de vergüenza. El toque de lo “sinvergüenza” fue lo que causó el revuelo, y como toda creación nueva que sobrepasa los límites del imaginario cultural, fue censurado reiteradas veces. Newton recuerda en SUMO aquella estación de trenes de Berlín de la que tuvo que partir para escapar de una política que sin duda lo llevaría a la muerte. Cuarenta años más tarde, en la década del 80, en una de sus más reconocidas fotografías se podía apreciar en un tamaño bastante importante esa misma estación de trenes que lo vio partir.

El mundo creado no tiene lugar en la década del 50, ni en la del 60, ni en la del 70. Es un mundo completamente atemporal. Todas sus mujeres parecen haber nacido en el segundo milenio, es decir, Newton elegía a sus modelos cuidadosamente, y aquellas que seleccionaba no respondían en gran parte a los cánones de belleza impuestos en esas décadas. En los años 60 por ejemplo, el ideal de mujer lo marcó la modelo inglesa Twiggy (Ver Fig.16) y sin embargo en la obra de Newton no hay “*Twiggy*”. No es correcto decir que se adelantó unos 40 años, sino que comenzó a marcar una tendencia que se desarrollaría recién en la década del 90. Al respecto, una de sus modelos, Violetta

Sánchez, comentó en el documental sobre SUMO: “Creo que una cosa que le gusto de mi es que soy muy andrógina. Tengo un aspecto masculino” (2000) Es esa misma androginia que se busca hoy: combinar ambos sexos.

Este “adelanto” no sólo refiere al tipo de mujer que prefería para retratar, sino a la combinación de todos los elementos visibles en sus placas. Las fotografías de Newton tienen una combinación de tiempos bastante peculiares. Por un lado, él afirma que sus fotografías son actuales, pero a la vez reconoce que tienen un alto grado de referencia a hechos sucedidos o a recuerdos de su pasado y por el otro lado sus mujeres presentan una realidad que hablan del presente del segundo milenio.

En algún punto, sus modelos no representaban al común denominador de las mujeres, sino que estaban planteadas como ideales de belleza. Sin embargo, Newton no tenía una idea de mujer ideal, aunque siempre poseían características similares. En una entrevista realizada por el diario El País, Helmut comentó al respecto: “Nunca sé qué tipo de mujeres me gusta hasta que la encuentro. Las mujeres ideales de mis fotos cambian constantemente, como cambian los temas de mis trabajos”. (Jarque, 2002) Ellas, de cuerpos imponentes, altas, con curvas y generalmente de bajo perfil, fueron las protagonistas del mundo que Helmut creó. Optó por no adornarles mucho el cuerpo sino desnudarlas y apelar a todo lo que las podía rodear, es decir, los escenarios.

El mundo Newton estaba compuesto por todas aquellas cosas de su vida diaria y su pasado, así como también por novelas de ficción, historiales policiales y películas. Todas aquellas pequeñas anécdotas o ideas siempre pasaban antes por los cuadernos de este fotógrafo que carecía de buena memoria. Tenía varios de éstos, siempre muy desorganizados, con rayas, números de teléfonos, palabras claves, guiones cortos de películas, etc. “Una vez en la calle, no puedo confiar en que el buen Dios me envíe la divina chispa de la inspiración. Preparo muy bien mis sesiones. Son el fruto de muchos días.”(Newton, 2002, pág. 219) Él siempre trabajo a conciencia y fue un genio, pero un

genio que sabía manejar los tiempos y valoraba enormemente el trabajo de la reproducción.

3.4 Críticas a Newton

Amaba a sus modelos no por quienes eran sino por lo que representaban. Newton fue ampliamente cuestionado y criticado. A simple vista, para alguien que tenga una tendencia un tanto feminista, su obra puede resultar agresiva.

En *The Sourcebook on Violence Against Women*, los autores comentan sobre una publicación realizada por Newton en *Vogue* en 1995: "(...) el infame Helmut Newton proveyó de una serie de fotografías de moda que claramente fetichizan las discapacidades de la mujer" (Ranzetti, Edelson, Kennedy Bergen, 2001) En dicha publicación (Ver Fig. 17 y 18) se presentan mujeres desnudas usando tacos altos y en silla de ruedas, así como también mujeres con piernas cubiertas por aparatos ortopédicos. Los autores de éste texto también agregaron que las imágenes son similares a aquellas publicadas en la revista *Amputee Times*, que representaba un claro fetiche por las vulnerabilidades de las mujeres. A semejante acusación, que no sólo fue hecha en este libro, sino que fue pública, Helmut Newton simplemente comentó para *New York Times* en una sola línea que le había gustado Erich von Stroheim (Ver Fig19.) en *The Grand Illusion*, un film de la década del 30 en el que el protagonista llevaba puesto un collar ortopédico. (Bellafante, 2004)

Newton era feminista al 100% y su relación con su esposa así lo demuestra. Son pocas las cosas que el fotógrafo hizo sin consultarle a ella. Aquellos que lo acusan de

perverso o fetichista, por lo tanto, algo razón tienen. Los fetiches existieron siempre y su perversión es un tanto más discutible, pero toda esa perversión estaba dentro de sus producciones y no en su vida diaria. A diferencia de muchos artistas que aprovechaban su fama para intimar con sus modelos, Helmut Newton tenía una visión diferente: las veía como un granjero ve a sus papas. Esta comparación no trata de equiparar a una mujer con una papa sino con la misma sensación de culto y amor por el producto. Newton obviaba las tentaciones por sus modelos para brindarles el respeto que merecían.

Jamás intentó degradar a la mujer, por el contrario, siempre le daba poder y la ubicaba en la cima, como heroínas porque las amaba. No importa cuántos aparatos ortopédicos tuviesen o si fueran paralíticas, empleadas o amas de casa, todas lo fascinaban, siempre y cuando sean altas, delgadas y con un busto de tamaño considerable y es esa fascinación la que se transmite. El rol de la mujer en las fotografías de este Newton siempre fue dominante y nunca humillante. Todas sus modelos podrían haber sido la Dorothy Vallens de David Lynch en *Blue Velvet*: todas sus modelos tenían perfiles de heroínas.

3.5 ¿Arte o comercio?

¿Cuántas veces se ha escuchado la misma pregunta? ¿Cuántas discusiones se generaron a partir de una simple aceptación? La fotografía nació como una necesidad de representar la realidad, más precisamente, como una alternativa para dibujantes frustrados. En su naturaleza más pura es simplemente un proceso mecánico, físico, químico y, recientemente, tecnológico. La cámara fotográfica funciona en manos de cualquiera, pero no cualquiera puede hacer de los recursos técnicos una imagen que se destaque.

La fotografía tiene sus respectivas ramas: científica, periodística, de modas, deportiva, publicitaria, social, entre otras y son pocas las que pueden ser vinculadas con el arte, son aquellas ramas que permiten un proceso creativo y su respectiva toma de decisiones. Claro que al realizar cualquier tipo de fotografía siempre se deciden ciertos aspectos técnicos, sin embargo, para que se transforme en arte, esas decisiones no son solo técnicas.

Para muchos, Helmut Newton fue un artista, y esos muchos caen en la ignorancia de no conocer sobre quien están hablando. En una conferencia de prensa, incluida en el documental *Frames from the Edge*, un periodista le preguntó a Newton si se consideraba artista o fotógrafo. De una forma bastante irónica por repetir exactamente lo mismo respondió: “Repito lo que digo siempre, y lo que dije ayer: hay dos palabras sucias en fotografía: una es arte y la otra es buen gusto.” (1988). Para Newton, la belleza era intelecto y el glamour no tenía nada que ver con el dinero.

Para hacer arte hay que tener virtud, disposición y habilidad. Hacer arte es manifestarse mediante alguna actividad para expresar una visión personal y desinteresada. Pues Newton era virtuoso, extremadamente dispuesto y habilidoso y mediante la fotografía materializaba sus ideas. Entonces, si requería de todos lo que se necesita para ser un artista y, actualmente, gran parte de su trabajo está colgando en museos y galerías, ¿por qué Helmut Newton no fue un artista? ¿Simplemente porque odiaba la palabra arte aplicada a su trabajo?

Newton no fue un artista, fue simplemente un fotógrafo que supo llevar la moda a un nivel, no superior, pero si diferente, nuevo y original. Era un fotógrafo que amaba su trabajo y que intentó siempre aportarle al rubro algo distinto. La pasión que un artista tiene por su obra es comparable con la misma pasión que Newton tenía por el dinero. Todo su trabajo estaba a la venta y, claro, también amaba lo que hacía pero lo consideraba un trabajo.

En gran parte, su archivo personal se basaba en imágenes que fueron rebotadas por las diferentes editoriales. Helmut era consciente del nivel al que llevaba sus producciones, por lo que generalmente dividía sus tiempos de trabajo en dos partes. En la primera, realizaba todo aquello que respondiera a una bajada editorial; en la segunda, quizás en una hora o dos, realizaba todo aquello que tuviese que ver con sus propios fines, es decir, condimentaba todo a gusto propio. (Newton, 2002, pág. 187) A Newton siempre le apasionó la mujer y este trabajo fue la única forma que encontró para satisfacer sus obsesiones.

De cualquier forma, hay algo en la filosofía de Helmut Newton que no termina de cerrar. Si hacía sólo fotografías comerciales, ¿por qué se dedicó a editar libros y organizar exposiciones y muestras? Sus razones fueron precisamente un desencadenante más de la filosofía de este fotógrafo.

Newton nunca sacó fotografías para archivarlas en un cajón sino que, como cualquier alma comerciante, tenía la idea de que cuanto más gente lo viese mejor era. Por ese motivo optaba por hacer publicaciones que fueran ajenas a las revistas de moda. Para él hubiera sido igual colgar sus fotografías en un garaje o en una galería. Sólo consideraba a las galerías o museos como un espacio físico donde exponer y que, por su prestigio, lo único que generarían era una mayor concurrencia.

A diferencia de un artista que no necesita un marco de trabajo, Helmut Newton se sentía mucho más cómodo trabajando bajo determinadas órdenes y mantener una disciplina. Un fotógrafo artístico busca, en gran parte, poder vender su obra en algún museo u obtener alguna beca importante, para Helmut era imposible tener esa perseverancia y en algún punto la encontraba aburrida. En su autobiografía comenta al respecto: “De no haber sido por el espíritu innovador del Vogue francés al publicar mi trabajo cuando todavía se lo consideraba atrevido, la evolución de mi fotografía hubiera sido mucho más lenta” (Newton, 2002, pág. 279) De esta forma, Helmut le agradece su

éxito a la sociedad de consumo y no a las galerías y museos. Esta sociedad fue la única capaz de brindarle las mujeres más lindas del planeta, los maquilladores y peinadores más reconocidos y los mejores vestidos y accesorios que llevaban la firma de los diseñadores más prestigiosos. De haber sido sólo un artista conseguir todos estos componentes para sus producciones hubiera sido una tarea muy difícil de cumplir y fue en el mundo comercial donde las pudo encontrar de manera gratuita y rápida.

Capítulo 4

Introducción a los herederos

5.1 Steven Meisel

Steven Meisel es, probablemente, uno de los fotógrafos más exitosos dentro del mundo de la moda actual. Nació en 1954 en el territorio americano y desde la década del 80 no paró de trabajar para las más prestigiosas casas de ropa al publicar sus producciones en una extensa lista de revistas de renombre. Su carrera creció en Vogue tanto en la versión italiana como en la americana, y se fue expandiendo hacia otros medios como la revista W, todas de la editorial Condé Nast.

Es un fotógrafo extremadamente talentoso que tiene una marca particular y lo suficientemente clara como para ser distinguido del resto. “Meisel tiene un prodigioso talento para escribir historias que hacen referencia y reflejan la cultura mundial” (Steven Meisel, s/f) Para realizar un *spread* (páginas adyacentes en una publicación que contiene una o más imágenes) o una campaña gráfica, generalmente parte de una historia con un concepto de base.

Uno de sus más claros ejemplos fue “*State of Emergency*”, un *spread* que realizó para Vogue. (Ver Figura 20) De la simple base de mostrar ropa de los mejores diseñadores, Meisel logró contar una historia que se basa en muertes conceptuales, maniqués obscenos y en la erotización de la violencia.

Su fascinación por la belleza y las modelos comenzó cuando era chico. Meisel no jugaba con muñecos ni jugaba a la lucha libre o con autos de juguete sino que dibujaba figuras femeninas.

Cuando tenía 12 años, se hizo pasar por asistente de Richard Avedon para poder entrar y conocer un poco más el mundo de la moda. A la misma edad, se paró en la puerta del estudio de Melvin Sokolosky para esperar y conocer a Twiggy, la modelo inglesa que había revolucionado el estereotipo de la mujer.

Creció nutriéndose con Harper’s Bazaar y Vogue, revistas en las que publicaban fotógrafos de la talla de Irving Penn y Bert Stern en la década del 70 y Helmut Newton y Guy de Bourdin en la del 80. La influencia que recibió es evidente en gran parte de su obra.

Su carrera se disparó en la década del 80 luego de haber estudiado en High School of Art and Design y en el Parsons School of Design, concluyendo sus estudios con un máster en ilustración. De cualquier forma su carrera estuvo, en general, más ligada al arte.

Steven Meisel es uno del grupo de fotógrafos que pudo cruzar la línea entre el arte y el comercio. Al respecto comenta en una entrevista realizada por el *New York Times*: “Odio las cosas técnicas. Soy un artista. La cámara y la luz se interponen en mi camino. Me distraen. Me gustaría poder solamente pestañar y tener mi fotografía” (Meisel, 1989) Sus producciones fotográficas atraviesan una etapa de preproducción bastante importante. Nunca deja detalles a último momento.

El poder de la fotografía de modas contemporánea tiene la habilidad de definir qué significa el “acá y el ahora” y para acotar un tanto más son ciertos personajes dentro de este mundo que se ocupan de marcar una línea a transitar. Hoy, Steven Meisel es uno de estos personajes que tienen la fuerza suficiente como para virar la revolución de la moda y del arte para donde quisieran. Se habla de una fuerza creativa importante y una visión que afecta varias facetas: no sólo a la fotografía de moda, sino también la del modelaje, la publicidad y el mundo de la moda en sí. No se encarga de retratar el mundo de la moda, sino de crearlo.

4.2 Steven Klein

Steven Klein, neoyorquino por elección (1965) es reconocido a nivel mundial principalmente por sus *spreads* en *W*. A temprana edad prefirió pensar que su vida estaría dedicada a ser profesor de escuela. El panorama cambió cuando conoció a una niña, un año mayor que él, en el colegio, con la cual se volvió completamente obsesionado. Fue la primera mujer que fotografió.

Así como surge la fotografía, como una ayuda para los pintores frustrados, sus comienzos están vinculados con esta misma frustración. Luego de haber estudiado en Rhode Island School of Design Klein decidió intentar abrir camino y comenzar su carrera en el rubro de la fotografía que, según él, poco tiene que ver con el arte en su más pura naturaleza. “Es como si la cámara estuviese ligada a un pecado, produciendo un arte bastardo de aquel del que sentimos que debemos conectar con el pasado para poder darle una aprobación” (Klein, s/f)

Klein difiere de muchos fotógrafos de moda contemporáneos por el simple hecho de que transforma su estudio en un laboratorio donde experimenta constantemente con técnicas nuevas y busca darle un agregado visual a sus producciones fotográficas, las

cuales cuentan con una cuota de sexualidad y erotismo bastante elevadas. (Ver Figura 21)

Llevando el erotismo a su máximo exponente y rozando el borde de lo pornográfico a nivel conceptual, y no tanto visual, Klein se convirtió a fines de la década del 90 uno de los fotógrafos más buscados para realizar las campañas gráficas de aquellas marcas que comandan el mundo de la moda, tal como lo es *Dolce & Gabanna*.

Así como Helmut Newton reiteró a lo largo de su carrera que una fotografía es el producto de una combinación fotógrafo-sujeto, Klein decide explorar en otros campos. No vé a la fotografía como un suceso psicologico, por el contrario, en un artículo publicado en su página de internet sostiene: “ Para mi, el retrato no es psicologico. Es atómico. Los atomos cambian su carga electrica continuamente, y mientras mas desafiante sea la produccion, mayor es la chance de su carga electrica. Si, siempre comienzo con una idea, una serie de ideas que se combinan en un orden logico. Pero, la logica a veces es sobrepasada por sucesos que estan fuera de mi control” (Klein, s/f).

Klein encontró el balance perfecto entre lo transgresivo y lo comercial al retratar estrellas del ambiente cinematográfico en situaciones poco “alagadoras” para sus retratados. En algún punto, su carrera encuentra comodidad en la transgresión de las reglas clásicas y desviarlas hacia una función primordial un tanto más egoísta que sirven a su arte. Sus fotografías están caracterizadas por lo “oscuro”, lo cual suena un tanto contradictorio teniendo en cuenta que todo en la fotografía significa luz. Es aquí, precisamente en el juego de combinaciones técnicas y estéticas donde la fotografía de Klein se vuelve totalmente metafórica.

A pesar de realizar muchísimos intentos para mantenerse dentro del mundo de la moda, pero en calidad de un anti fotógrafo de la moda, Klein sostiene no ser un artista y que nunca lo será. Sin embargo, es uno de los que pudo disfrazar la línea entre lo artístico y lo comercial. El arte no es mejor ni peor que la fotografía de moda, son dos rubros

diferentes que en algún punto y dependiendo de las habilidades del artista o profesional pueden fusionarse.

Anna Wintour, editora de Vogue, comenta sobre este fotógrafo: “La fotografía de modas buena no solo entiende a la ropa y hace que se vea bonita, sino que también brinda un giro que captura la mirada y la imaginación. En el caso de Steven Klein, si le das un vestido, él te va a devolver una fotografía de una mujer preciosa en el vestido con un robot en un jardín. Es inteligente, conceptual y lírico” (Wintour, A. 2004).

4.3 Mert & Marcus

Mert Alas y Marcus Piggott, ambos nacidos en 1971, el primero en Estambul, Turquía y el segundo en Bangor, Gales, conforman una dupla desde 1994 que comenzó cuando se conocieron en Londres. Mientras que Alas tenía un pequeño estudio de diseño gráfico, Piggott trabajaba de asistente para un fotógrafo local. Decidieron unir fuerzas y realizar algunas pruebas que resultaron satisfactorias. Tiempo después las presentaron en *Daze & Confused*, una reconocida revista londinense, y para su sorpresa semanas después esos mismos intentos habían sido publicados.

Hoy, quince años después, tienen en su haber contratos millonarios con diferentes editoriales y una cartera de clientes que varía entre Louis Vuitton, Hugo Boss, Lancôme, Armani, Miu Miu, etc. (Ver Figura 22)

Siempre citando a Guy de Bourdin como una gran fuente de inspiración, esta dupla dice mantener una diferencia con el resto de los fotógrafos. Al respecto Alas comenta: “La diferencia que mantenemos con otros fotógrafos, honestamente, es que nos preocupamos mucho por la moda. Estamos en la sala de maquillaje, trabajando con el peinado. Nos involucramos mucho más en el look de la modelo que en la iluminación, los cables y las

gelatinas. La parte técnica es simplemente un 50% de lo que hace a una imagen” (Alas, 2003)

Probablemente Mert & Marcus funcionen como una dupla que no sólo abarca las ideas y la técnica fotográfica, sino también la producción de modas. De cualquier forma, cualquier buen fotógrafo se vincula totalmente con el proceso de producción. Una foto no se hace por arte de magia, sino por un largo trabajo y camino en el cual cooperan varias personas pertenecientes a un mismo equipo.

Esta dupla ganó muchísima popularidad a partir del 2000 cuando empezaron a ser buscados por el talento y la habilidad de transmitir mensajes. Tienen un estética que, ya probablemente no sea única, pero si muy marcada. Son reconocidos por sus trabajos para marcas de lujo y sus trabajos editoriales en su mayoría para W y Vogue y para la revista francesa *Numeró*.

Se caracterizan por ser algo desordenados e inquietos, pero a la vez brillantes. La marca personal de este grupo radica en la combinación del encanto de los retratos de la época *glam* de Hollywood de los 30 y 40 del siglo XX con una visión un tanto más futurística y sintética. Por supuesto, no se puede dejar del lado el hecho de que el acabado final de sus tomas está dado en la postproducción digital del material.

Generalmente basan sus proyectos en ideas que rondan la adulación a la figura del cuerpo, no sólo femenina, que en muchos casos suele aparecer como algo extremadamente artificial. Tratan siempre de mandar mensajes que pretenden explorar e investigar a los estereotipos de identidad femenina y para lograr esto recurren a juegos de fantasía y, a veces, hasta un poco cómicos.

Clarísimo está que son unos grandes empresarios, a pesar de todo su costado artístico, y saben que están siempre tratando con las ventas de productos de diferentes empresas. Sin embargo es probablemente la idea de transmitir mensajes lo que más los

mueve o que por lo menos buscan en los momentos de preproducción. Sin embargo, ese mensaje no es siempre bien transmitido o evidente.

Alas comenta: “El secreto de una campaña fuerte es una muy buena imagen y un muy buen personaje. Hay que comunicar una esencia sin palabras, sin el tacto, sin sonidos y sin olor. Obviamente, estamos acá para vender un producto – no podemos disfrazar el hecho – pero el truco está en decir ese mensaje en una forma poco convencional, donde no solo se trate de una venta. Necesitas mantener una identidad del mensaje, de los sentimientos y de las emociones del diseñador. Al final del día, mientras más espectacular sea la imagen, más espectacular será la relación que mantienes con el personaje. Si ves una cartera de JLo en Times Square y si tu tienes la misma, te vas a sentir especial, te vas a sentir parte de la pandilla. Ese es el momento en donde la imagen funciona”. (Alas, 2003)

Capítulo 5

El lenguaje Newton: consideraciones visuales y estéticas

El trabajo de Helmut Newton sin duda estuvo siempre influenciado por varios aspectos dependiendo la época y el lugar. Es claro que el estilo es único y jamás cambió, pero lo que sí cambio fueron los elementos incluidos en sus trabajos y los conceptos que regían sus producciones.

Las ideas creativas pertenecen a un círculo que es probable que nunca se cierre. Las ideas no vienen de la nada y un estilo está ligado a ciertos temas o ciertos personajes pasados o contemporáneos. Las artes visuales se nutren del arte mismo. El trabajo de Newton no es arte, pero es el concepto que más se acerca para definirlo. Para entender su legado es preciso conocer las bases, las plataformas donde este fotógrafo sostenía todo su trabajo.

Claro está que su trabajo evolucionó pero siempre dentro de un mismo marco. Las mujeres movían su mundo y Newton, con el pasar de los años, fue adquiriendo diferentes obsesiones que lo llevaron a crecer como fotógrafo y a seguir agregando siempre una

cuota de originalidad y desafío. Estas obsesiones fueron sus influencias y esas influencias determinaron cada una de sus fotografías. Este capítulo pretende destacar aquellos puntos que definieron su estética.

Lo interesante de Newton es que a lo largo de su vida, incluyendo su infancia, fue recolectando ideas que, años más tarde, con una carrera en alza, fue capaz de concretar y materializar.

Es quizás un tanto complicado separar conceptos o disparadores porque generalmente en una misma producción se pueden ver varias influencias mezcladas, lo cual hace que las bases de las fotografías no sean algo simple. El nivel de complejidad que Newton le aplicaba a sus tomas fue reduciéndose a medida que pasaba el tiempo.

5.1 Influencias Reconocidas

5.1.1 Años en Berlín

Luego de conocer la historia de vida de este fotógrafo, saber dónde estuvo, con quién y cuándo así como también el porqué de su estadía en un lugar no es complicado entender cuáles fueron sus disparadores.

Su pasión por la fotografía comenzó a muy corta edad y fueron pocas, pero muy intensas, las cosas o situaciones que capturaban el total de su atención: la fotografía, las mujeres y la natación. Posteriormente se sumaron a esta lista los espacios como los cuartos de hoteles, los autos, los suburbios y demás.

En contra de su voluntad, a los 13 años fue anotado para realizar clases de natación en un club berlinés. Es quizás un tanto irónico que no haya estado de acuerdo al principio por que posteriormente este mismo deporte se habría convertido en una de sus pasiones. Le fascinaba nadar y llegó a ser muy bueno, pero no era sólo el hecho de nadar lo que lo enloquecía. Su cuerpo fue cambiando: era más delgado, esbelto y sus hombros

se ensancharon. Comenta al respecto en su autobiografía: “Me encantaba la sensación del agua, era mi elemento, me sentía completamente a gusto allí dentro. La natación se convirtió en mi pasión.” (Newton, 2002, pág. 37) Pero a pesar de lo que el agua le hacía sentir había un detonante más: las mujeres. Las nadadoras tenían un cuerpo fantástico para Newton.

Para esa época, Helmut era virgen y sus fantasías se alimentaban con los pezones erectos que los trajes de baños negros y mojados dejaban ver. En la Figura 23, la modelo Brigitte Nielsen posa en la pileta de un club, de espaldas usando un traje de baño de competición que claramente remite a las memorias de Newton. Es ese mismo el tipo de cuerpo que Newton recuerda de aquellos años: esbelto, flaco pero redondo.

Cuando los recuerdos son tan fuertes es un tanto difícil escapar de ellos. La combinación de la sensación del agua y las figuras femeninas fue plasmada varias y muchas veces en sus producciones. En gran parte fueron todas realizadas en Montecarlo y Los Ángeles: playas o piletas.

En *Frames From The Edge* comenta: “He fotografiado muchas mujeres que son excelentes nadadoras o buzos. Me fascina pensar en cómo una persona flota en el aire, como un artista de circo cuelga de un trapecio. Vuelan o flotan, solamente se puede hacer eso en un trapecio o en el agua”. (Newton, 1988) No siempre dentro del agua, sus modelos posan en las cercanías de las piletas de natación de casas, hoteles o clubes. (Ver Figuras 24 y 25)

Otra de sus obsesiones que creció durante los años de juventud fue la atracción hacia los hoteles. Los cuartos, lobbies y sectores del personal domestico de los hoteles se volvieron los escenarios predilectos de sus producciones. Esta pasión nunca hubiera podido ser descubierta de no haber sido por la posición económica de sus padres que le permitieron conocer el mundo del lujo.

En *Frames From The Edge*, un documental sobre el fotógrafo, Helmut Newton explica: “Mis padres solían pasar sus veranos en spas y en hoteles elegantes. En esos días, probablemente estaba de moda hacer eso. Entonces yo pase mucho tiempo en estos grandes y hermosos hoteles. Todavía tienen un encanto misterioso que me atrapa. En un hotel eres un extraño, no es tu casa. Dormís en una cama en la que muchos han dormido antes que tú y todos los días, todas las semanas, todos los meses, alguien más miró las mismas paredes. Siempre encontré eso muy excitante y de alguna forma también erótico” (Newton, H, 1988).

El glamour de los hoteles lujosos y su respectiva contraposición con los desnudos femeninos crearon una combinación infernal que captura la mirada de cualquiera. Los cuartos de hoteles tienen sentimientos y voces. Todas las fotografías que se realizan dentro están cargadas de historias y climas de todas las personas que pasaron por ahí y con todos los eventos que ocurrieron dentro. Newton creía que esas fotografías reflejan soledad y melancolía. (Ver Figuras 26 y 27). Generalmente, su pasión por los hoteles estuvo bastante ligada a otra de sus obsesiones, esta vez, con el sadomasoquismo. Las historias que relataba siempre respondían a mujeres poderosas en reuniones sociales o simplemente disfrutando del lujo y exponiendo lujuria.

Los hoteles son un lugar de tránsito y siempre esconden historias privadas que son difíciles de conocer. Newton eligió plasmar algunas de sus historias en sus producciones y crear relatos sobre la oscuridad de estos espacios, los vicios, las fantasías y *affairs* de aquellas mujeres que siempre visten *stilettos* negros.

Fig.26: *Paris Affair*, Helmut Newton. 1976

De cualquier forma, no sólo los espacios lujosos de los hoteles más caros de París se convirtieron en la escenografía de sus producciones sino que también eligió recurrir a hoteles baratos, moteles y los rincones oscuros de las prestigiosas cadenas. “He sacado muchas fotos de modas en sitios que me recuerdan a mi infancia, y aún es posible

encontrar este tipo de lavaderos de los grandes hoteles antiguos donde me gusta fotografiar” (Newton, 2002, pág. 41) (Ver Figura 28).

5.1.2 Crash de James G. Ballard

James Graham Ballard (1930) nació en una comunidad británica en Shangai. Es escritor de novelas e historias cortas, obras con las que se convirtió en un exponente de la rama de la ciencia ficción.

Hay una obra particular, *Crash*, escrita en 1974, que difícil de describir, es una novela que relata la historia de una pareja que atravesaba una crisis luego de reiteradas infidelidades por parte de ambos. Llegado a un punto de la novela, el protagonista, James, choca de frente contra un auto, accidente en el cual muere un ocupante del otro vehículo y deja herida gravemente a una doctora llamada Hellen.

Posteriormente, James y Helen vuelven a encontrarse y él descubre que ella es raramente seducida y excitada por el peligro creado por los accidentes y los potenciales accidentes. Más adelante, James se ve cada vez más involucrado en el asunto y conoce a Vaughan, un científico un tanto loco que fue desfigurado en un accidente, y lidera un grupo de fetichistas que le hacen culto a los accidentes. Vaughan invita a James y a esta doctora a formar parte de este grupo que creía en la liberación de energía sexual a través de los choques. El científico arrastra a James y a la doctora hacia el mundo surrealista de sexo en los asientos traseros de los autos, y a la recreación de famosos accidentes como el de James Dean y el de Jayne Mansfield. La historia está basada en las situaciones bizarras que los protagonistas van atravesando y en la transformación ideológica que van sufriendo.

Plagada de imágenes y metáforas, *Crash*, es una historia totalmente visual que invita a la conciencia de quien lo lee a pervertirse y a dibujar un mundo de fantasías

eróticas y realidades imposibles. Ballard se caracteriza por escribir ciencia ficción, pero, en este caso, la ficción no está dada por robots o monstruos, sino por hechos generados por las mentes más pervertidas.

Fue llevada al cine en 1996 por David Cronenberg (1943), quien dirigió también historias como *Martes 13* y *Madamme Butterfly*. Probablemente, *Crash* sea la versión filmada de la parte más significativa de la obra de Newton. Ballard comenta al respecto: “No veo a Helmut Newton como un vendedor de pornografía suave sino como el creador de un mundo imaginario único no muy lejano de *Crash* – amaba los films de Cronenberg, y hace poco en Londres le dije, que si alguna vez hiciera una película, sería como *Crash* de Cronenberg; y no estuvo en desacuerdo conmigo.” (Ballard, pág 96).

En la edición española de *Crash*, publicada por Editorial Minotauro en 1974, Ballard escribió un prólogo titulado *La reforma del cuerpo humano con tecnología moderna*, lo cual resume ampliamente la trama de la historia y probablemente también un poco del trabajo de Newton. Tanto en el libro como en las fotografías de Newton se puede ver “un cataclismo pandémico institucionalizado en todas las sociedades industriales” (Ballard, 1974, pág vii) Ballard refleja, a través de la industrialización acelerada y la pornografía, tanto en el libro, como en el prólogo de ésta edición, la manipulación y explotación de la civilización. Encontró la forma, por medio de lo sexual, de retratar, quizás exageradamente, la despiadada y compulsiva forma que tiene el hombre de actuar y de devorarse los unos con los otros.

Diferente a la ideología de Ballard, quien cuestiona a la sociedad y presenta un mensaje con una connotación política, Newton, simplemente refería a las formas y a sus fetiches, dejando de lado cualquier tipo de crítica social.

Ambos dos fueron dos apasionados de los vehículos, sin embargo, Ballard comenta al respecto “A lo largo de *Crash* he tratado al automóvil no sólo como una metáfora sexual sino también como una metáfora total de la vida del hombre en la

sociedad contemporánea. En este sentido la novela tiene una intención política completamente separada del contenido sexual, pero aun así prefiero pensar que Crash es la primera novela pornográfica basada en la tecnología.” (Ballard, 1974, pág vii) Ballard y Newton, compartían el fetiche por lo estético, pero bajo ningún punto compartían una ideología de denuncia. Mientras Ballard creaba una advertencia o directamente amonestaba a la brutalidad y al dominio del paisaje tecnológico industrial, Newton se alimentaba y vivía de él. (Ver Figuras 29 y 30)

Son muchas las reminiscencias estéticas que se encuentran entre los trabajos de los tres: Newton, Ballard y Cronenberg. Son ellos quizás los creadores de uno de los mundos más copiados por los futuros creadores, diseñadores, directores, fotógrafos y demás personajes del rubro visual.

5.1.3 BDSM: Historia de O

Bondage, discipline, submission, masochism: son las palabras que designan la sigla de un movimiento que se basa en una serie de prácticas sexuales no convencionales. En español: esclavitud, disciplina, dominación, sumisión y masoquismo.

Hasta la década del 70, todo lo que tuviera que ver con el BDSM estaba estrictamente relacionado a prácticas sexuales ocultas y a la pornografía. Helmut Newton encontró en este movimiento un detonante clave que marcaría una gran parte de su carrera.

No fue hasta la década del 90 que se dio a conocer esta terminología, pero es errado usar simplemente el término sadomasoquismo dado a que los conceptos que se involucran no solo refieren al goce y placer por el sufrimiento ajeno o propio a través de la agresión física y verbal.

Newton, apoyado por la editorial de Vogue, pudo elevar al mundo comercial un mundo totalmente oculto, lleno de fetiches que se basaba en el cuero, las esposas, el dolor y el placer.

Sin duda, una de las obras más características de este movimiento fue *Histoire d'O*. El libro publicado en 1954, es un clásico erótico escrito anónimamente por la intelectual francesa Dominique Aury bajo el seudónimo de Pauline Réage. Nunca tuvo intenciones de ser publicado pues fue escrita por esta tímida escritora en honor a su amante secreto, su editor, Jean Paulhan y como una forma para captar su atención y alimentar la pasión del editor por la literatura erótica.

En su autobiografía, el fotógrafo sostiene: “La primera vez que leí Historia de O fue a principios de los sesenta, cuando encontré una edición rara en una de las librerías de la ribera del Sena. La venta del libro estaba prohibida para la mayoría de los países por sus descripciones graficas de actos de sadismo y masoquismo. Ha ejercido una fuerte influencia en mi fotografía de modas (...)” (Newton, 2002, pág. 225)

Es la historia de una fotógrafa francesa, O, que se convierte en la esclava sexual de un grupo de hombres de la elite parisina en misterioso hotel. El libro retrata por medio de una escritura elegante escenas explícitas de esclavitud, penetraciones violentas y deseos endemoniados, todo englobado dentro de relatos llenos de fantasías, fetiches y libertinajes. O era una mujer que se somete a una sociedad secreta donde debe acatar ciertas reglas: no podía mirar ni hablarle a cualquier otra mujer presente; debía vestirse siempre con sus pechos al aire y su vientre atado por un corsé de cuero, collar de cadenas y esposas; debía aceptar que cualquier hombre pudiera hacer de ella lo que quisieran. De esta forma, O aceptó todas estas reglas porque sabía que mientras más duro sea el trato, más probaba la veracidad de su amor.

El libro estuvo prohibido durante muchos años en varios países y hoy inclusive es un tanto complicado encontrarlo. La censura categorizó a este escrito que no sólo fue fuente de inspiración de Helmut Newton.

No es fácil para el común denominador de las personas entender algo que tenga que ver con la agresión. Los feministas, por ejemplo, ven a este tipo de prácticas como una degradación de la mujer y la transformación de ser humano a objeto sexual. Lo cual visto desde el punto superficial, no es erróneo sino que es totalmente válido: tanto en Historia de O, como en las fotografías de Newton, la mujer es vista como un objeto sexual, con sus atributos sexuales, físicamente atractiva y completamente separada de sus rasgos de personalidad y carácter. Todos saben que la esclavitud fue abolida hace años atrás y lo que implica este movimiento, son puras decisiones personales. Una periodista del diario *The Observer* de Inglaterra comenta al respecto: “Es un trabajo absolutamente feminista que le da poder a las mujeres. Por primera vez, una mujer está revelando su vida sexual y es la mujer quien domina la situación, sus sentimientos, sus respuestas y su trayectoria” (Bedell, 2004)

En el caso de Audry, el personaje que creó estaba completamente orgullosa de sus condiciones de esclavitud; y en el caso de las modelos de Newton, todas eran mayores de edad y capaces de valerse por sus propios derechos y probablemente hayan sentido el mismo orgullo que sintió O de su condición BDSM.

Dentro de la producción de Newton hay trabajos donde se trata el BDSM de una forma bastante más explícita que en otras. De cualquier forma, los conceptos que rigen a este movimiento están siempre presentes, a veces, bastante escondidos. Las mujeres de Newton siempre son dominantes y determinadas. Es raro encontrar en un trabajo de este fotógrafo alguna situación en la que el hombre domine a la mujer, casi imposible de hecho.

En 1969 realizó una producción donde plasmó de forma brutal, explícita, obvia y demasiado sugerente su atracción hacia este movimiento. (Ver Figura 31) Esta producción combina tanto su interés por el sadomasoquismo, así como también su pasión por los cuartos de hotel y las calles parisinas. Todos los elementos que son utilizados por los sadomasoquistas están presentes en las tomas de Newton: corsés ajustados, trajes negros, zapatos o botas muy altas, cadenas esposas.

Este tipo de censura es el mismo que enfrentó Audry es similar al que enfrentó Newton. La sociedad conservadora no siempre está lista para ver determinados actos sexuales que ponen en riesgo la integridad de una persona. Retratar el mundo del sadomasoquismo puede llegar a incomodar. La diferencia radica en que así como es una elección esa cultura, es comprensible que también sea una elección apreciarla. En este caso, las fotografías de Newton fueron publicadas alrededor del mundo entero y cualquier persona que lea una Vogue puede encontrarse con estas imágenes fuertes. El BDSM dejó de ser una opción y pasó a ser una suerte de encuentro accidental.

La década del 60 marcó un punto de giro en la fotografía de modas incluyendo el sexo explícito. Helmut Newton, fue, junto a Guy de Bourdin, entre los más reconocidos, quien exploró un mundo que había sido explorado antes pero de una forma más privada. Los códigos sociales y de sexualidad reflejados en las actitudes y la moda dieron paso a la abertura de los relatos y fantasías de la clase alta.

En el libro *The Focal Encyclopedia of Photography*, su autor explica al respecto de Newton: “Creó un mundo erótico cargado de predadores y presas sexuales. Su singular mezcla de sexo y teatro se convirtieron en su estilo personal. Las imágenes de Newton para Vogue tituladas “Historia de Ohh” en la que se retrata a un hombre, dos mujeres y un perro son consideradas comprometedoras en su posición de muestra de un mundo escondido abierto donde la lujuria se hace explícita”. (Checefsky, 2007, pág 203)

5.1.4 Alfred Hitchcock

Alfred Hitchcock (1899-1980) es uno de los más grandes y mejores directores del séptimo arte y quizás uno de los más reconocidos exponentes de la época vanguardista del *Film Noir*. No hace falta ver toda su filmografía, que incluye cortos y largometrajes, producciones, coproducciones, guiones, etc., para comprender el tipo de cine que le gustaba realizar. Lo que caracteriza a este director es bastante lineal, simple, y clásico. Tiene una obra bastante compacta que se resume en varias características.

Generalmente, sus guiones eran bastante parecidos los unos con los otros, pero diferentes a la vez; es decir, Hitchcock apelaba al mismo tipo de argumento: son siempre historias de suspenso, donde hay asesinatos, pistas que parecen ser verídicas y posteriormente falsas.

Muchos de sus trabajos son adaptaciones de novelas de suspenso que son fueron llevadas a la pantalla grande a través de una simbología bastante rica. Fue precursor de muchos tipos de planos, como el secuencia, y acreedor de muchas técnicas nuevas nunca antes vistas.

Hitchcock brilló en una época del cine que estaba totalmente abocada al público medio que entendía de historias de amor, héroes y heroínas como Clark Gable y Marlene Dietrich. Durante la *Golden Age* de Hollywood y la respectiva estandarización del cine, Hitchcock pudo escapar de estas reglas impuestas para brindar relatos diferentes.

Para realizar estos relatos diferentes, Hitchcock les dio a sus personajes, a muchos de ellos, la actitud de *voyeur*. Según la Real Academia Española un voyeur es “aquella persona que disfruta contemplando actitudes íntimas o eróticas de otra persona” y que no implica una acción sexual posterior por parte del que observa.

Su más claro ejemplo es el film *La Ventana Indiscreta*, que narra la historia de un fotógrafo que había sufrido un accidente y quedó invalido. Matando el tiempo observando a sus vecinos por la ventana descubre un crimen. De esta forma, hace que el espectador

capte el mismo papel de observador ya que una gran parte de la historia esta filmada desde el punto de vista del fotógrafo.

Es grande la coincidencia con el trabajo de Newton, quien, en gran parte de su trabajo, funciona como voyeur. Al respecto, una de sus modelos comenta en el documental que narra su historia *Frames From The Edge*: “No intenta remplazar a la cámara. Si observas sus fotografías, especialmente aquellas que no están producidas, te das cuenta que él toma la posición de alguien que observa la escena mientras ocurre. Lo encuentro muy raro. Uno siempre cree que hay una perspectiva ideal para cada cara o cuerpo, pero su ángulo siempre era delicadamente diferente. Tiene los ojos de un voyeur siendo un excelente observador al mismo tiempo” (1988).

El rol de Helmut quizás, no es ser un *voyeur*, sino, probablemente hacer que quien mire sus fotos se transforme en un *voyeur* en sí mismo y abrir una ventana hacia un mundo totalmente prohibido lleno de erotismo, sexo y situaciones extremas. Un *voyeur*, es un mirón, alguien que espía constantemente solo por el placer. A diferencia de los personajes de Hitchcock, quienes generalmente observaban situaciones de riesgo y crímenes, lo que Newton invitaba a ver eran prácticas sexuales en gran parte mezcladas con elementos bizarros, cuartos de hoteles, tacos altos y piernas largas.

Mientras que el director de cine se mantenía en la línea del cine de suspenso, Newton llevó el suspenso hacia el lado de la pornografía suave. Es complicado elegir un solo ejemplo para ilustrar ésta característica dado a que en gran parte de su obra se puede encontrar. (Ver Figuras 32)

Otra de las características que los unen, a pesar de que Newton diga lo contrario al sostener que reconoce a las mujeres que le gustan cuando las ve, ambos dos compartían un fanatismo por la misma clase de mujeres con la diferencia de una década. Mientras que uno tenía locura por figuras como Grace Kelly y Doris Day, el otro estaba enceguecido por estereotipos que remiten a maniqués.

Hitchcock fue una gran influencia para muchos movimientos y artistas. El más claro ejemplo de su influencia sobre Newton, es la reproducción de una escena de la película *North by Northwest* producida en 1959, en la que el protagonista, Cary Grant, es perseguido por una avioneta. (Ver Figura 33 y 34) Sobre esta misma producción realizada para Vogue, Newton recuerda: “Fue idea de June (...) Me la dio por teléfono y no pude decir más que “Vaya, qué gran idea”. En verdad fue muy difícil, pero la hice. Los fotógrafos de revista nos superábamos los unos a los otros en todas partes, produciendo fotografías de moda curiosas y divertidas que no solo mostraban el vestido sino que iban mucho más allá.”(Newton, 2002, pág. 180)

En este último párrafo, no solo Newton reconoce la clara influencia y su gran atractivo por el cine de Hitchcock sino que también presenta a su esposa June, como una de las grandes fuentes de ideas para sus producciones. La combinación de éste a casal era un torrente imparable de ideas nuevas y creativas.

5.1.5 Film Noir y archivos policiales

Otras de las grandes fuentes de inspiración de Newton fueron los archivos policiales y las noticias diarias sobre crímenes, asesinatos, muertes y cualquier otra situación oscura que implique una víctima y un victimario.

Probablemente esta gran influencia haya sido promovida por medio de la euforia del cine negro en la década del 50 donde directores como Hitchcock, Wilder y Fritz Lang que hicieron de sus historias una nueva vanguardia que marcaría los caminos de muchos artistas posteriores.

Los archivos policiales significaban para Newton y su esposa June una fuente de historias interminable con millones de detalles que no merecían ser pasados por alto. Todas estas historias habían sido llevadas a la pantalla grande, pero nunca a las tapas de una revista de moda.

Desde la década del 40, con el cine negro y antes con el expresionismo alemán, los directores y guionistas se nutrieron de los mismos archivos policiales agregándoles algunos condimentos para hacerlos más dramáticos. De estos tipos de historias de detectives y suburbios de ciudades grandes se desprende la idea de *Femme Fatale*, aquella mujer que lo puede contra todo y que usaría su seducción como arma de manipulación.

Al igual que la clase de mujeres, hay ciertas características del cine negro que son totalmente aplicables a la fotografía de Newton realizada aproximadamente 30 años después del furor de esta vanguardia. Tanto las películas de la época como el trabajo de Newton parten de historias de la realidad callejera y de narraciones literarias que probablemente hayan estado basadas en hechos de la realidad.

En cuanto a cuestiones técnicas y estéticas el cine negro y la fotografía de Newton estaban visualmente marcadas por la expresión de luz: cantidad, calidad y dirección, generando sombras muy duras para aumentar el dramatismo. La profundidad de campo bien definida es otro de los aspectos en paralelo así como también los ángulos de cámara un tanto rasantes. Más que la técnica las similitudes están en las temáticas y en la elección de locaciones las cuales muchas veces, en ambos casos, se podían apreciar interiores con ventanas venecianas, cuartos oscuros y claustrofóbicos como cuartos de hoteles precarios y casas gigantes.

En rasgos bastante generales, la fotografía de Newton que está orientada a esta temática muestra la oscuridad y el lado no humano de la naturaleza humana con cinismo y amor endemoniado. Lo interesante es notar como las protagonistas intercambian roles entre mártires y torturadas y asesinas.

Mientras que en el cine negro se trabaja desde la crítica sociopolítica, Newton trabaja desde el vacío y lo material de los cuerpos bonitos que tienen el poder de la convicción. Todas sus mujeres son *femme fatales*, actrices y si aparecen como víctimas,

son simplemente víctimas por que quieren serlo y no porque fueron subordinadas a un nivel más bajo.

Los archivos policiales y fotos forenses fueron una gran inspiración para este fotógrafo que supo mantener la entereza de sus modelos. Los crímenes son simple actuaciones, insinuaciones y nunca hay rastros de elementos totalmente dramáticos como sangre. (Ver Figura 35) De alguna forma, lo extremo y no lo perverso es lo que cautiva las mentes y genera fantasías.

5.1.6 Memorias y otras historias

No todo en la vida de Newton era tan complejo o tenía bases tan fuertes. De la misma forma que no sabía qué tipo de mujer le gustaba hasta que la veía, muchas de sus producciones no tomaban forma hasta que algo le sucedía. Las historias que hay detrás de muchas de sus fotos son innumerables.

Con Newton ya fallecido es casi imposible descifrar todas las historias que se esconden. La única testigo viva que presencié gran parte del trabajo fue su esposa, June, que ha revelado en varias entrevistas algunas de los trasfondos de las producciones de su marido. En su autobiografía Newton comenta al respecto de su esposa y su respectiva cooperación: “Me pasaba noches y noches enteras con June elaborando ideas maravillosas para las páginas de la revista. La exprimía hasta que se le ocurría algo a lo que pudiera hincarle el diente. Fumábamos paquete tras paquete de cigarrillos sin filtro, liquidábamos botellas de whisky y aguantábamos hasta el amanecer desarrollando ideas. “¿Qué te parece esto?”, preguntaba June, y yo le contestaba: “¡No, no, tú eres capaz de mucho más!”(Newton, 2002, pág. 180)

Hay una historia, quizás la más conocida, que sin duda define la personalidad de Newton, que fue revelada por él mismo en *Frames From the Edge*. Fue a mediados de la década del 70 cuando Newton esperaba a su modelo en un hotel en París para realizar

una producción. Sus asistentes le avisaron que la modelo había sufrido un accidente y que no podía trabajar. Jenny Capitain, hoy editora de modas, tenía su pierna derecha completamente enyesada y un collar ortopédico. Newton adoró la idea de retratar a la mujer desnuda en las condiciones en las que estaba. Fue así como, casi de improviso, realizó una de sus mejores fotografías. (Ver Figura 35)

Ella, en un cuarto lleno de lujos de un hotel precioso, casi manteniéndose en pie con la ayuda de un bastón, inspira una grandeza sensual. Su desnudo pasa a desapercibido casi, no es lo erótico lo que se transmite, sino su estatura y estilo para llevar adelante su condición de accidentada.

Newton recuerda: “Erich von Stroheim siempre había sido uno de mis héroes: inspirado por su papel de comandante alemán en la película de Renoir *La gran Ilusión* y la obra de Dürrenmatt *La visita de la vieja dama*, comencé una serie de fotografías de mujeres con corsés ortopédicos, cuellos ortopédicos y escayolas”. (Newton, 2002, pág. 242). Este personaje de ficción habría influido en su estilo personal.

Es curioso descubrir una contradicción en sus palabras: mientras reconoce en el documental que se dio todo por casualidad, en su Autobiografía reconoce que fue algo intencional. De cualquier forma, todo es válido. Newton tenía una fuerte atracción hacia todo lo que implique un daño físico provocado por alguna desgracia o por intenciones propias como se vio en las tomas realizadas bajo las reglas del BDSM. Su atracción hacia von Stroheim existió siempre y Jenny Capitain simplemente apareció para cumplir su fantasía.

Newton pasaba los inviernos europeos junto a su esposa en Los Ángeles. Fue precisamente en esa ciudad donde conoció a una mujer de nombre Penny, quien trabajaba en una estación de servicio y atendía con frecuencia al señor Newton. Al respecto comenta: “Conozco a Penny desde hace cuatro años. He venido a cargar

Fig.29: S/T. Helmut Newton, 1978

gasolina aquí y lo que me impresionó de Penny fueron sus uñas, a las que yo llamo *California Nails*" (Newton , 1988).

Lo interesante no son las uñas en sí sino la capacidad de Newton de prestarle atención a los detalles más pequeños que lo rodeaban. De esa idea nació una fotografía que se convirtió en un mito. (Ver Figura 37) Lo curioso es que no aparenta ser una fotografía realizada en alguna producción sino que fue realizada al casualmente. La mano de la mujer que sostiene los billetes no son precisamente de una mujer flaca y alta. Son pocas los retratos de abstracciones de alguna parte del cuerpo que Newton realizó y casi incontables son las fotografías de mujeres rellenitas o subidas de peso.

Una gran característica de Newton que lo hace sobresalir del resto es que siempre llevaba a cabo todos sus proyectos, o casi todos, por más pequeños que sean. Todas sus fotografías cuentan siempre con un detalle que tiene reminiscencia en alguna otra historia del pasado. Uno de los más claros ejemplos, es la fotografía que le tomó a Paloma Picasso a fines de los 70 con un monóculo. (Ver Figura 38)

El monóculo, elemento simple, tiene una gran historia por detrás. Cuando Newton trabajaba para Yva, en la Alemania nazi, había otra chica que trabajaba con él, que siempre usaba trajes oscuros para trabajar dentro de laboratorio y usaba un monóculo para mirar bien los negativos, detalle que, para variar, excitaba al Helmut adolescente.

Cuenta en su autobiografía que su padre también usaba uno, pero sin cordón. Dice al respecto: "Llevé un monóculo en mi bolsa de mi cámara durante muchos años, y siempre que podía, lo usaba. Hay una de Paloma Picasso tomada a finales de los setenta o a principios de los ochenta en Niza. Saqué el monóculo y le dije: "De prisa, Paloma, pónitelo en el ojo". Ella lo hizo y le tome una instantánea. En realidad no tenía nada que ver con Paloma, pero siempre me ha gustado esa foto". (Newton, 2002, pág. 55)

Como se mencionó previamente, Newton siempre llevaba a todos lados sus anotadores. Su memoria no era lo suficientemente buena como para guardar todas

aquellas ideas que se le iban disparando a medida que transcurrían sus viajes, conocía gente nueva y lugares nuevos.

En gran, gran parte, sus modelos eran todas altas, flacas, de piernas largas, tez blanca, pechos medianos, características que describen perfectamente a un maniquí. Newton relata que su interés por estas reproducciones del cuerpo femenino nacieron en 1968, luego de realizar una producción para el Vogue inglés donde enfrentó a una modelo y a un maniquí, las cuales tenían un alto nivel de parecido. Al respecto de estas muñecas comenta: “El empleo de los maniqués me permitió montar escenas bastante osadas para el Vogue francés. Utilizar modelos vivos habría sido demasiado arriesgado” (Newton, 2002, pág. 222)

Diez años más tarde, Newton seguía pensando de la misma manera. Al intentar fotografiar vestidos de alta costura en el Pont Alexandre III, París, volvió a optar por sus adoradas muñecas, él sabía que no podía pedirle a sus modelos que se pararan en pleno invierno en el borde de la baranda que da directo al Sena. Sin embargo, no intentó reemplazar a las modelos sino que su enamoramiento por los maniqués crecía. Al hablar de ellos dice: “Es fascinante jugar con los maniqués. Todos tienen una personalidad diferente. A menudo les pongo nombre. Hay una realmente sexy con mirada de sumisa. La llamo Georgette. Siempre sale genial en las fotos (...) Puedo elegir entre cinco bellezas amontonadas en la furgoneta”(Newton, 2002, pág. 246). Newton las prefería de metro ochenta, pechos estupendos, y grandes caderas. El único defecto de estas muñecas era la falta de vello púbico y axilar. (Ver Figura 39)

Las historias para contar, los detalles para evaluar, y los elementos para resaltar, son interminables. Este subcapítulo simplemente pretende hacer un recordatorio, a prestar atención a todos aquellos detalles que hacen a las fotografías de Newton y que este fotógrafo al enfrentarse con un fondo de papel blanco no funcionaba de la misma manera que frente a una escenografía encontrada por casualidad.

5.2 Recursos técnicos y estéticos

Newton era un apasionado de la lectura y del cine, pero no era precisamente un intelectual que se interesaba por conocer sobre nuevas técnicas fotográficas, formas de iluminación, nuevas cámaras, semiología, semiótica y otros caminos que lo ayudaran a transmitir de una mejor forma sus ideas. Sin embargo, todas estas cuestiones están presentes dentro de su trabajo.

Probablemente no se haya destacado por ser el mejor en ninguno de estos campos, pero no es excelente quien domina un campo pero no el otro, sino quien tiene la habilidad de combinar todo, ya sea de manera consciente o inconsciente, para crear obras únicas e irrepetibles.

5.2.1 Contraposición de los escenarios y trabajo de campo

Probablemente una de las cuestiones más importantes y que más definan a este fotógrafo es la contraposición de escenarios y su respectivo trabajo de campo. Newton era un tanto alérgico a las tomas en estudio por lo cual la gran parte de su producción está realizada en exteriores.

Son muchos los rincones del mundo en los que se pueden encontrar escenografías espectaculares y misteriosas para fotografiar, por lo cual, la única vez que se remitió a hacer un trabajo personal, no por encargo, en un estudio, fue para realizar los “Grandes desnudos” en la década del 80 que centraba toda la atención, precisamente, en los desnudos.

Casi cualquier rincón serviría de fondo para una producción. Esto no significa que “cualquier cosa estaba bien” sino que Newton tenía la habilidad de detectar virtudes en los lugares en los que nadie quiere estar: galpones, cuartos de hotel baratos, callejones oscuros.

La contraposición de escenarios es característica de la estética Newton. Como se analizó anteriormente, Newton es un apasionado de todo lo glamoroso, la lujuria y los pecados, sin embargo tiene la misma pasión por generar un alto grado de contraste.

En gran parte, sus imágenes son todas contradicciones en sí mismas. Muchas veces optaba por poner a sus mujeres esbeltas, glamorosas, finas y arregladas contra fondos totalmente sucios, baratos, oscuros, tenebrosos, misteriosos, y los respectivos sinónimos de todas estas palabras que no connotan precisamente ambientes de lujuria.

Algo clave dentro del trabajo de este hombre, y que no todos llegan a comprender, es que el poder de la mujer es lo primero que se pone en alza, lo primero que se detecta.

Al superponer a estas mujeres con cierto tipo de escenarios lo que lograba es generar un gran contraste que aumentaba la diferencia de poder. No es que necesitara retratar a una rubia en un basurero para que se entienda lo que él creía la fuerza de una mujer, sino que de ésta forma, lo único que lograba era acentuarlo.

De cualquier forma, no siempre combinaba catástrofes arquitectónicas con bombas sexuales, sino que combinaba fondos y figuras que poco tenían que ver.

De forma inconsciente quizás, Newton recurrió en muchos casos a figuras paradójicas al combinar pensamientos inconcebibles. Como por ejemplo: ¿qué estaría haciendo Eva Hergzigova caminando en bombacha y corpiño con una Louis Vuitton por las calles de París en plena tarde?, o ¿porqué habría Adriana Giotta intentar tiro al blanco en un cuarto sucio lleno de elementos sospechosos?; ¿porqué encontraríamos a Madonna, reina del pop, en un pub *underground* seduciendo hombres bailando sobre una barra llena de alcohol barato? (Ver Figura 40 y 41) Son muchas las preguntas que no cuajan cuando se trata de las obras de Newton.

5.2.2 Retórica de la Imagen:

El mundo de la semiótica y de la semiología es bastante amplio como para describir. Pero dentro de él vive la retórica de la imagen que es aplicada desde la época griega.

La palabra retórica remite al arte de hablar bien o al arte de la palabra fingida. Roland Barthes se encargó de desarrollar la teoría de la retórica de la imagen que involucra tres tipos de mensajes, sin embargo, fueron sus sucesores quienes se encargaron de bajar esta teoría a un nivel de comprensión más simple sin signos y símbolos y oraciones compuestas.

Jaques Durand, lingüista, considera que “la retórica pone en juego dos niveles de lenguaje (el lenguaje propio y el lenguaje figurado), y que la figura es una operación que permite pasar de un nivel de lenguaje a otro: consiste en suponer que lo se dice de modo figurado, podría haberse dicho de modo más directo, más simple, más nuetro.” (Durand, 1970, pág. 82) En otras palabras, la función de la retórica de la imagen es pasar de una preposición simple a una figurada: decir una cosa por otra.

Para profundizar la teoría de la retórica se categorizaron varios tipos de figuras que responden a esta acción de pasar de una preposición a la otra. Son precisamente estas figuras de las que todos los diseñadores disponen para poder mejorar sus trabajos.

Es una herramienta muy valiosa que, cuando es bien usada, tiene resultados infalibles ya que de alguna forma están pensadas para persuadir. Dichas figuras se desprenden del accionar cotidiano de la gente y no al revés. La retórica aporta a la comunicación visual un método de creación que enriquece las producciones. Por lo cual, el uso sistemático de dichas figuras brinda un poder semántico a los trabajos creados. Es tan simple crear una figura retórica que muchas veces su utilización es completamente inconsciente.

El escritor sobre teoría de la imagen, Martín Joly, comenta al respecto de la retórica en su libro Introducción al análisis de la imagen: “La retórica clásica, disciplina

muy antigua instaurada desde la antigua Grecia, marcó e impregnó toda nuestra cultura occidental, al punto de que cada uno de nosotros, en nuestros estudios, en nuestro trabajo en la vida de todos los días, es un Sr. Jourdain, que “hace retórica” sin saberlo”. (Joly, 1999, pág. 84) Pues, Helmut Newton es precisamente uno de estos “nosotros” que aplicaba las figuras que responden a la retórica de la imagen en sus trabajos y no precisamente siendo consciente de ello. Newton es el claro ejemplo de quienes caen en la utilización de las figuras de la retórica de la imagen accidentalmente.

A continuación se darán algunos ejemplos, los más obvios, sobre aquellas figuras que se reiteran bastantes veces en el trabajo de Newton.

La repetición y desdoblamiento son dos figuras que se repiten constantemente en las fotografías de Newton: dos figuras que implican la repetición de un mismo elemento o de elementos similares por lo menos dos veces. Newton, a lo largo de toda su carrera, incluyó elementos en tomas como espejos para reflejar la imagen de las figuras femeninas. Como en la Figura 42, Newton a veces enfrentaba modelos que tenían rasgos muy similares para crear una suerte de simetría. Muchas otras veces optaba por jugar con maniqués y modelos que tenían rasgos completamente similares. Claro, nunca una al lado de la otra, sino con un beso de por medio que las uniera o alguna otra actitud carnal.

La “hipérbole” es una de las figuras retóricas más usadas: implica una exageración desmedida. En el caso de la Figura 43, la exageración está puesta en el modelo femenino y en el tamaño de la mesa. Newton aplicó varias veces esta idea para resaltar algún punto de la imagen que lo haya seducido.

Siempre se considera al modelo femenino como el centro de la imagen, sin embargo, visto con otros ojos, en la Figura 43 la figura retórica que también se puede encontrar es “Íftote”. En literatura es una forma económica de escribir; en esta imagen es simplemente la economía y la pequeñez del tamaño de la modelo comparado con los otros elementos incluidos.

La metáfora fue una gran amiga de este fotógrafo a quien siempre le pareció pícaro decir una cosa pero pretender que se entienda otra. Esta figura justamente implica identificar un término real con una imagen; sustituir un elemento por una idea. Una de sus fotografías más emblemáticas fue la publicidad que Volkswagen le pidió que realizó para el lanzamiento de uno de sus productos más conocidos como el Beetle. En este caso, las piernas, que de hecho son de un maniquí y no de una modelo real, representan una calle, una ruta, una autopista, y el punto de llegada es precisamente una de las partes íntimas femeninas. De esta forma, cambiando una cosa por otra, logra generar una tentación y una sugerencia que cautiva a cualquier hombre. Muchas de sus imágenes están absolutamente plagadas de metáforas, y su fin principal, al igual que el fin de la retórica en sí, es persuadir, tentar las mentes. (Ver Figura 44)

Las figuras retóricas que se pueden encontrar dentro del trabajo de Newton son infinitas. Además, se tiene que tener en cuenta que dentro de una misma imagen rara vez se puede encontrar una sola figura, generalmente las figuras son dos o más.

Entonces, se entiende que Newton partía de ideas alocadas que posteriormente pudieron ser analizadas y desglosadas en técnicas y herramientas para los creadores del lenguaje visual. Nunca partió de un libro de textos sobre como aplicar métodos para generar controversias y crear fantasías, sino que partió exclusivamente de ideas alocadas e inconcebibles para muchos.

5.2.3 Metalenguaje

El metalenguaje como bien lo explica su nombre, es el lenguaje utilizado para hacer referencia a otros lenguajes. El ejemplo más claro de lo metalingüístico son los diccionarios y los libros de gramática que utilizan el lenguaje para hablar y explicar la lengua misma.

Quizás es un tanto más complicado llevarlo al plano de las imágenes. En el lenguaje visual, la función metalingüística se centra en la idea de hablar de una imagen haciendo uso de esa misma imagen. El mejor ejemplo por excelencia y el que quizás más fácil describa esta función es la inclusión de espejos dentro de la imagen.

El metalenguaje se presenta en el lenguaje visual a veces como una figura retórica de desdoblamiento o repetición. Indudablemente cualquier objeto reflectante va a generar una segunda imagen de la imagen reflejada que, en el lenguaje de la semiología, repetir una figura es por la pura y exclusiva razón de resaltar y dar importancia. En el mundo Newton utilizar espejos sigue significando resaltar y darle importancia a las figuras, en este caso a sus mujeres.

El espejo es un elemento que connota vanidad, belleza, lo pedante quizás. Permite a uno mismo descubrirse y autoexplorarse. Es donde una persona se ve reflejada. El reflejo que se encuentra en sus trabajos remite a la belleza más pura de la anatomía femenina. Es un elemento más que se pone en juego en la escenografía para dar a conocer algo más, que, en este caso, no es precisamente el alma, ni ningún tipo de psicología profunda, sino, un costado físico que no llega a verse. Con la utilización de los espejos, la foto deja de tener un solo punto de vista, y pasa a reflejar otros espacios que no son capturados por la cámara.

Por otro lado, el espejo es un elemento de la intimidad y como se mencionó previamente, Newton era quizás un invasor de la privacidad, un *voyeur*. Sin importar que todos sepan que las escenas eran ficticias, Newton contaba historias, al igual que se hace en el cine. Todos saben que James Bond no existe sin embargo todos creen en él y todos creen la historia. Lo mismo sucede aquí: las producciones son historias, y las historias son siempre contadas por alguien que observa, y si el que observa tiene más de un punto de vista para conocer la escena... mejor.

El metalenguaje está en mostrar la misma imagen, pero desde otro punto. Se logra capturar algo más del mismo lenguaje, y se recuenta de nuevo para poder ampliar la imaginación y los horizontes.

En la Figura 45 se aprecia una foto que es bastante reconocida dentro de toda la producción de Newton. Es quizás en la única toma donde se lo puede ver trabajando. La toma original probablemente hubiera sido la modelo contra un fondo blanco usando zapatos negros, y unas piernas de otra modelo que esperaba sentada su turno.

Sin embargo, fueron muchas más las cosas que incluyó totalmente seductoramente para incluir en el plano. Por empezar optó por enfrentar a la modelo a un espejo para poder capturar tanto su frente, como su espalda, sus curvas delanteras como sus curvas traseras: de ésta forma, no perdía ningún detalle de interés. Por cuestiones obvias de la física de la luz, el también aparecería en escena reflejado.

Pero no fue simplemente eso lo que lo cautivó, es decir, no fue la tentación de entrar en escena y ser partícipe de este acto de desnudo, sino que también encontró apasionante incluir al cuarto personaje en escena: su esposa, quien se ha transformado a lo largo de los años en su colaboradora por excelencia y creadora de muchas de las ideas que fueron llevadas a cabo.

Estas son las formas en las que se presenta el metalenguaje en el trabajo de Newton, que no es un metalenguaje simple, sino que es un tanto más complejo por que entran en el panorama otros lenguajes que no se esperaba ver. Este tema está completamente ligado a la idea del trabajo de campo extensivo que tenía Newton y a través del metalenguaje consiguió expandirlo aún más.

5.2.5 Recursos técnicos

Helmut Newton no es precisamente un fotógrafo que se caracterice por la excelencia en su técnica fotográfica, si no que, es un fotógrafo que se caracteriza por la adecuada utilización y el buen dominio de dichas técnicas. En otras palabras, es un fotógrafo que hizo las cosas bien en cuanto a tecnicidad y no un ser que revolucionó la técnica, ni aportó nada nuevo.

Su equipo fotográfico, al igual que sus conocimientos nunca sufrió grandes cambios a lo largo del tiempo. En su autobiografía, Newton dedica un espacio muy pequeño a todas estas cuestiones y explica: “No ha habido grandes cambios en mi técnica de fotografiado desde que era pequeño. En la década de 1930 trabajaba con luz diurna durante el verano y, en invierno, iluminaba los retratos que les hacía a mis amigos con un foco de doscientos vatios. En la actualidad he ascendido a uno de quinientos.” (Newton, 2002, pág. 217)

Son varios los puntos a la hora de analizar una fotografía. A continuación se realiza una breve descripción de algunos puntos que son característicos de la estética de éste fotógrafo.

- Blanco y negro o Color: La mayor parte de la producción de Newton, y también la parte más vista y conocida, es en blanco y negro. Al trabajar para las revistas de moda más importantes del mundo, Newton tuvo que realizar varias de sus producciones en color. Las bajadas editoriales siempre fueron una directiva bastante importante en su carrera y por mucha fama que cobró logrando hacer “fotografía de autor” existían ciertas indicaciones por parte de las diferentes editoriales que no podía obviar. Sus tomas en color son igual de buenas que sus tomas blanco y negro, sin embargo, es en la ausencia de tintes donde más se destacó.
- Respaldo: Newton creció utilizando películas emulsionadas con haluros de plata y otras sales y hasta sus últimos días, a pesar de ya contar con la tecnología de un

buen respaldo digital, nunca traicionó sus raíces. Es difícil cambiar cuando ya se está totalmente acostumbrado a determinada técnica. De cualquier forma, y quizás especulando, no hubiera sido un cambio para mejor. Las tomas en blanco y negro, son y seguirán siendo siempre mejores en respaldo analógico. Por ahora, los haluros de plata no fueron reemplazados por ningún tipo de chip o pixel. Las tomas en color quizás no respondan a la misma regla, aún así, Newton es analógico.

- **Formatos:** Al ser muchas de sus imágenes pertenecientes a producciones editoriales, los formatos son en gran parte verticales. Aquellas que fueron realizadas en horizontal fueron, probablemente por dos razones: para página doble o por estar exclusivamente con la pose de la modelo o lo que se incluía en toma como los escenarios, más de un personaje, etc. En sus comienzos utilizaba cámaras 35mm y posteriormente, para mejorar la calidad, incluyó a sus equipos cámaras de formato medio 6x6.
- **Soporte:** probablemente no sea un concepto determinante de la fotografía de Newton dado a que gran parte de su producción fue creada para ser comercializada. Los soportes fueron variando dependiendo del fin de cada toma, que en gran parte, siempre fueron diferentes variedades de papel: copias fotográficas e impresiones. El archivo personal de Helmut Newton es muy amplio, y en gran parte cuenta con imágenes que miden hasta más de un metro. Una copia de semejante tamaño precisa de una definición y de una calidad impecable. Muchas de sus obras fueron vendidas como piezas de arte y sus precios no eran precisamente bajos. Esto demuestra que cada una de sus tomas denotaban un alto grado de conocimiento sobre la técnica fotográfica. Precisamente son las copias con las cuales Newton tenía una obsesión del detalle bastante importante. Por más ínfimo que sea el defecto, si existía, esa copia iba a ser destruida.

- Óptica: Es característico del trabajo de este fotógrafo la utilización de distancias focales medias y cortas. Si bien tiene material realizado con teleobjetivos su trabajo característico no está definido por la utilización de distancias focales largas. Newton era un retratista, pero no solo retrataba cuerpos y caras, sino también los entornos que el mismo inventaba. Cada escenario era tan importante como la postura de la modelo misma. En gran parte, optaba por un punto de cámara bastante alejado de la escena, si es que utilizaba a más de una modelo, y utilizaba lentes de distancia media (50mm) para no deformar, ni crear grandes fugas de perspectiva.
- Escala tonal y contraste: el contraste en las fotografías de Newton en general es bastante alto. La elección de contraste está siempre ligada al tipo de tomas que está realizando, es decir, con el motivo principal, la escena, los temas y la iluminación. A lo largo de su carrera los ambientes que le dio a sus fotografías estuvieron siempre en el límite de lo prohibido (BDSM, crímenes, orgias, etc.) por lo cual, hacer uso de un alto nivel de contraste es totalmente aplicable. Usar un bajo nivel de contraste sería totalmente contradictorio con lo que Newton intentaba fotografiar. El contraste está muchas veces dado obligatoriamente por el tipo de luz que Newton usaba. Generalmente, si trabajaba de noche, utilizaba luces duras, lo cual sin duda genera una escala tonal bastante acotada. Además siempre utilizaba en escena el blanco y el negro: generalmente en la indumentaria.
- Color: Cuando realizaba tomas el color en gran parte hacia que los colores sean bastante impactantes visualmente hablando. Los labios siempre de rojo, cuerpos desnudos de tez muy clara dejando el color para los elementos incluidos en escena. Ya sea de noche o de día, los colores eran bastante saturados generando así un contraste con la blancura de las pieles. Las dominantes tendían al azul lo cual estaba dado por el tipo de película que utilizaba combinado con la

temperatura color de luces que utilizaba. Trabajaba los verdes y los rojos en gran parte.

- Iluminación: Como se mencionó anteriormente, Newton tenía una forma muy simple de trabajar la luz. Durante el verano y en las tomas en exteriores, prefería recurrir a la luz natural y con su buen manejo de cámara hacía que la luz sea dura y pareja. Para las tomas en invierno, y para aquellas en interiores prefería utilizar o un flash de estudio, a veces de cámara, y los rebotes pertinentes para cubrir todo el ambiente. A veces, optaba por luces de estudio de 500W, raramente más de dos, para cubrir la totalidad de las tomas. Las sombras eran generalmente duras y marcadas.
- Áreas de enfoque: Al no recurrir a teleobjetivos y probablemente al utilizar diafragmas bastante cerrados no existen muchos planos en desenfoco dentro de la producción de Newton. La profundidad de campo y el detalle del foco en casi todos los elementos de sus fotografías es impecable. No coincidiría con su estética recurrir al desenfoco. Cada elemento en toma está incluido por decisión y no por casualidad.
- Plano de toma y punto de vista: Los planos generalmente son generales y medios, nunca cortos, y muy pocas veces detallados (solamente cuando quiere mostrar elementos que le llaman mucho la atención como las uñas). Claro que su producción es bastante extensa, y siempre se van a encontrar retratos de plano corto que resaltan todas las facciones de los retratados pero no son precisamente las imágenes que lo caracterizan. Como se trató anteriormente, los cuerpos eran su debilidad, no las caras. Los planos cortos generalmente eran realizados para gente muy famosa como actores y actrices. Es raro que de una modelo no destaque sus atributos femeninos. Los puntos de vista suelen variar entre normales, apenas contrapicados y picados. Los modelos de Newton tenían una

altura bastante importante, y el fotógrafo retrataba lo que veía desde sus ojos. Otras veces, para resaltar las líneas se agachaba un tanto más y así estiraba las figuras curvilíneas.

Son bastantes los puntos para analizar pero este fotógrafo es dueño de una versatilidad que demuestra que cada toma es un mundo diferente. La técnica es casi siempre la misma con leves variaciones. Sin embargo, así como el nombre lo dice, la técnica es simplemente una herramienta para plasmar sus ideas. Sabía cómo utilizar las técnicas para lograr lo que quería y por sobre todas las cosas era un gran economizador. Nunca gastaba más de dos rollos de película. Sabía lo que quería y preparaba todo antes de disparar. Era sumamente consciente de que tan caro salía realizar una producción a pesar de que sus honorarios no eran para nada bajos.

La variedad de características es proporcional a la cantidad de tomas que realizó. Cada fotografía aplica determinada técnica en respuesta al tema, a la modelo y a la escenografía.

Capítulo 6

La visión de los herederos

No es simple resumir la carrera y el estilo de un fotógrafo a una serie de fotografías. En la carrera de un artista o un profesional, los estilos van variando dependiendo la época y los gustos personales, las experiencias y las vivencias.

Se hará hincapié en aquellos trabajos que hayan sido controversiales y aquellos que de alguna forma reflejen la verdadera esencia de cada fotógrafo.

Dado a que se trata de un tema contemporáneo y de artistas o profesionales jóvenes que todavía se están desarrollando a nivel creativo, los acercamientos y apreciaciones dichos trabajos son subjetivos y no tajantes como definiciones de diccionarios.

6.1 Steven Meisel

Para estas fechas, Steven Meisel ya ronda los 55 años y sólo aquellos que son excelentemente buenos y reconocidos por sus pares duran lo suficiente. Los grandes no son fáciles de desbancar.

Pues algo debe de tener este fotógrafo que sigue trabajando como si tuviera 20. Al tener casi 10 años más que muchos de los fotógrafos contemporáneos, Meisel cuenta con la ventaja de haber crecido y nacido en la época donde la fotografía de modas expandió sus respectivas temáticas de la mano de Newton, Bourdin y Bob Richardson. Creció aprendiendo de estos grandes fotógrafos y se nutrió de todos los trabajos que realizaron. Años después, pudo valerse por sí mismo y continuar ese camino que había sido empezado en la década del 70.

A pesar de negar su interés por la técnica, es un gran dominador de las cuestiones físicas de la luz y de todo lo necesario para que una fotografía esté bien hecha. Sin embargo, lo que lo destaca no es precisamente el correcto uso de un exposímetro, sino la intensidad de sus tomas a nivel emotivo.

Él mismo define su estilo como “un poco escandaloso y atroz, un poco loco o enfermo, cuando se lo permiten” (Meisel, 1989) Bastante acertada es su autocrítica ya que su trabajo siempre ronda el escándalo y lo enfermizo.

“Enfermedad” quizás no es el mejor termino para definir su trabajo sino que sería más apropiado decir que tiene una leve afinidad y se inclina, sólo cuando es autorizado por quien es contratado, para llevar acabo producciones que muchas veces tienen que ver con temas un tanto delicados como el sexo, las violaciones, los accidentes, muertes, y hechos que solamente la gente desbalanceada mentalmente le gustaría atravesar.

Tiene una estética bastante particular que se rige por estos tipos de temas. La estética visual que le da a sus tomas no es muy diferente a los demás fotógrafos contemporáneos.

Este fotógrafo se consagró como un fotógrafo-artista y ya a estas alturas es sólo contratado por aquellos quienes respetan sus ideas, sus conceptos. Lo buscan por ser Steven Meisel y no un fotógrafo de modas. Llegó a donde todos pretenden llegar; al punto tal que construyeron de su nombre una marca registrada.

Para Art+Commerce, agencia neoyorquina que lo representa, definen a Meisel como un gran creador de imágenes en el panteón de la moda y dicen que “Meisel no solo retrata la moda, sino que la define, y le da una resonancia cultural” (Art+Commerce)

Steven Meisel no es el que se esconde tras las gráficas de Prada o las portadas de Vogue, que generalmente tienden a ser más clásicas y conservadoras, sino que sale a flote y brilla cuando realiza trabajos para marcas un tanto más jugadas como Dolce & Gabbanna y Versace. De eso habla cuando se autodefine y dice “si me dejan”.

Desde sus inicios por 1980, el camino que transitó a nivel ideas es bastante parejo: siempre rozando el borde entre la censura y lo admisible. En 1991 realizó un spread para la revista Rolling Stone, edición norteamericana, que tenía como protagonista a Madonna (Ver Figura 46). A simple vista parece obra de Newton en la década del 70: hotel lujoso, una insinuación de orgia, muchos tacos altos, cuadros caros, portaliagas y medias de nylon. Sin embargo, si se afina el ojo se encuentran varios detalles que Newton no hubiera utilizado: Newton jamás le dio tanta importancia a los modelos masculinos. Es raro encontrar una toma de Newton en la que los hombres estén al descubierto y la figura femenina se pierda entre medio de tantos cuerpos exuberantes.

En una toma llena de elementos y de personajes, es difícil destacar a la figura femenina como principal. A pesar del intercambio de vestimenta (femenino-masculino) es tanta la información de la toma que se hace complicado centrarse en lo más importante de la toma. De cualquier manera, la intención es denotar cuales son los temas que cautivaron a este fotógrafo desde temprana edad profesional.

Años más adelante, y ya con un estilo bastante definido y apropiado, fueron tres los trabajos que generan cierta curiosidad. “*State of Emergency*” publicado en la edición italiana de Vogue en Septiembre del 2006, “*Make Love Not War*”, publicado en la misma revista un año después, y el tercero, es la campaña gráfica para la marca Dsquared2 para primavera-verano del 2008. Son quizás estos tres trabajos los que definen el largo recorrido por este fotógrafo que todavía no está cerca de su fin.

“*State of Emergency*” (Ver Figuras 48 y 49) retrata una serie de allanamientos por parte de la policía federal a ciertas mujeres que aparentan ser sospechosas. De cualquier forma, resulta un tanto complicado definir cuál es la historia verdadera dado a que no hay principio ni fin.

Estado de emergencia es sinónimo de Ley Marcial, por lo cual, el gobierno, autorizado bajo la constitución, dispone de los derechos civiles de las personas.

Entonces, si se lee el título literalmente, esto da cuenta de que la serie es una denuncia clara a las fuerzas policiales que no necesitan de un caos civil para apoderarse de los derechos civiles de las personas.

En este caso, Meisel opta por mostrar las últimas colecciones de ciertos diseñadores a través de una historia que, probablemente, ataca a los gobiernos y los incrimina por abuso de poder. Por otro lado, los abusadores son siempre hombres y los abusados son de sexo femenino. Por lo cual, esta campaña podría haber sido tema de discusión para las feministas que defienden una ideología de igualdad.

Una segunda lectura que se le puede dar a este trabajo tiene que ver con el sistema de la moda castigando a la anorexia. Meisel cuenta con varios trabajos que castigan a esta enfermedad y castiga a quienes le hacen apología. Es un tanto irónico quizás viniendo de parte de alguien que lucra constantemente y se nutre del mundo que castiga a las “gorditas” e idolatra a los huesos, las piernas largas y a las panzas chatas.

“*Make Love Not War*” es un *spread* de 20 imágenes que retrata un campamento militar realizado en época de la guerra de Medio Oriente. Otra vez, este fotógrafo atenta contra las decisiones de un gobierno y opina mediante su arte. Son 20 fotografías completamente conmovedoras que transmiten un mensaje bastante fuerte. (Ver Figuras 49, 50 Y 51).

El estilismo y la producción de modas logrados es el reflejo de un tipo de guerra que sólo se conoce por las películas de Hollywood para la gran parte de los lectores de estas revistas.

“Hagamos el amor y no la guerra” es la traducción literal al español del título de este trabajo que hace que el mundo de la moda pase a un segundo plano y de protagonismo a un tema tan terrible como lo es la guerra y deje aflorar el concepto de la paz. Este trabajo es un claro ejemplo de cómo la moda y el arte se unen para hacer

evidentes ciertos conflictos a los cuales una gran parte del mundo es completamente ajeno.

Por último, la campaña realizada para *Dsquared2* (Ver Figura 52) tiene como protagonistas principales al sexo y a los muñecos que se utilizan para testear accidentes automovilísticos, atrás de los cuales se esconde el mensaje de la conciencia vial.

Esta campaña difiere un poco de las otras ya que en algún punto, a pesar de seguir manteniendo un mensaje claro, está totalmente encubierto con temas un tanto más superficiales. La personalidad de Meisel y sus fetichismos afloran bastante en esta producción que muy relacionada esta con el trabajo de JG Ballard quien proponía en su obra *Crash* una reforma del cuerpo humano a través de la tecnología moderna.

En las tomas se ve claramente como los modelos simulan mantener relaciones sexuales con los muñecos, y las modelos parecen disfrutar del momento: tal cual lo hacían los protagonistas de la historia del escritor que tanto influenció a Helmut Newton.

Son bastantes los temas, y también las respectivas interpretaciones, que puede llegar a tocar este fotógrafo y casi siempre, intencionalmente. Dio mucho para hablar y poco tiene que decir al respecto. Simplemente encontró un camino dentro de la fotografía de moda para explicar sus ideologías, generar conciencia social desde un punto de vista diferente y poder satisfacer también su hambre de arte y al mismo tiempo generar altos ingresos.

6.2 Steven Klein

Como todo buen fotógrafo de modas parado frente a la contradicción primordial del género, Klein es celebrado por sus producciones más que por su talento para lograr que en una producción la venta de un producto pase a un segundo plano. Sin dejar de darle importancia a la venta, Klein tiene la capacidad de crear imágenes que impacten.

La fotografía clásica está llegando a su fin, si no es que ya murió y Steven Klein es uno de los encargados de sepultar los clasicismos de Irving Penn y la profundidad sentimental de Richard Avedon.

Con una fotografía renovada en la que se lleva todo a su máximo exponente, Klein es dueño de una estética muy particular que no se basa simplemente en la creación de una imagen. No piensa en lo estático, sino en el movimiento, en la sucesión de eventos y en una historia para contar que genere algún sentimiento. En una entrevista realizada por New York Magazine, Klein comenta: “Quiero encontrar una historia que quiera contar y sentir pasión por ella” (Klein, 2005)

Es un fotógrafo que se encarga de absolutamente todos los detalles: escenario, maquillaje, peinado, vestuario, iluminación, planta de cámara y postproducción digital, entre otros aspectos que se desarrollan en una producción.

Sus modelos o celebridades, dejan de ser quienes son realmente y cobran vida como nuevos personajes dentro de historias que son el reflejo de lo que sucede en las calles y en el mundo. Klein dice al respecto de sus ideas: “No queremos fabricar vidas de ensueño tan ideales como las de las muñecas Barbies. Las Barbies ya no existen”. (Klein, 2004). Una modelo o una celebridad dentro de una fotografía de Klein, no toma poder o fuerza por ser quién es o qué hizo sino por poder mutar y transformar y querer transformarse en llegar a donde el fotógrafo quiere llegar. Son las estrellas quienes están a la merced de un artista que tiene el poder de convencerlos para hacerlos posar en escenas privadas, cargadas de erotismo y que a veces suelen ser poco alagadoras. Es aquí donde se encuentra otra contradicción: del estatus de una superestrella, quizás idolatrada o idealizada, Klein genera riesgo y penumbra. Son fotografías que castigan al mundo de la moda en vez de elevarlo pero siempre de forma oculta bajo disfraces de ropas caras y maquillajes elaborados.

Las imágenes de Klein nunca son sencillas. Tienen una cuota de complejidad bastante importante que en gran parte bailan entre lo oscuro y un aura un tanto prohibida. Esa prohibición a veces se convierte en censura. Hay mucha gente que se siente insultada y no logra capturar el halago. Klein opina al respecto: “Yo publico fotografías solo con buenas intenciones, de una manera neutral. Pero me encuentro con que la gente reacciona basandose en sus propios miedos y deseos”. (Klein, 2004).

Los trabajos más polémicos de Steven Klein, y aquellos que merecen un análisis que sea relevante fueron aquellos *spreads* realizados para la revista *W* de la editorial *Condé Nast*.

En el 2005, Brad Pitt y Angelina Jolie terminaban de filmar la película *Mr. And Mrs. Smith* dirigida por Doug Liman. Sin hacer mucho hincapié en cuestiones amarillistas, de prensa y tabloides, Pitt-Jolie es una dupla que dio al mundo de qué hablar. Acutalmente, son pareja, pero en el 2005, cada uno mantenía una relación con otros personajes del show business. Fue entonces cuando los rumores empezaron a correr sobre supuestas infidelidades y una relación entre estos dos actores. Pitt optó por burlarse de la prensa y le a Steven Klein una idea muy cautivadora que llenaría las páginas de *W* del mes de Julio de 2005. (Ver Figuras 53, 54 y 55).

En el spread de algo así de 33 fotos esparcidas en 60 páginas, Steven Klein junto a Jolie y Pitt buscaron retratar un día en la vida de una familia prototipo en proceso de derrumbe. La producción está ambientada en la década del 60 y fue realizada en una casa decorada para la ocasión en Los Ángeles, California.

Esta publicación se puede entender de dos formas: a) como la celebración de la moda de la década del 60, o b) como una denuncia o una aproximación a las fallas dentro de un matrimonio. Las imágenes siempre son polísemicas de la misma forma que lo son las interpretaciones que se le den.

Un artículo publicado en el 2005 por *New York Magazine*, cita las palabras de Klein donde aclara que su trabajo tiene que ver con la segunda opción más que con la primera. Claro que la función primordial de la revista es acercar a sus lectores prendas de vestir de las más últimas colecciones de indumentaria. Pero aquí es donde, esta vez no sólo el fotógrafo sino también los personajes, suman por la causa de no quedarse simplemente en un muestreo de vestidos y trajes caros.

El portfolio lleva el nombre "Domestic Bliss" que es algo así como Felicidad Doméstica. Si se leen las fotografías profundamente, el título pasa a ser completamente irónico. Hay un juego constante de contrastes y de juxtaposición de elementos que dejan pensar la esencia primordial de dicha producción. En vez de mostrar la típica familia prototipo americana optaron por marcar la soledad, el aburrimiento de la pareja, la violencia casual, una insinuación hacia el uso de narcóticos, mostrando el glamour, lo vintage y lo que a nivel general es considerado atractivo y bello.

Dejando de lado todas las posibles interpretaciones de este portfolio, lo que se propone es creer la historia y creer que realmente existió. En este caso, suponiendo que todo es verídico, Steven Klein vendría a ser quien narra la historia. Siempre presente como un *voyeur*, a la espera de alguna escena que capture su atención. Nada aparenta ser posado, lo cual es una gran pista para descubrir que los fotografiados quizás no quieran ser retratados y poco les agrada la idea de ser vistos en sus más decadentes estados.

El co-productor de éste portfolio, Brad Pitt, mencionó en la entrevista publicada a la par del portfolio: "No sabes que es lo que está mal adentro del matrimonio por que es donde firmaste contrato. La cara visible siempre se va a mantener, pero todo adentro empieza a temblar" (Pitt, B., 2005). Según su declaración para la revista, esos aspectos, combinados con el hecho de sentirse agoviado por la prensa, lo llevaron a premeditar la idea de este portfolio que posteriormente Steven Klein puliría.

Hay una combinación de imágenes color e imágenes blanco y negro lo cual es muy común en las producciones actuales. Dependiendo el contexto de la imagen, la tonalidad que se le de. En gran parte, las imágenes en blanco y negro transmiten más nostalgia y llevan al espectador hacia el camino de lo oscuro y a pensar lo peor, mientras que las imágenes color son más difíciles de leer e identificar. Son imágenes claramente pensadas y responden a un montaje de escenario bastante importante: si se ve la totalidad del portfolio es clave entender que la cantidad de elementos que entran en toma tienen un porqué y todos colaboran en la misma causa: la veracidad.

Es sumamente interesante apreciar como se logra el clima. Todo influye a la hora de crear una fotografía y el clima es una de los aspectos mas difíciles de recrear. En este caso, está dado en gran parte por el tipo de luz que se usa. A veces difusa, a veces directa, cada escena de esta película estática está diseñada individualmente para responder a un conjunto.

Otro de los trabajos que reflejan claramente la estética de Klein, es un portfolio que realizó para la revista W titulado "Stefano & Domenico's Dolce Vita". En este spread de 10 fotografías publicado en la edición de febrero de 2007, Klein retrata a Stefano Gabbana y Domenico Dolce, dueños de la famosísima casa *Dolce & Gabbana*, de una manera un tanto singular. (Ver Figuras 56, 57 y 58)

La producción, o super producción mejor dicho, fue realizada en la península de Portofino en la rivera italiana. Quizás este es uno de los pocos trabajos dentro del portfolio de Klein en el que el retratado, en este caso, los retratados, no juegan a una transformación sino que sacan de lo más profundo de sus almas los fetiches y las fantasías que el mundo no conoce, pero intuye. Sería mucho más simple entender este portfolio si se conociera la vida de estos dos diseñadores oriundos de Milán, pero el juego está en ver para conocer.

En la tierra de Fellini y los Visconti, Klein encontró la forma de mostrarle al mundo quienes son realmente los D&G. Con un estilo que refleja la divina decadencia del estilo italiano, los D&G le hicieron un culto a la belleza, al sexo y a la pasión.

Las imágenes son extremadamente fuertes. Tratan temas varios que es probable que no mucha gente comprenda. De cualquier forma, esta dupla de diseñadores generalmente se vio entre la publicación y la censura. Muchas de sus campañas gráficas de la casa de la cual son dueños, han sido censuradas y han recibido muchas quejas. Ya hace casi 10 años que optaron un por una estética completamente *hard-core* y agresiva, y muchas de sus graficas fueron realizadas por Steven Klein.

En el portfolio realizado se nota claramente que el hilo conductor es el sexo. Innecesariamente se agrega al asunto el tema de religión. Por mucho que Klein afirme que tiene una posición neutral, al publicar algo tan delicado como es la religión y llevado a un nivel de exageración importante y, encima, relacionarlo con el sexo y la homosexualidad, es sin duda querer provocar a los "sensibles". El discurso cambia cuando entran en juego ciertos aspectos que pueden ofender a ciertas personas. Así como existe la libertad de prensa también existe la autocensura.

Las imágenes son de una calidad impecable e indiscutible. La composición y la elección de elementos dentro del plano son las justas y necesarias para que las fotografías sean lo suficientemente bellas y generen un alto impacto visual. Se juega con el desnudo, el glamour y el mundo material. Otra vez, es complicado asignarle un solo sentido a una fotografía o a los elementos incluidos en ella.

6.3 Mert & Marcus

Ya saturados por la cantidad de trabajo y fama, esta dupla turca-galesa se ha consagrado como una de las caras de la fotografía de moda del mundo. Son conocidos mundialmente y todas las estrellas mueren por ser fotografiados por ellos.

Cuentan con un estilo bastante multifacético y es raro encontrar un hilo conductor que se mantenga en todos sus trabajos. Son dueños de un caudal de ideas que parece ser inagotable, un caudal completamente ajeno a la realidad del mundo pero, sin duda, bellísimo.

Sus campañas fotográficas o *spreads* editoriales generalmente se desarrollan a partir de un concepto que muchas veces está anclado al pasado o al futuro y rara vez al presente. A diferencia de otros, esta dupla propone llevar el pasado al futuro o crear el futuro y no denunciar al mundo en el que viven.

En rasgos generales, todos sus retratos transitan el camino de la sofisticación presentando hombres con rasgos femeninos y mujeres con poder y personalidad; y de eso tratan sus retratos precisamente: del carácter y de la fuerza. Lo curioso de esta dupla, que probablemente los distinga del resto de los fotógrafos, es que priorizan el producto estrella por el cual es llevada a cabo cada producción. Si bien se preocupan por cada uno de los detalles, la estrella no deja de ser la prenda o el accesorio. Totalmente consientes de cuál es la función primordial de cada imagen, Alas-Piggott hacen un balance y un equilibrio perfecto entre modelo y producto intentando que ninguno de los dos opaque al otro.

A pesar de contar con una gran influencia del arte, Alas-Piggott son la más clara definición de lo que es un fotógrafo de modas. Dentro del camino sofisticado del vaivén del tiempo, mantienen una cierta clase y altura que los separa de las exuberancias y los une a los antiguos clasicismos de Irving Penn y a la búsqueda de la belleza de las formas de George Hurrell (fotógrafo estrella de la época del Glam de Hollywood de 1930).

Fanáticos de las pieles pulidas y del brillo, Mert & Marcus, como se los conoce, tienen la habilidad de crear imágenes que se amolden a la estética de cada uno de sus clientes o a cada una de las editoriales para las que trabajan. Existen tantas estéticas como marcas y editoriales, por lo cual, tienen una gran variedad de tomas que retratan diferentes ideas y conceptos.

Dentro del grupo de los fotógrafos estrellas, son ellos quienes tienen la característica de la versatilidad: desde una producción en exteriores que cuenta una historia hasta el clásico retrato en estudio de plano americano.

Kate Moss, supermodelo estrella inglesa, es la protagonista de muchas campañas de las más grandes marcas. En las Figuras 59 y 60 aparece como protagonista de las campañas Bulgari y Missoni del 2008. Ambas tomas fueron realizadas por Alas-Piggot quienes recurrieron a los clásicos retratos de estudio.

La campaña de Bulgari remite automáticamente a los retratos clásicos de estudio de la década del 30 y del 40. Los rasgos faciales femeninos están acentuados por la iluminación utilizada que en sombras esconde ciertas partes del cuerpo y así afinan los contornos. Bulgari es una marca que está siempre asociada a la clase alta y a la sofisticación, tanto de la mujer como el hombre. Esta campaña responde a aquellas asociaciones y determina el target.

La misma modelo protagoniza la campaña de Missoni, una marca que se asocia con la mujer moderna, audaz, trabajadora, elegante y a la vez atrevida. La campaña lograda es un retrato de estudio que es totalmente simple pero concisa: fondo blanco, sombras difusas, un cuerpo infernal, una cara aún más infartada y una pose sugestiva que acompaña un vestido que refleja lo que es la marca. Aunque esté muy bien lograda dentro de una revista probablemente se pierda un poco al competir con otras imágenes que son más elaboradas y sugerentes.

En septiembre del 2008, Alas-Piggott realizaron un spread de 29 páginas para la revista W de la editorial Condé Nast, protagonizada por la modelo Lara Stone y con estilismo de Alex White. La producción fue llevada a cabo en Estambul y se buscó combinar la alta costura con la arquitectura y el puerto de dicha ciudad. (Ver Figuras 61 y 62)

Las tomas fueron realizadas en blanco y negro. Regidas por el concepto de lo teatral y las figuras geométricas, se confrontan el pasado de una ciudad antigua y las formas modernas futurísticas de una modelo con rasgos androides.

La modelo que siempre viste de negro, con su cabellera y sus cejas rubias, y sus ojos negros contrasta perfectamente con los grises que se funden en el fondo creando la antigua ciudad turca. Otra vez se vuelve a recurrir a la contraposición de escenarios: esta vez no solo en cuanto a cuestiones visuales sino que también en cuanto a cuestiones temporales.

El estilismo que se le dio a esta producción revela claramente que la intención es darle a la modelo un aire a maniquí futurístico con poses duras y poco sueltas que acompañan a la perfección a las estructuras arquitectónicas con líneas rectas y diagonales rígidas generadas por la perspectiva.

La producción revela la habilidad de variación que posee esta dupla que no está simplemente encasillada en los retratos color de estudio, sino que también muestran el dominio de los exteriores y de la creación de historias cortas que parten de un concepto y que no tienen un principio ni un final claro y estipulado.

Esta serie de fotografías en Estambul es lo más próximo de esta dupla al trabajo de Newton: tiene la misma cuota de sofisticación, sensualidad y erotismo. Esto demuestra que todas esas características no aparecen cuando hay un cuerpo desnudo.

Del trabajo de estos fotógrafos, quizás lo que más se destaca son los retratos de las estrellas de Hollywood, actores y actrices. Lo interesante y particular es que de alguna

manera intentan retratar no sólo a las diosas o dioses por los cuales todo el mundo muere, sino que se vinculan con estas estrellas como personas. Todos los retratos de famosos denotan alguna sensación y si se conoce la historia del retratado, se encuentran ciertas relaciones con sus características personales.

En la Figura 63, la retratada es Penélope Cruz, actriz española, una de las divas de Almodovar, director español. Es una de las mujeres mas sensuales del mundo para muchos, sin embargo, este retrato no denota aires de realeza, sino una mujer, que obviamente es dueña de una belleza particular pero que también habla de su persona. Tiene una cierta reminiscencia a Liza Minelli por el corte de pelo y color de ojos. Esta fotografía publicada en W Magazine en agosto del 2008 habla de Penélope como mujer y no como actriz, ni famosa. Es un retrato en blanco y negro, que técnicamente falló por estar movido, pero ese movimiento habla aún más del personaje.

En la Figura 64, la retratada es Naomica Campbell, supermodelo norteamericana. Esta vez para la revista Vogue, edición norteamericana de diciembre 2008. En este *spread*, la modelo posa con los accesorios de la última colección del año para el invierno: ni el sombrero y la túnica que agarra, ni su imponente cuerpo pasan a desapercibido. Esta toma es un buen ejemplo del balance que pueden lograr. Campbell es una modelo altamente reconocida a nivel mundial que ya tiene varios años en el mercado de la moda, probablemente más de 15: eso es exactamente lo que se ve en la placa. Una modelo con mucha experiencia y gran dominio del cuerpo. Al lograr tanta fama por su trabajo, ya casi no se la ve como una modelo, sino que se la ve con los mismos ojos que se la ve a una actriz reconocida: talentosa, inteligente, audaz.

El portal español *ViewOnFashion* declara en un artículo que “el retoque es algo crucial en la fotografía” de estos fotógrafos “convirtiéndose en uno de sus sellos de identidad y claves de su trabajo.” (s/f , ViewonFashion). Esta dupla es la cara reconocida de un equipo de técnicos y retocadores digitales que hacen a la imagen final. Sin el

retoque digital, el resultado no sería el mismo. Es una de las herramientas más fuertes con las que cuentan para llevar su fotografía a un nivel superior. Lejos están los halucos de plata de estos fotógrafos que piensan sus producciones en base a la respectiva postproducción y manipulación de imágenes.

Es difícil poder describir el estilo fotográfico de esta dupla dado a que son demasiado cambiantes. Lejos del arte, son profesionales que responden a la necesidad de un cliente y se acomodan a ellos. Brindan la mejor solución gráfica como respuesta a un pedido o a una bajada de editorial. Las ideas de estos fotógrafos pueden ilustrar los blancos más blancos, hasta los negros más negros pasando por cada gris posible: color o blanco y negro, saturación y desaturación, bajo y alto contraste, clásico o vanguardista, sofisticado o guarro, no importa cuál sea la consigna, pueden responder de una excelente manera a todas por igual.

Capítulo 7

Otras reminiscencias

El camino que Newton comenzó a fines de la década del 60 no sólo repercutió en estos tres fotógrafos que son quizás unos de los tres más aclamados dentro del mundo de la moda, sino que también sobre diseñadores, directores de cine, y otros fotógrafos conocidos a nivel nacional e internacional.

No pertenecen únicamente al mundo de la fotografía aquellos quienes pudieron recorrer el mismo camino. A continuación una lista de fotógrafos, diseñadores, creativos y directores que siguieron los mismos pasos.

7.1 Dolce & Gabbana:

Domenico Dolce y Stefano Gabbana es una dupla de diseñadores que hicieron de su marca una de las más prestigiosas dentro del mundo de la moda. El estilo que adquirieron a lo largo de los años es muy fuerte y avallasadora que no sólo lo demuestran con sus dos colecciones por año en las pasarelas de París y Nueva York sino que también se acercan al mundo a través del medio gráfico.

Sus campañas fotográficas son generalmente muy provocadoras y en los últimos años estuvieron realizadas tanto por Steven Meisel como por Steven Klein quienes responden a las necesidades de este cliente que decide sobrepasar cualquier tipo de imaginación y crear imágenes fuertes e impactantes que muchas veces fueron criticadas y hasta prohibidas en ciertos países.

A comienzos del 2007, un anuncio de esta misma firma fue cuestionado por la *Advertising Self-Discipline Institute*, organismo que regula la publicidad europea. (Ver Figura 65)

La toma fue desarrollada por los mismos diseñadores en conjunto con Steven Klein. La publicidad muestra una mujer que está siendo inmovilizada por un hombre, y tres hombres más alrededor observando la situación. Los conceptos que se disparan de esta imagen son varias, pero de alguna forma, hay una que insultó a mucha gente.

La connotación más fuerte que aparece tiene que ver con una violación y el sadismo. Al respecto del concepto Gabbana explico: “No representa una violación, pero si alguien tiene que interpretar esta fotografía, puede acercarse a un sueño erótico, o a un juego sexual”. (Gabbana, 2007)

Años antes, Steven Klein fue el encargado de desarrollar otra de las campañas graficas primavera verano (Ver Figura 66). En este caso, la toma refleja un grupo de modelos que aparentemente están siendo filmadas por un modelo masculino. El ambiente que se creó es totalmente futurístico: la cámara cinematográfica de última tecnología, la vestimenta brillante de las modelos y la escenografía, suerte de nave espacial. Sin dudas continúa la misma línea abierta por Newton que propuso en su momento, con bases en la ideología de JG Ballard, mezclar al ser humano con la tecnología moderna.

Sin duda estas publicidades mantiene una relación “visual” con el trabajo de Newton: piernas largas, mucho brillo, tacos altos, tecnología, contraposición de escenarios.

Pero a nivel conceptual, a pesar de que Newton haya sólo considerado cuestiones estéticas, hay un punto que marca una terrible diferencia. Las modelos de Newton tenían siempre una figura dominante; eran poderosas, heroínas. En las campañas de Dolce & Gabbana, la mujer pasa a un segundo plano y el hombre toma el rol de poder. Aunque sea bajo el concepto de “sueño erótico” o “fantasía sexual” no todo el público lo comprende y hay muchos que se sienten ofendidos.

No hay nada que criticarles a nivel visual: cada punto de todas sus campañas está perfectamente cubierto y bien realizado. Sin embargo, la línea que separa lo ofensivo de lo aceptable, es muy delgada, y en ciertos casos, esta dupla de diseñadores se pasa.

7.2 Juergen Teller

Fotógrafo alemán nacido en 1964 cobró mucha fama en los últimos cinco años por sus colaboraciones en la revista W y por ser el responsable de las campañas gráficas de Marc Jacobs, reconocido diseñador americano.

Teller es quizás único en su naturaleza. Se caracteriza por haber introducido al mundo de la moda la estética de los *snap-shots*; una estética que significa la no-fotografía, es decir, que las tomas parecen totalmente casuales realizadas con cero producción y un presupuesto muy bajo. Sus tomas son muy frontal, realizadas con flash directo, poco cuidado de la luz que no busca capturar la “belleza” que todos conocen sino que opta por un camino diferente para retratar una moda cruda, sin maquillaje y sin *glamour*.

Este fotógrafo debe ser probablemente el mayor exponente de la fotografía contemporánea o postmoderna. Sin dudas, es alguien que es totalmente ajeno al mundo de la moda y que en algún punto se burla de ella. Al respecto de su carrera y de lo que pretende de su trabajo explica en una entrevista: “Si piensas que sólo soy un fotógrafo de modas, piénsalo otra vez. Parte de mi ambición al poner todo mi trabajo junto es para hacer que la gente vuelva a pensar en mí”. (Teller, 2003).

Teller es la antítesis de un fotógrafo de modas clásico que busca la perfección en cada detalle y ser agradable. Sin embargo, hay algo en él, en su arte, que lo convierte en uno de los más buscados para realizar campañas. Tiene una cierta espontaneidad que aparentemente está de moda.

Conocido también por sus autorretratos, que no son precisamente algo que lo favorezcan en lo más mínimo, Teller emergió con una estética bastante particular. Lo interesante en él es precisamente la transgresión total a las leyes de la fotografía clásica y a ir en contra de algo que costó tanto formar y construir.

Al igual que Newton, Teller tiene la tendencia a contraponer escenarios y figuras, es decir: si su modelo es totalmente glamorosa, con aires de clase alta y que inspire realce, la escenografía en la que se la va a retratar va a ser un desastre, un espacio que poco lujo tenga y que se contraste con la modelo. Si fuera al revés, un lugar lujoso, como un hotel cinco estrellas, su modelo va a pasar a ser decadente y arruinada. (Ver figuras 67 y 68).

Teller es un artista que probablemente encontró su pasión en un mundo tan superficial como lo es el mundo de la moda. Marcando su diferencia con el resto, como es normal en los fotógrafos explica: “Gran parte de la fotografía de moda es creada por homosexuales que encuentran a la mujer sexy, lo cual no es para nada sexy, por lo menos para un hombre heterosexual. Están tan retocadas, tan aireadas, sin algún tipo de respuesta humana, y, bueno, la verdad es que nadie se quiere acostar con una muñeca” (Teller, 2008)

7.3 Terry Richardson

De nacionalidad americana nacido en 1965 e hijo de Bob Richardson, fotógrafo, Terry Richardson puede ser categorizado como un fotógrafo totalmente promiscuo. Su carrera como fotógrafo inició al formar parte de un estudio como asistente. Para fines de la década del 90 del siglo XX ya se había convertido en un personaje que habría revolucionado el mundo de la moda.

Poco a poco su estilo fue tomando forma hasta llegar a imágenes sumamente sucias y casi pornográficas por no decir pornográficas del todo. En la misma línea que

Juergen Teller, Richardson se convirtió en otro de los grandes exponentes de la estética *snap-shot*. Los ambientes que generalmente genera en sus tomas en gran parte tienen que ver con lo sexual, la promiscuidad, lo íntimo. Se caracteriza por aparecer dentro de las tomas, convirtiéndose en un autoretratista.

Su trabajo puede ser categorizado y dividido: por un lado, su trabajo personal, arte contemporáneo en su máximo exponente, y por el otro, su trabajo profesional, para clientes reales, ya sean editoriales como marcas de ropa. Mientras que el primer grupo es sumamente pornográfico, el segundo es una insinuación de la pornografía.

En Julio del 2008 se lanzó la campaña gráfica de la fragancia Tom Ford de Tom Ford, famoso diseñador americano que también tiene la misma tendencia al *hard-core* encubierto. (Ver Figuras 69, 70, 71).

Con un nivel sexual bastante elevado, la campaña fue realizada en un hotel de lujo. Caminando el mismo camino que Helmut Newton, la idea creativa que propulsaron a este fotógrafo y al diseñador habla del poder del hombre. La Figura 69 es bastante similar a la campaña que fue juzgada y posteriormente censurada realizada por Steven Klein para Dolce & Gabbana. La diferencia quizás radica en que la imagen no connota una violación sino una orgia con la contemplación de quien yace bajo el hombre desnudo.

Esta campaña tiene un alto grado de parecido a las imágenes que Newton realizaba en la década del 70 como trabajo personal. Estos tipos de imágenes eran demasiado fuertes como para ser publicados en revistas de moda.

Con respecto a la similitud del trabajo de Newton y Richardson, el periodista y crítico de arte Sean O'Hagan comenta: "El trabajo de Helmut Newton comparado con el de Richardson es bastante doméstico, incluso pintoresco". (O'Hagan, 2004)

Esta campaña fotográfica muestra el espacio contradictorio del mundo de Terry Richardson donde la moda, el arte y la pornografía se combinan. Mientras que en el

mundo de Newton la moda y el “arte” prevalecen, en el de Richardson la estética dominante es la pornografía.

7.4 Eyes Wide Shut

Estrenado en 1999 y dirigido por Stanley Kubrick (1928-1999), con las actuaciones de Nicole Kidman y Tom Cruise, Eyes Wide Shut se convirtió en un film controversial que tiene un argumento gira alrededor del deseo, la pasión, las relaciones sexuales, orgias, lo privado, la venganza y lo onírico.

Lo interesante de este film no es el argumento complicado y rebuscado sino la puesta en escena y la dirección de arte. Para invocar al deseo, al poder y al pecado, durante el momento de preproducción, Kubrick contrató a ciertos artistas que cooperarían a armar este clima: Newton era uno de ellos.

El film muestra escenas de orgias inmensas, con cientos de personas, en hoteles lujosos, casas imponentes, muchos cuerpos femeninos desnudos, y máscaras. Es evidente la mano de Newton en este trabajo. (Ver Figuras 72, 73 Y 74)

Fue el último film rodado por Kubrick y la última participación de Newton en la pantalla grande. Extremadamente provocador y generador de fantasías, este film tiene como concepto principal la sensualidad y el erotismo que no sólo está logrado durante las escenas eróticas sino que también está presente en cada una de las escenas.

Son muchos los elementos integrados en este largometraje que ayudan a crear el mismo ambiente que Newton creaba en la década del 70: espejos, alfombras rojas, cuerpos esbeltos, autos lujosos, escaleras y portones de rejas altas. Quizás es un tanto extremo atribuirle semejante “invento” a este fotógrafo, pero sin duda marcó una estética y una forma de relatar la sensualidad y de darle elegancia a la perversión.

Si Newton hubiera tenido que filmar una película en su época más fetichista y en la que estaba apasionado por los hoteles lujosos *Eyes Wide Shut* hubiera sido el resultado.

Capítulo 8

Conclusiones

8.1 El desvío

Luego de haber transitado el camino de una parte de la fotografía de modas, la fotografía transgresora, provocativa, aquella que se opone a los clasicismos y a lo puritano, es tiempo de resaltar realmente dónde se ubica esa herencia, esa influencia tan marcada y quiénes la adquirieron.

Desde los comienzos de éste fotógrafo por la década del 60 el camino que se empezó a trazar ha sido condimentado cada vez más y así se fue ramificando. Se puede decir que el camino que Newton trazó no se mantuvo en una línea recta.

En el camino original existía el erotismo, pero el erotismo elegante, la insinuación. Puede que a simple vista el trabajo de Newton denote un dejo de pornografía, pero la pornografía sin duda tiene sus bases en otros propósitos más sucios, más pervertidos, que no se acercan a la suciedad sutil y a la perversión fetichista de este fotógrafo. Con toda su lucha y controversias con el mundo feminista, Newton logró un cambio de opinión en muchos: el erotismo y el desnudo dejarían de ser inmorales.

De esta misma premisa se desprende una de las más grandes desviaciones: el poder de la mujer. No es casualidad que quienes más entienden y conocen este mundo son las mujeres y los homosexuales. Son demasiadas hormonas femeninas que lideran este mundo, entonces: ¿por qué llegar al punto de degradar a la mujer? La moda se puede contar en muchas maneras pero, ¿por qué agredir a aquellas que alimentan este sistema constantemente? La esencia se perdió en algún punto del camino por la única razón de satisfacer fantasías sexuales y eróticas. De cualquier forma, se plantea esto

como algo general, y no particular. Sin aires de feminismo, hay una gran tendencia a agredir a quien consume los productos publicitados.

La mujeres de Newton son poderosas, imponentes, personajes principales que no tienen nada para contar, pero simplemente están ahí, haciendo presencia y exponiendo las maravillas de la anatomía femenina, casi intocables. Por el contrario, las mujeres contemporáneas, aquellas de los nuevos fotógrafos, son simplemente objetos sexuales que hasta llegan a ser ridiculizados: son mujeres flacas, muy delgadas, fuera de lo normal... un estereotipo de mujer que es difícil encontrar en las calles.

Los fotógrafos de moda, con sus ideas y su creatividad, tienen la habilidad y capacidad de controlar y jugar un rol muy importante dentro del mundo de la moda. Pueden hacer virar este mundo para donde quieran, para dónde sus ideas los lleven. Quizás en este punto es preciso criticar la elección del tipo de mujer al que recurren. En la década del 60, 70 y 80 las mujeres eran mujeres y no niñas o adolescentes que se disfrazan de mujeres. Son los directores creativos, estilistas, diseñadores y fotógrafos quienes imponen la figura femenina y es el público que consume el que intenta copiar. Las mujeres no son, ni pretenden, ni deberían pretender ser maniqués hechos a medida. Lo único que se necesita para volver al camino original es un cambio de perspectiva en cuanto al valor que se le da a la mujer.

Particularizando un poco más sobre los fotógrafos contemporáneos analizados, Juergen Teller es quizás quien, a pesar de su estilo dejado, intencionalmente descuidado, respeta el camino que se originó años atrás. A pesar de ubicar a sus modelos en lugares horribles, o por el contrario, hacerlas parecer horribles cuando están en presencia de un espacio de lujo, las actitudes de sus mujeres denotan poder, lujo pero por sobre todo caracteres fuertes. Ha retratado desde niñas de 10 años hasta señoras mayores y ninguna de ellas es rebajada ni degradada. Teller comprende el sentido de la sensualidad. La mejor descripción de su trabajo está en una nota de 8 páginas en la revista New York

Magazine: “Sus fotografías son definitivamente *sexies*, pero *sexies* en el sentido de que casi se pueden oler. Y no necesariamente huelen a un caro perfume de diseñador” (Larocca, 2008) Teller difiere en la forma de encontrar lo bello en cuanto a técnicas fotográficas pero sin duda el concepto de sensualidad es el mismo que planteaba Newton: en la simpleza se encuentra lo “bello”.

Un camino muy diferente es el trazado por los otros fotógrafos: Mert & Marcus, Klein, Meisel y Richardson. Ellos encuentran la belleza en las superproducciones y en lo superficial, lo banal, lo vacío.

Poca es la diferencia que mantienen entre sí en cuanto al concepto del valor de la mujer y de su funcionalidad en este sistema tan competitivo. Terry Richardson es probablemente el que más diferencia marque puesto a que su trabajo es, en grandes partes, pornográfico. Sus imágenes no son para nada sensuales sino transgresoras y provocativas. No se necesita mostrar escenas sumamente eróticas para demostrar sensualidad.

Mert & Marcus, por el contrario, no apelan al erotismo y a las fantasías sexuales. Si no están tratando con súper estrellas de Hollywood o súper modelos como Naomi Campbell o Lara Stone, trabajo que realizan a la perfección, las modelos desconocidas para el público promedio son tratadas como eso: modelos. Dejan de ser mujeres y pasan a ser maniqués que muestran ropa. Definitivamente esta dupla parte del lenguaje creado por Guy de Bourdin, que es un tanto más calmo y menos controversial que de aquel de Newton. Esta dupla es una versión contemporánea del trabajo de Bourdin. Ellos se encargan de la moda... de contar la moda y de venderla.

Para los Stevens, Klein y Meisel, el rol de la mujer pasó a ser completamente secundario: el hombre pasó a tener el rol principal y dominante, lo cual no está mal porque en los últimos años el hombre comenzó a interesarse más por la moda y nacieron los metrosexuales. Pero de alguna forma las ideas que plasman en las respectivas

campañas gráficas tienen a degradar a la mujer. Son ellos quizás unos de los fotógrafos contemporáneos más copiados pero no inventaron nada nuevo, sino que le dieron una nueva versión al ya existente.

Ninguno es mejor o peor que otro. Simplemente tienen formas de diferentes de contar lo mismo, de vender productos. Es difícil explicar y hacer diferencias entre algo que está dividido por una línea tan fina y si siguen en el pedestal de la moda es porque sin duda la perspectiva que tienen sirve y es totalmente aceptada y comprada.

8.2 Lo temático

Como se planteó previamente, los fotógrafos contemporáneos parten de una base que ya fue previamente establecida. Al contar con esos pilares pueden seguir construyendo encima. De algún modo, esas bases no fueron nunca modificadas. El parlamento es siempre es el mismo, lo que varió fue el vocabulario.

Continuando con la analogía de la construcción, son dos los pilares que sostienen a esta “vanguardia” fotográfica: lo estético y lo temático; qué se quiere contar y, cómo se lo quiere contar. Por un lado, todo aquello que sea estrictamente visual sin conceptos de trasfondo ni segundas lecturas; por el otro, los temas, las historias que hay para contar y las ideas de las que se parte.

De la obra de Helmut Newton se desprenden historias que tienen que ver con sus fetiches: accidentes automovilísticos, violencia, sadomasoquismo, sexo, provocaciones, fantasías sexuales, crímenes y asesinatos, víctimas y victimarios, hoteles y autos lujosos o por el contrario, cuartos de hoteles alojamiento de baja clase, entre muchos otros temas. Todos estos temas, siguen presentes en revistas de moda actuales y campañas gráficas. Puede que las historias que se cuenten cuenten con argumentos diferentes, pero en grandes partes, las temáticas son siempre las mismas.

La fotografía de modas es una de las ramas más banales y vacías de contenido humano. La realidad es que el fin primordial es simplemente vender pero estos tipos de revistas tienen una llegada masiva a la sociedad y no muchos aprovechan esta oportunidad. A diferencia de Newton, a quien poco le interesaba la parte ideológica, Steven Meisel encontró un espacio donde, no siempre, puede cuestionar el sistema tanto político como el sistema de la moda y sus reglas. La publicidad en general apela mucho últimamente a la concientización social ya sea por temas ecológicos, salubres o económicos. Un fabricante de ropa, por ejemplo, no necesita recurrir a ciertos temas pero sin embargo hacer uso de la oportunidad y apelar a ciertos temas es totalmente favorable.

8.3 Lo estético

Dentro del camino de lo estético, de lo visual, del impacto a simple vista, los cambios desde la década del 70 no son muchos. La gran diferencia radica en el cambio de la tecnología, de analógico a digital, que permitió expandir los horizontes de las temáticas pautadas años antes. El blanco y negro comenzó a tener un rol secundario en este ambiente que se aplica comúnmente a las campañas que ameritan un blanco y negro o a aquellas campañas que son un tanto más clásicas y conservadoras. Los juegos cromáticos se convirtieron casi en una ley primordial.

Por otro lado, las producciones dejaron de ser producciones para pasar a ser superproducciones. Mucha de la fotografía de modas actual remite directamente a la década del 70 pero a nivel masivo, es decir, se ve lo mismo pero multiplicado por cuatro: más modelos en escena, escenografías más impactantes, más elementos en escena, etc. Lo que creció en demasía es la dirección de arte de hecho, el contexto que rodea a la modelo, concepto que Newton desarrolló en gran parte de sus tomas. El interés por el trabajo de campo ya existía, en el siglo XXI se volvió una moda: todos salieron del estudio clásico para utilizar escenografías teatrales o cinematográficas.

Esto mismo se refleja en el trabajo de Klein, Meisel y Mert & Allas. Son tres fotógrafos que cuidan todos los detalles en toma. No es raro escuchar a alguno de ellos diciendo que se diferencian del resto por no sólo preocuparse por como luce una modelo sino que cuidan el peinado, el maquillaje, la escenografía, etc. Esto de hecho no es un rasgo que caracterice a ninguno de ellos. Cualquier buen fotógrafo cuida cada espacio de su toma. Lo que los diferencia es el punto de vista y el tratamiento que le dan a cada uno de estos detalles. No existen dos cerebros iguales por más que las ideas rondan siempre en el mismo plano. La estética de cada uno de ellos puede parecerse pero nunca es igual. Quien entiende del tema y tiene el ojo entrenado sabe diferenciar e identificar el trabajo de cada uno.

Todavía se siguen viendo las mismas piernas largas que antes, quizás un tanto más flacas de las que se veían décadas antes. Probablemente el que más difiera en cuanto a cuestiones estéticas es Steven Klein por dos razones. Como primer punto Klein es un fotógrafo que cuenta historias. Su orientación tiene más que ver con un director de cine que con un fotógrafo clásico. A veces casi invisible, sus producciones tienen un principio, un conflicto y un final. Por otro lado, combina ciertas técnicas fotográficas tanto en pre como en postproducción que le brindan una imagen diferente, que no se había visto antes. Al contar estas historias, Klein mantiene un rol muy pasivo, de observador. Este fotógrafo conserva la misma calidad de *voyeur* que poseía Newton.

Mientras Richardson y Teller siguen siendo agrupados bajo la misma estética de la fotografía de momento y casual, Meisel y Mert & Marcus tiene un estilo un tanto más similar. Fueron estos dos últimos los que desglosaron el lenguaje Newton y lo combinaron con el de Bourdin para crear el paradigma de la fotografía actual. Meisel se destaca un poco más, pero no como mejor, sino diferente: sus imágenes generalmente forman parte de despampanantes superproducciones.

A decir verdad, a grandes rasgos y haciendo un paneo general, la moda es una sola y evoluciona. Así como todos los años los diseñadores presentan colecciones que remiten a otras décadas, lo mismo sucede con la fotografía: siempre se vuelve a las raíces. Entonces, en esta era de postmodernidad lo único que se hace es recurrir a lo ya escrito y agregarle un par de condimentos para pasar por nuevo y de vanguardia.

8.4 Los recursos

La forma de contar la moda evolucionó a pasos agigantados. Dicha evolución radica, en algún punto, en lo semiótico. En los últimos años, los jóvenes se empezaron a interesar más por el diseño y la comunicación por lo cual se dio a luz a una gran camada de creativos que no sólo piensan en lo estético sino que también parten de conceptos.

Una producción editorial clásica de una revista de modas de alta categoría como Vogue, W o iD generalmente son creadas por un equipo que integra fotógrafos, estilistas y diseñadores que combinan sus ideas para dar algo más. Allá por la década del 70 dichas producciones escaseaban.

Muchos de los miembros de dichos equipos creativos tienen una formación académica que les brindó ciertos conocimientos de otras áreas: arte, literatura, comunicación social, publicidad, marketing, semiología y filosofía.

Se combinan varios asuntos a la hora de evaluar una evolución de 30 años. Por un lado, y que es de gran importancia, la globalización hizo de este mundo un mundo de feroces competidores que luchan por el poder, el dinero y estar siempre en los primeros puestos. Entonces, si existen estos competidores es porque cuentan con el respaldo de sus respectivos consumidores.

Todo en esta vida del tercer milenio se trata de estrategias y de plantear cosas diferentes, novedosas que creen tendencia. Estas estrategias son puro marketing y

análisis exhaustivos del comportamiento del consumidor, al que ya no se lo satisface con una fotografía sin sentido realizada en estudio con fondo blanco.

Hoy por hoy, para los creativos una herramienta fantástica que aparenta ser completamente exitosa es la contraposición de escenarios, jugar con los opuestos. Newton fue uno de los pioneros de esta herramienta y de hecho, gran parte de su trabajo está caracterizado por este juego de brutos contrastes.

De los fotógrafos vistos a lo largo de este análisis todos en algún punto recurren a esta herramienta: el *white trash* volvió a las pistas, de hecho nunca se fue de las pistas desde la década del 70, pero en los últimos 5 años es aún más notoria su aplicación.

Previamente se mencionó como Newton era totalmente inconsciente del uso que hacía de estas herramientas, al igual que la retórica. La diferencia es que ahora, con esta camada de creativos académicos, la aplicación es totalmente consciente. Las figuras retóricas o cualquier otro elemento semiológico aplicado al lenguaje visual ya no aparecen luego de haber logrado una producción sino que se piensan antes de realizar una toma. No se debe olvidar que todas estas herramientas son formas de “hablar mejor”, de persuasión.

La metáfora probablemente sea una de las más comunes que se encuentra en el trabajo de muchos fotógrafos. Los que quedan ajenos a estos tipos de análisis son aquellos aficionados al estilo *snap-shot* que no pretende en ningún momento pasar por un proceso de preproducción intensivo, sino que es un estilo que simplemente “es”.

8.4 Cambios técnicos

Si bien el concepto de la fotografía básica es el mismo desde la época de Galileo y posteriormente en la década del 30 del segundo milenio, aquella que habla de una cámara oscura y emulsiones sensibles a la luz, la fotografía en sí hoy no es la misma que

hace 30 años atrás. Los avances ayudan a crear situaciones e imágenes inconcebibles por métodos analógicos.

La combinación de efectos agregados, retoque de siluetas, y caras hacen que todo sea un tanto más falso y es precisamente esa falsedad la que forma parte del paradigma actual.

Helmut Newton jamás conoció las cámaras y los retoques digitales. Siempre se caracterizó por sus producciones en blanco y negro con cámaras de 35mm o de placa. Así como existen ciertos efectos que no se pueden lograr vía la tradicional cámara analógica, hay ciertos efectos de lo analógico que son irreproducibles vía formato digital. Hay un abismo entre una copia blanco y negro hecha en laboratorio con copiadoras tradicionales a luz y químicos y una toma hecha en digital, pasada a blanco y negro y posteriormente impresa. Los haluros de plata, componente básico de una emulsión negativa, son totalmente visibles en copia y son casi irreproducible vía métodos digitales. La esencia del blanco y negro quedó perdida cuando se guardaron las películas tradicionales en un baúl.

Entonces, los fotógrafos contemporáneos pueden lograr tomas de alta calidad pero es poco común encontrar alguna toma en blanco y negro que pueda competir con aquellas realizadas con la técnica tradicional.

El único retoque que Newton conoció es aquel retoque minucioso con tintas que pintan la copia utilizado para corregir puntos, manchas, y detalles demasiado pequeños. El retoque digital actual permite cualquier tipo de diversificación de la imagen.

Si bien no se habla de algo negativo para la fotografía por que todos los caminos son válidos, los procesos de la fotografía contemporánea son un tanto más veloces, característica indispensable a la hora de trabajar para una editorial o para un cliente importante que necesita ver los resultados. Antiguamente esa velocidad estaba dada por las fotos Polaroid que ya pasaron a ser parte de la historia a nivel comercial.

Con la fotografía digital se acortaron los procesos de preproducción: cualquier detalle puede ser arreglado en postproducción. Los retocadores digitales son demasiado perfeccionistas y hay veces que se pasan de la raya y desfiguran completamente los conceptos originales, la realidad, creando así realidades imposibles.

Terry Richardson y Juergen Teller son los únicos que no apelan a la postproducción o por lo menos no es una característica fundamental de sus respectivos trabajos. Sus estéticas crudas no tienen que ver con estos tipos de proceso y poco combinan. Ellos priorizan la realidad del momento y valoran los defectos de los cuerpos. De cualquier manera, forman parte de un grupo de fotógrafos que están solo aliados a marcas y editoriales poco conservadoras que se animan a llevar sus trabajos al campo del arte contemporáneo.

Por el contrario, para Mert & Marcus, por ejemplo, el retoque digital es sumamente indispensable. Sus tomas no serían lo que son si no contaran con un equipo de postproducción digital que llevan sus trabajos a niveles impensables. De cualquier forma, el trabajo de esta dupla es sumamente clásico. La aplicación de técnicas digitales, al igual que en el trabajo de Meisel, están más que nada orientadas a llevar las pieles, las caras, las formas y figuras de sus modelos a niveles que superan la perfección. Diferente es el trabajo de Klein por ejemplo, quien tiene un juego de luces que está totalmente acentuado digitalmente. Se concentra mucho en los retoques de las escenografías más que en los cuerpos humanos. Las variantes de temperatura color que logra en una misma toma son imposibles de realizar sino es por métodos digitales luego de haber realizado la producción. Es en el trabajo de este fotógrafo en quien más se nota la mano de los retocadores. Tiene unos juegos cromáticos que físicamente no se podrían lograr y que brindan a la toma un movimiento y una vida que genera un clima diferente.

Lo interesante de los retoques digitales y de todo el avance tecnológico en sí es que ampliaron el abanico de posibilidades. Cada mes aparecen en las revistas propuestas nuevas y diferentes al resto.

Si es correctamente utilizado, el retoque digital es una herramienta invaluable que salva horas de producción y aumenta el caudal creativo. En cierta forma ayudó a que la base que ya estaba pautada, sea desarrollada aún más; claro, tratando de la parte visual y no conceptual. De cualquier manera, el número de fotógrafos como Edward Weston se redujo notablemente. La tecnología digital salva hasta los más graves errores técnicos.

8.5 Consideraciones generales

Para los observadores pasivos, aquellos que no se vinculan más que por cuestiones estéticas, todo es arte. El arte generalmente va de la mano con la originalidad y lo novedoso. Sin embargo, para quien entiende de historia y tiene un lenguaje visual desarrollado es claro y evidente que la gran diferencia en la fotografías de moda que excede lo clásico las diferencias radican en la inclusión de la tecnología, en el desarrollo de los fetiches personales y en el hambre de un mundo totalmente globalizado que busca capturar miradas.

Helmut Newton era fotógrafo, y quizás, no precisamente de moda, sino de mujeres. A su propia manera supo darle forma y materializar las fantasías eróticas, tanto de hombres y mujeres. Sus modelos proyectan una idea de futuro, porque las modelos que elegía no eran precisamente los estereotipos del momento, y por sobre todas las cosas al ponerlas en un pedestal da una suerte de idea de distancia, de no disponibilidad que hace que sean vistas como mujeres poderosas y no como objetos con una anatomía perfecta.

La postmodernidad implica volver al pasado y reformular, lo cual no está mal siempre y cuando haya una evolución evidente, de lo contrario, la obra postmoderna sería

un vil plagio. La creatividad y el diseño, aunque en auge, dentro de esta rama, quizás estén atravesando una crisis.

Este ensayo no pretende realizar una denuncia a las copias pero si lograr una concientización de la diferencia de brindar homenaje o tomar prestadas algunas ideas y copiar sin vergüenza algo que ya existió y ya se vio. Las consecuencias de las copias, cuando detectadas, generalmente son bastante duras, pero el público es totalmente subestimado, y a veces con razón: ¿quién reconoce una imagen hecha 40 años atrás?

Como se mencionó reiteradas veces a lo largo de este ensayo, la industria de la moda es completamente influyente, es decir, de alguna manera forman personalidades y a veces incluso es más poderosa que la educación misma. Esta industria, a diferencia de muchas otras, es completamente adictiva, se vuelve una droga. El consumo desmedido de todo lo que significa el mundo de la moda y lo que esto genera sobre los adolescentes más que nada, debería ser cuidado. Existen organismos que regulan las publicidades pero no existe un organismo, más que la propia autocensura, que regule a las editoriales.

La moda es magia, y los fotógrafos y diseñadores los magos. Simplemente hay quienes saben utilizar la magia para hacer un bien, y hay quienes utilizan esa misma magia para el beneficio propio sin importar las consecuencias.

Es importante mencionar que el tiempo pasa, la gente cambia, las situaciones son diferentes, las generaciones buscan otras cosas y demandan otras a la vez. Los responsables de la industria de la moda simplemente alimentan esta voracidad enfrentando al público con íconos nuevos con una sensibilidad diferente a la de otras épocas. El vocabulario que se habla hoy no es el mismo de la década del 70 del siglo XX y probablemente no sea el vocabulario que se hable dentro de 40 años más.

“Tu propia fotografía nunca es suficiente” (Adams, 1994, pág.13) Ningún famoso es famoso, ningún artista es artista, y ningún profesional es profesional sin el consentimiento del público y de sus pares. Los que sobresalen son generalmente los que

innovan o los que le brindan al público aquello que quiere ver. En este caso, Helmut Newton innovó y los fotógrafos contemporáneos le brindan al público aquello que quiere ver con una cuota de personalidad y excelencia.

El mundo de la fotografía de modas es una carrera feroz y extremadamente competitiva. Todo aparenta, y siempre fue así, que de lo único que se trata es de competir por quien es más osado y va más allá del imaginario cultural.

La herencia de Newton es de gran valor para este rubro. Su obra se sigue exponiendo en grandes museos y se sigue viendo en forma de eco en revistas a través de los trabajos de otros, son muchos los que intentan emular su estilo, pocos los que lo logran con éxito.

Los que lo prosiguieron se encargaron de desarrollar su estética visual pero no tanto lo conceptual. Más allá de que los trabajos contemporáneos, el tratamiento de las fotos y las producciones sean a nivel visual excelentes, los conceptos que se desarrollan podrían estar mejor pulidos. Una de las grandes faltas es haber incluido al hombre como personaje principal, lo cual no es la falta sino que para lograr eso, en muchos casos, tuvieron que degradar a la mujer.

Para quien tiene el ojo un poco entrenado, el trabajo de Helmut Newton se reconoce fácilmente entre los trabajos de otros fotógrafos y ahí es donde se reconoce al genio y no al fotógrafo profesional. Lo mismo sucede con el trabajo de Richard Avedon o Man Ray: los tres tienen características que pueden intentar ser copiadas, pero nunca hay dos iguales... las segundas versiones nunca superan a la primera, están faltas de esencia.

Las conclusiones de este trabajo se pueden resumir en una sola frase, aquella pregunta que se buscaba responder desde la primera página: la fortuna Newton fue repartida; no existe un único heredero.

Referencias Bibliográficas

1972: *Hall Of Fame*. (s.f.). The Art Directors Club. Recuperado el 31 de Agosto de 2008.

Disponible en: <http://www.adcglobal.org/archive/hof/1972/?id=295>

Adams, R. (1994). *Why People Photograph*. Nueva York: Aperture Foundation Inc.

Alas, M (2003) Citado en Morton, C. (7 de Septiembre de 2003). *Mert Alas & Marcus*

Piggott: Shooting Stars . TIME. Recuperado el 10 de 02 de 2009. Disponible en:

<http://www.time.com/time/fashion/20030908/insider/8.html>

Avedon, R. (s.f.). *Comments*. Richard Avedon Foundation. Recuperado el 31 de agosto de

2008. Disponible en: <http://www.richardavedon.com/>

Ballard, J. G. (1974). *Crash*. Barcelona: Editorial Minotauro.

Ballard JG citado en Springer, C (2007) *James Dean Transfigured: The Many Faces of*

Rebel Iconography. Texas: University of Texas Press

Bellafante, G. (3 de febrero de 2004). Helmut Newton and the Invincible Woman. *The New*

York Times Recuperado el 15 de agosto de 2008. Disponible en:

[http://www.nytimes.com/2004/02/03/fashion/03HELM.html?](http://www.nytimes.com/2004/02/03/fashion/03HELM.html?ex=1391144400&en=7f0448d3fe3d59f6&ei=5007&partner=USERLAND)

[ex=1391144400&en=7f0448d3fe3d59f6&ei=5007&partner=USERLAND](http://www.nytimes.com/2004/02/03/fashion/03HELM.html?ex=1391144400&en=7f0448d3fe3d59f6&ei=5007&partner=USERLAND)

Bedell, G. (25 de Julio de 2004). *I wrote the story of O*. The Observer. Recuperado el 16

de Octubre de 200. Disponible en:

<http://www.guardian.co.uk/books/2004/jul/25/fiction.features3>

Checefsky, B. (2007). *The Focal Encyclopedia of Photography: Digital Imaging, Theory and Applications, History and Science* (4ta ed.). (M. R. Peres, Ed.) Nueva York: Focal Press.

Delgado, F., Rubens, P. (s.f.). *Bio*. Guy Bourdin. Recuperado el 31 de agosto de 2008.
Disponible en: <http://www.guybourdin.org/bio/>

Documania Temáticas 2000. *SUMO: El proyecto de Helmut Newton* (2000). Madrid.

Durand, J. (1970). *Análisis de las imágenes*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.

Ewing, W., Steele, V., O'Brien, G. (1991). *The Idealizing Vision: the Art of Fashion Photography*. Nueva York: Aperture.

Facio, S. (2002). *Leyendo Fotos*. Buenos Aires: La Azotea Editorial Fotográfica.

Fortini, A. (10 de Febrero de 2005). *Defending Vogue's Evil Genius*. Slate. Recuperado el 20 de agosto de 2008. Disponible en: <http://www.slate.com/id/2113278/>

Gabanna, S (2007) Citado en : Price, D. (19 de Marzo de 2007). *Sexy or Sadistic? Sexist, Actually*. National Organization For Women. Recuperado el 18 de Febrero de 2009.
Disponible en: <http://www.now.org/issues/media/070319advertising.html>

Hageney, W. (1982). *Photo Fashion* (Vol. 12). Roma: Belverde Co. Ltd.

Harrison, M. (1987). *Beauty Photography in Vogue*. Londres: Conde Nast Publications.

Historia de Kodak: 1930-1959. (s.f.). Kodak Recuperado el 31 de Agosto de 2008.
Disponible en: http://www.kodak.com/global/es/corp/historyOfKodak/1930_es.jhtml

Horyn, C. (18 de Diciembre de 2005). Bob Richardson; fashion photographer emphasized emotion. *The San Diego Union Tribune* . Recuperado el 12 de Octubre de 2008 Disponible en: http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20051218/news_lz1j18richard.html

Jarque, F. (15 de junio de 2002). "Me gusta fotografiar a los famosos y, sobre todo, a los infames". El País: España. Recuperado el 15 de octubre de 2008. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/arte/gusta/fotografiar/famosos/todo/infames/elpepuculbab/20020615elpbabart_6/Tes

Joly, M. (1999). *Introducción al análisis de la imagen* (Segunda ed.). Buenos Aires: La Marca.

Klages, M. (Enero de 2007). *Literary Theory: A Guide for the Perplexed*. University of Colorado Recuperado el 24 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://www.colorado.edu/English/courses/ENGL2012Klages/pomo.html>

Klein, S. (s.f.). *Artist Statement*. Steven Klein Studio. Recuperado el 16 de Octubre de 2008. Disponible en: <http://www.stevencleinstudio.com/www/index.html>

Klein, S (2004) Citado en Dumenco, S. (10 de Mayo de 2004). *Fashion Photographer Seeks Models/Celebrities for a Little Rough Play*. The New York Magazine. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: http://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n_10371/

Klein, S (2005) Citado em Holson, L. M. (28 de Agosto de 2005). *The Divorce Photographer*. The New York Magazine. Recuperado el 16 de Octubre de 2008 .Disponible en: <http://www.nytimes.com/2005/08/28/arts/design/28hols.html>

Maben, A. (Dirección). (1988) *Frames from the Edge* [Documental].

Maderuelo, J. (17 de Febrero de 2002). *El hecho diferencial*. El País: España. Recuperado el 25 de Agosto de 2008. Disponible en:

http://www.elpais.com/articulo/cultura/hecho/diferencial/elpepiopi/20020217elpepicul_3/Te
s

Meisel, S (1989) Citado en: Schiro, A. M. (19 de Marzo de 1989). *Style Makers: Steven Meisel Photographer*. The New York Times. Recuperado el 16 de Febrero de 2009.

Disponible en: <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?>

[res=950DE6D61238F93AA25750C0A96F948260&scp=4&sq=steven%20meisel&st=cse](http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=950DE6D61238F93AA25750C0A96F948260&scp=4&sq=steven%20meisel&st=cse)

Newton, H. (2005). *Autobiografía*. (S. Komet, Trad.) Barcelona: RM Verlag.

Newton, H. (1988) Citado en Maben, A. (Dirección). (1988). *Frames from the Edge* [Video].

O'Hagan, S. (24 de Octubre de 2004). *Good clean fun?*. The Observer. Recuperado el 19 de Febrero de 2009. Disponible en:

<http://www.guardian.co.uk/film/2004/oct/17/photography.art>

Pepper, T. (2001). *Horst Portraits, 60 Years of Style*. Nueva York: Harry N. Abrams.

Pitt, B (2005) Citado en Bagley, C. (Julio de 2005). *Domestic Bliss*. W Magazine.

Recuperado el 15 de Octubre de 2008. Disponible en:

http://www.wmagazine.com/celebrities/archive/brad_pitt_angelina_jolie?slide=2

Renzetti, C. M., Edleson, J. L., & Kennedy Bergen, R. (2001). *The Sourcebook on Violence Against Women*. California, Estados Unidos: Sage Publications Inc.

Steven Meisel. (s.f.). Art+Commerce . Recuperado el 16 de Febrero de 2009. Disponible en: <http://www.artandcommerce.com/AAC/C.aspx?>

[VP=SlideShow_VPage&IAPA=1&STY=A&L4=2U1XC583Y1WG&L5=2U1XC583Y59C](http://www.artandcommerce.com/AAC/C.aspx?VP=SlideShow_VPage&IAPA=1&STY=A&L4=2U1XC583Y1WG&L5=2U1XC583Y59C)

Susman, G. (30 de septiembre de 2003). *Strike a Pose* . de Entertainment Weekly.

Recuperado el 31 de agosto de 2008. Disponible en:

<http://www.ew.com/ew/article/0,,491440,00.html>

Szarkowski, J. (2001). *Still Life: Irving Penn Photographs 1938-2000* . Nueva York:

Bulfinch Press.

Teller, J (2003) Citado en: O'Hagan, S. (6 de Abril de 2003). *Shooting up*. de The

Observer. Recuperado el 2009 de Febrero de 2009. Disponible en:

<http://www.guardian.co.uk/theobserver/2003/apr/06/features.magazine47>

Teller (2008) Citado en:Larocca, A. (Agosto de 2008). Straight Shooter. *New York*

Magazine, 60-68.

ViewonFashion. (s.f.). *Mert Alas y Marcus Piggott*.ViewOnFashion. Recuperado el 16 de

febrero de 2009,: [http://www.viewonfashion.es/es/open.php?MERT-ALAS-Y-MARCUS-](http://www.viewonfashion.es/es/open.php?MERT-ALAS-Y-MARCUS-PIGGOTT_Art-Partner&id=467&seccion=125&)

[PIGGOTT_Art-Partner&id=467&seccion=125&](http://www.viewonfashion.es/es/open.php?MERT-ALAS-Y-MARCUS-PIGGOTT_Art-Partner&id=467&seccion=125&)

Warren, L. (2006). *Encyclopedia of Twentieth-century Photography*. Nueva York: CRC

Press.

Wintour, A (2004) Citada en: Dumenco, S. (10 de Mayo de 2004). *Fashion Photographer*

Seeks Models/Celebrities for a Little Rough Play. The New York Magazine.Recuperado el

27 de Agosto de 2008. Disponible en:

http://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n_10371/

Bibliografía

Adams, R. (1994). *Why People Photograph*. Nueva York: Aperture Foundation Inc.

Bagley, C. (Julio de 2005). *Domestic Bliss*. Recuperado el 15 de Octubre de 2008, de W. Disponible en: http://www.wmagazine.com/celebrities/archive/brad_pitt_angelina_jolie?slide=2

Ballard, J.G (1974) *Crash*. Barcelona: Editorial Minotauro

Ballard, JG citado en Springer, C. (2007). *James Dean Transfigured: The Many Faces of Rebel Iconography*. Texas: University of Texas Press.

Barthes, R. (2005). *El sistema de la moda y otros escritos*. (C. Roche, Trad.) Buenos Aires: Paidós.

Barthes, R. (1980). *La chambre claire : Note sur la photographie*. Paris: Gallimard.

Bedell, G. (25 de Julio de 2004). *I wrote the story of O*. The Observer Recuperado el 16 de Octubre de 2008. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/books/2004/jul/25/fiction.features3>

Bookforum (Ed.). (1999). *More pressing concerns than pleasure or pain*. Barista. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://barista.media2.org/?p=291>

Bruce Weber Gallery. (s.f.). Recuperado el 27 de Agosto de 2008, de Style Montecarlo. Disponible en: <http://www.stylemontecarlo.com/diapos/weber24/02.htm>

Butler, T. (9 de Mayo de 2005). *The Counterfeit Body: Fashion Photography and the Deceptions of Femininity, Sexuality, Authenticity and Self in the 1950s, 60s and 70s*. Mongabay. Recuperado el 25 de Marzo de 2008. Disponible en: http://news.mongabay.com/2005/0507c-tina_butler.html

Checefsky, B. (2007). *The Focal Encyclopedia of Photography: Digital Imaging, Theory and Applications, History and Science* (4ta ed.). (M. R. Peres, Ed.) [En línea] Nueva York: Focal Press. Recuperado el 28 de Agosto de 2008. Disponible en:

<http://books.google.com.ar/books?>

[id=VYyldcYfq3MC&printsec=frontcover&dq=The+Focal+Encyclopedia+of+Photography&sig=ACfU3U2kZoT_WwVpDKyk14zR4JL5TRwRpA](http://books.google.com.ar/books?id=VYyldcYfq3MC&printsec=frontcover&dq=The+Focal+Encyclopedia+of+Photography&sig=ACfU3U2kZoT_WwVpDKyk14zR4JL5TRwRpA)

Cockburn, A. (1996). *The Golden Age Is in US: Journeys and Encounters*. [En línea] New York: Verso. Recuperado el 28 de Agosto de 2008. Disponible en:

<http://books.google.com.ar/books?>

[id=PJfUHb7mB9UC&printsec=frontcover&dq=The+Golden+Age+Is+in+US&sig=ACfU3U1LC20jByNevFvZIZgBfvqlif3jKg](http://books.google.com.ar/books?id=PJfUHb7mB9UC&printsec=frontcover&dq=The+Golden+Age+Is+in+US&sig=ACfU3U1LC20jByNevFvZIZgBfvqlif3jKg)

Craik, J. (1994). *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. [En línea] Nueva York: Routledge. Recuperado el 28 de Agosto de 2008. Disponible en:

<http://books.google.com.ar/books?>

[id=8m2FwzNSUI8C&printsec=frontcover&dq=The+Face+of+Fashion&sig=ACfU3U0HDelitlFfjSexVY6mX2_NbuRWDQ](http://books.google.com.ar/books?id=8m2FwzNSUI8C&printsec=frontcover&dq=The+Face+of+Fashion&sig=ACfU3U0HDelitlFfjSexVY6mX2_NbuRWDQ)

DaDart (Ed.). (s.f.). *Florence by Helmut Newton*. DaDart. (Firenze Convention Bureau) Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://art.dada.it/newton/home.htm>

Documania Temáticas 2000. *SUMO: El proyecto de Helmut Newton* s/d. (2000). [Video] Madrid.

Dumenco, S. (10 de Mayo de 2004). *Fashion Photographer Seeks Models/Celebrities for a Little Rough Play*. New York Magazine. Recuperado el 27 de Agosto de 2008.

Disponible en: http://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n_10371/

Durand, J. (1970). *Análisis de las imágenes*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires. *El viejo truco de la mujer objeto*. (12 de Mayo de 2008). Buenos Aires: Critica. Recuperado el 12 de Mayo de 2008. Disponible en: <http://www.criticadigital.com/impresa/index.php?secc=nota&nid=4287>

Facio, S. (2002). *Leyendo Fotos* (1ra ed.). Buenos Aires: La Azotea Editorial Fotográfica.

Gostin, N. (11 de Noviembre de 2003). *Helmut Newton: High Fashion's Dirty Old Man*. The Wire. Recuperado el 15 de Julio de 2008. Disponible en: <http://www.mywire.com/pubs/Newsweek/2003/11/10/321219?extID=10037&olIID=229>

Hageney, W. (1982). *Photo Fashion* (Vol. 12). Milan, Roma, Italia: Belverde Co. Ltd.

Harrison, M. (1987). *Beauty Photography in Vogue*. Londres: Conde Nast Publications.

Helmut Newton Gallery. (s.f.). Style Montecarlo. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://www.stylemontecarlo.com/diapos/newton/ne03.htm>

Helmut Newton Gallery. (s.f.) Art-Forum. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: http://www.art-forum.org/z_Newton/gallery.htm

Helmut Newton Interview. (s.f.) Designboom Recuperado el 20 de Julio de 2008. Disponible en: http://www.designboom.com/history/newton_interview.html

Helmut Newton: remembered . (25 de Febrero de 2004). Thought Factory Recuperado el 27 de Mayo de 2008. Disponible en: http://www.sauer-thompson.com/junkforcode/archives/2004/01/helmut_newton_remembered.html

Hitchcock, A. (Dirección). (1964). *Con la muerte en los talones* [DVD].

Holson, L. M. (28 de Agosto de 2005). *The Divorce Photographer*. New York Magazine.

Recuperado el 16 de Octubre de 2008. Disponible en:

<http://www.nytimes.com/2005/08/28/arts/design/28hols.html>

Horvat, F. (Octubre de 1986). *Entre Vues : Frank Horvat - Helmut Newton*. Horvatland.

Recuperado el 20 de Agosto de 2008. [En línea] Disponible en:

http://www.horvatland.com/pages/entrevues/08-newton-en_en.htm

Ingledeu, J. (2005). *Photography*. Londres: Laurence King Publishing. Recuperado el 28 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://books.google.com.ar/books?>

[id=JpKAmEmrlygC&printsec=frontcover&dq=Ingledeu+photography&sig=ACfU3U208rzWD_MPC_59zD_XIUSmerpIIMA](http://books.google.com.ar/books?id=JpKAmEmrlygC&printsec=frontcover&dq=Ingledeu+photography&sig=ACfU3U208rzWD_MPC_59zD_XIUSmerpIIMA)

Jobling, P. (1999). *Fashion Spreads: Word and Image in Fashion Photography since 1980*

Oxford: Berg. Recuperado el 28 de Agosto de 2008. Disponible en:

<http://books.google.com.ar/books?>

[id=0c1a2W1yBoIC&printsec=frontcover&dq=Fashion+Spreads&sig=ACfU3U1vjkzrqXp4kXxmadiQ8W8OaSpdDQ](http://books.google.com.ar/books?id=0c1a2W1yBoIC&printsec=frontcover&dq=Fashion+Spreads&sig=ACfU3U1vjkzrqXp4kXxmadiQ8W8OaSpdDQ)

Joly, M. (1999). *Introducción al análisis de la imagen* (Segunda ed.). Buenos Aires: La Marca.

Klages, M. (Enero de 2007). *Literary Theory: A Guide for the Perplexed*. University of Colorado. Recuperado el 24 de Agosto de 2008. Disponible en:

<http://www.colorado.edu/English/courses/ENGL2012Klages/pomo.html>

Klein, S. (s.f.). *Artist Statement*. Steven Klein Studio. Recuperado el 16 de Octubre de 2008. Disponible en: <http://www.stevencleinstudio.com/www/index.html>

Kubrick, S. (Dirección). (1999). *Eyes Wide Shut* [DVD].

Larocca, A. (Agosto de 2008). Straight Shooter. *New York Magazine* , 60-68.

Lee, T. (s.f.). *Magazine Cover Collection*. Tyler Lee's Website. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: http://www.tylerlee.net/magcovers/mcc_index.htm

Lescano, V. (8 de Octubre de 2004). *De atrás a delante*. Página 12. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-1507-2004-10-10.html>

Maben, A. (Dirección). (1988). *Frames from the Edge* [Película].

Maderuelo, J. (17 de Febrero de 2002). *El hecho diferencial*. El País. Recuperado el 25 de Agosto de 2008. Disponible en:

http://www.elpais.com/articulo/cultura/hecho/diferencial/elpepiopi/20020217elpepicul_3/Te
s

McClure, J. S. (s.f.). *At Home with Helmut Newton*. Salon. Recuperado el 20 de Julio de 2008. [En línea] Disponible en: <http://www.salon.com/07/features/helmut.html>

Meisel, S. (1989) Citado en: Schiro, A. M. (19 de Marzo de 1989). *STYLE MAKERS; Steven Meisel - Photographer*. The New York Times. Recuperado el 14 de octubre de 2008. Disponible en: <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=950DE6D61238F93AA25750C0A96F948260&scp=4&sq=steven%20meisel&st=cse>

Morton, C. (7 de Septiembre de 2003). *Mert Alas & Marcus Piggott: Shooting Stars*. TIME.

Recuperado el 10 de 02 de 2009. Disponible en:

<http://www.time.com/time/fashion/20030908/insider/8.html>

Newton, H. (2005). *Autobiografía* (S. Komet, Trad.) Barcelona, España: RM Verlag.

Newton, H., Hefner, H. M., Cole, G., & Abish, W. (2005). *Playboy: Helmut Newton*. Nueva York: Chronicle Books.

Newton, H., & Lagerfeld, K. (1999). *Big Nudes*. Michigan: Schirmer/Mosel.

Newton, J., & Keller, W. (Edits.). *Helmut Newton: Pages from Glossies*. Berlin, Alemania: Scalo.

O'Hagan, S. (24 de Octubre de 2004). *Good clean fun?*. The Observer. Recuperado el 19 de Febrero de 2009. Disponible en:

<http://www.guardian.co.uk/film/2004/oct/17/photography.art>

O'Hagan, S. (6 de Abril de 2003). *Shooting up*. The Observer. Recuperado el 2009 de Febrero de 2009. Disponible en:

<http://www.guardian.co.uk/theobserver/2003/apr/06/features.magazine47>

O'Rourke, A. (8 de Agosto de 2005). *History of Fashion Photography*. Articles Portfolio. Recuperado el 15 Abril de 2008. Disponible en:

http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm

Price, D. (19 de Marzo de 2007). *Sexy or Sadistic? Sexist, Actually*. National Organization For Women Recuperado el 18 de Febrero de 2009. Disponible en:

<http://www.now.org/issues/media/070319advertising.html>

Renzetti, C. M., Edleson, J. L., & Kennedy Bergen, R. (2001). *The Sourcebook on Violence Against Women*. California: Sage Publications Inc. Recuperado el 17 de Abril de 2008. Disponible en: <http://books.google.com.ar/books?>

[id=v7n5zP3uKn8C&printsec=frontcover&dq=the+sourcebook+of+violence&sig=ACfU3U2MpelcOFlg2Q5wMcMfVbg_e-nr_A](http://books.google.com.ar/books?id=v7n5zP3uKn8C&printsec=frontcover&dq=the+sourcebook+of+violence&sig=ACfU3U2MpelcOFlg2Q5wMcMfVbg_e-nr_A)

Schiro, A. M. (19 de Marzo de 1989). *Style Makers: Steven Meisel Photographer*. The New York Times. Recuperado el 16 de Febrero de 2009. Disponible en: <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=950DE6D61238F93AA25750C0A96F948260&scp=4&sq=steven%20meisel&st=cse>

Sellars, S. (15 de Enero de 2008). *Love among the mannequins*. Ballardian. Recuperado el 20 de Julio de 2008. Disponible en: <http://www.ballardian.com/love-among-the-mannequins>

Siempre hago lo que quiero con mis modelos: Helmut Newton. (31 de Octubre de 2007). The Broken Glass. Recuperado el 27 de Agosto de 2008. [En línea] Disponible en: <http://thebrokenglass.wordpress.com/2007/10/31/siempre-hago-lo-que-quiero-con-mis-modelos-helmut-newton/>

Smyth, D. (16 de Febrero de 2005). *These Mixed Messages Help No One*. [Diario en línea] The British Journal of Photography Recuperado el 20 de Marzo de 2008. Disponible en: <http://www.bjp-online.com/public/showPage.html?page=208277>

Springer, C. (2007). *James Dean Transfigured: The Many Faces of Rebel Iconography*. [En línea] Austin: University of Texas Press. Recuperado el 26 de Agosto de 2008. Disponible en: http://books.google.com.ar/books?id=3wHBIQILM50C&pg=PA82&source=gbs_toc_r&cad=0_0&sig=ACfU3U3YxPL8J4xGUY9NT3io16LrGiBYog#PPA89,M1

Steven Meisel. (s.f.). Art+Commerce. Recuperado el 16 de Febrero de 2009. Disponible en: http://www.artandcommerce.com/AAC/C.aspx?VP=SlideShow_VPage&IAPA=1&STY=A&L4=2U1XC583Y1WG&L5=2U1XC583Y59C

Tungate, M. (2008). *Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara* (2da ed.). [En Línea] Londres: Kogan Page Publishers. Recuperado el 17 de Abril de 2008. Disponible en: <http://www.questia.com/read/102582309#>

ViewonFashion. (s.f.). *Mert Alas y Marcus Piggott*. View On Fashion. Recuperado el 16 de febrero de 2009. http://www.viewonfashion.es/es/open.php?MERT-ALAS-Y-MARCUS-PIGGOTT_Art-Partner&id=467&seccion=125&

Wintour, A (2004) Citada en: Dumenco, S. (10 de Mayo de 2004). *Fashion Photographer Seeks Models/Celebrities for a Little Rough Play*. New York Magazine. Recuperado el 27 de Agosto de 2008, Disponible en: http://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n_10371/