

Capítulo 6

Fotografía de moda, realidad o fantasía

Desde los primeros tiempos, el ser humano ha sido descrito de muchas formas y por muchas razones. Su estilo de representación ha cambiado constantemente a través de la historia. Con la fotografía se alcanzó su máximo realismo. Sin el impacto de ésta sobre la sociedad su progreso no se hubiera dado tan rápido.

Sin el flash electrónico, la película y la misma cámara, el fotógrafo no pudiera representar un retrato con tanta naturalidad. En el caso específico de la fotografía de moda, en ésta la pose de las modelos, las tendencias de la moda, la complexión de éstas, los escenarios, etc., van cambiando conforme a los años, pero el reto siempre ha sido el mismo: obtener más que un registro, una fotografía que ponga de manifiesto la tendencia que está en ese momento de la historia, como algunas de las cualidades intangibles que se reconocen como parte de la individualidad de las modelos.

En este sentido, lo que se intenta es captar sobre la película una apariencia que corresponde a la imagen propia de la modelo y la tendencia que se está interpretando.

La fotografía publicitaria es distinta al simple retrato, en este último el retratado dice: "Si éste soy yo". Este tipo de fotografía sólo puede ser realizada por un fotógrafo que comprenda la perspectiva de las personas, junto con un dominio de la técnica fotográfica.

A diferencia del retrato, la fotografía publicitaria busca una toma limpia y absolutamente estética y si para esto se tiene que negar la realidad y de esta forma halagar una percepción idealizada (una imagen de fantasía y sueño) se realiza hasta lo imposible por lograrla.

La iluminación y la pose cuidadosamente controladas del tipo específico de la fotografía de moda, pueden transmitir sentimiento, emociones y tendencias. Eliminar la timidez frente a la cámara y presentar una foto artística que muestre por lo que fue tomada la fotografía y que el mensaje sea penetrado hacia el público al que se está dirigiendo es el objetivo primordial del fotógrafo.

Una buena toma fotográfica si es del tipo consumista, significa la suma de ciertas cualidades diferentes. La iluminación, la composición, la pose, el estilo fotográfico, el escenario y el dominio técnico son algunos de los elementos esenciales en una toma fotográfica que pretende ser estética en todos sus aspectos y que por lo mismo, se pretende sacar al mercado y lograr la atracción del público por su belleza. Sirviendo de este modo ésta, como anclaje para el consumo de lo que se está fotografiando, mediante la colocación de modelos en un escenario que muestren la tendencia.

"La calidad técnica produce la calidad expresiva: la delicada gradación en las altas luces, una discreta gama de colores y tonalidades en las sombras profundas, una escala de matices y valores entre la luz y la sombra, así como el contraste, la densidad y el equilibrio de color apropiados al modelo son elementos que no se deben dejar pasar por alto". (Taylor, Herb. "Enciclopedia de fotografía". Tomo 9. Ed. Salvat. 1982.)

Tomando como referencia a lo anterior, se puede decir que la calidad de la fotografía solo se ve si es deficiente. Si la imagen es buena la mirada se centra en el modelo y se olvida la parte técnica de la fotografía, y como debe ser, en la foto lo que importa es la persona y lo que representa, no como fue realizada la fotografía.

la fotografía de moda, representa un gran segmento de la fotografía publicitaria, ya que muchos de los anuncios necesitan de modelos que a la vez muestran las tendencias actuales de la moda, sin ser este su primordial objetivo en la publicidad. Y como ya se mencionó anteriormente, la publicidad necesita estar estéticamente presentada ya que es el medio visual que primero se ve en el mercado. En el caso de la fotografía de moda, ésta necesita un cuidado detallado, ya que se tienen que ver posturas de las modelos, prendas bien colocadas y estéticamente diseñadas, así como una figura global idealizada.

Es importante mencionar que como parte del público, se puede decir que una gran porción de las mujeres sin importar edad, estado civil o nacionalidad queremos ser como la modelo que vemos en una revista, espectacular o en la misma TV., sin darnos cuenta que mucho de esto es simplemente deniminado mercadotecnia, y por tal motivo, es solo un producto.

Al hojear una revista de moda, y ver la secuencia de fotografías mostradas durante esa edición, muchas de nosotras como mujeres nos detenemos a visualizar por momentos como nos veríamos si simplemente fuéramos como alguna de ellas. Tener su altura, su color de piel, sus ojos, su compleción, su cabello, etc., son solo algunos de los elementos que como mujer desearíamos cambiar de nuestro ser para poder formar parte del círculo de una modelo. Sin embargo, caemos en una fantasía. Fantasía es: "Imaginación: Imagen creada por la imaginación." (Diccionario enciclopédico, Larousse. tomo 2:541).

Si el término fantasía no es más que imaginación, la fotografía de moda es imaginación, porque gran mayoría de las veces que se produce una fotografía que aparecerá en una revista de moda muy importante, es casi seguro que esa foto este manipulada ya sea directamente en la cámara o en la computadora antes de ser impresa, sirviendo esta acción para lograr una imagen con mayor esteticismo.

Con esto no se quiere decir que esto sea malo, al contrario, es una herramienta que servirá después como anclaje para atraer la atención total del consumidor, siendo así parte de la misma mercadotecnia.

En la actualidad se pueden hacer muchas cosas teniendo como herramienta básica la computadora. Los programas diseñados para imágenes, te ayudan a lograr efectos mejores sobre la toma fotográfica, refiriéndose con esto, específicamente a la fotografía de moda, ésta se basa en elementos que la ayuden a cautivar.

Es verdad que los modistos buscan mujeres con ciertas características para que en conjunto con sus diseños sean elementos claves para que sus prendas sean producto de una adquisición por parte de el consumidor. Pero también es cierto que puedes lograr una cara bonita y un cuerpo estético mediante unos trucos técnicos de manipulación de imágenes y esto se mostrará en el capítulo siguiente. Para los fotógrafos de moda es más fácil conseguir una mujer bella que alguien que retoque la fotografía.

Pero manipulada o no, la fotografía de moda es un momento en el tiempo y en el escenario. Todo lo que está delante de la cámara es idealismo puro, ya que tanto el fotógrafo como el resto del equipo que trabaja para lograr la toma, son personas comunes y corrientes sin ningún tipo de estereotipo que los haga formar parte de ese estudio. ¿Entonces porque querer ser como las modelos? porque el mismo impacto de la publicidad ha llegado a influenciarnos, pero en la realidad las mujeres con esas características son vistas como enfermas. Sin embargo, como la moda, las modelos también son temporadas y en unos años no se duda que las características típicas de la modelo actual cambien en su totalidad.

En la revista Glamour México, Agosto 2003, "Real Women have Curves" artículo publicado por Joaquín Badajoz afirma que el look de los 50 regresa para celebrar las curvas de toda mujer que se imponen sobre todas las tendencias. Joaquín menciona que esa voluptuosidad para los hombres jamás pasará de moda. En palabras textuales: "Modelos, son sólo tendencias...las modelos estadounidenses miden 1.75m y pesan 44 kilos". Menciona también que en un artículo de la revista Newsweek describen a la modelo como "cuatro extremidades rectas en busca de un cuerpo". "Los hombres no las preferimos delgadas, sino llenas de vitalidad, fuertes y saludables", responde Joaquín a las palabras de la revista Newsweek.

Para finalizar Joaquín cierra su artículo con los siguiente: " Las formas naturales van a prevalecer sobre esa obsesión humana de convertir el cuerpo en un objeto de vitrina...lo que se busca es una imagen saludable, vital y bien distribuida".