

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



“HEROIN CHIC”: EXPOSICIÓN Y REINTERPRETACIÓN DE LA TENDENCIA QUE MARCÓ UNA DÉCADA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Trabajo presentado por Dña. Elena Guillén Espinosa para la obtención del título de Comunicación Audiovisual, bajo la dirección del profesor D. Pedro J. Millán Barroso

BADAJOS
2017/2018

**“Heroin Chic: exposición y reinterpretación de la
tendencia que marcó una década”**

Trabajo presentado por Dña. Elena Guillén Espinosa para la superación de la asignatura *Trabajo Fin de Grado* (Código 500381), del título de Comunicación Audiovisual (curso 2017/2018), bajo la dirección de D. Pedro J. Millán Barroso, profesor del Departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura.

El alumno

Vº Bº del Director

Fdo. Elena Guillén Espinosa.

Fdo. Pedro J. Millán Barroso.

“Heroin Chic: exposición y reinterpretación de la tendencia que marcó una década”

Resumen

El trabajo que se presenta a continuación tiene como tema de estudio la tendencia en fotografía de moda conocida como “Heroin Chic” y se encuentra dividido en dos partes.

Por un lado la parte teórica, donde se hace referencia al contexto histórico en el que tuvo lugar esta corriente y sus características. Así mismo, se exponen dos de los fotógrafos más importantes para la misma, repasando su trayectoria, las características de su trabajo y cuál fue su influencia posterior para la fotografía. Para terminar, se hace un recorrido por toda la historia del “Heroin Chic”, desde sus antecedentes, su nacimiento hasta su desaparición, cerrando la parte teórica con un análisis del tema como modelo publicitario, desde un punto de vista artístico, publicitario y social.

Por su parte, la parte práctica consiste en unas series fotográficas que ejemplifican las características de esta corriente desarrolladas en la teoría, aunadas con diferentes influencias que forman mi estilo personal a la hora de tomar fotografías. En la memoria de producción adjunta puede encontrarse desarrollado todo el proceso de preparación, toma y edición de estas imágenes.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	VII
1. Introducción	1
2. Objetivos	4
3. Metodología	5

ESTUDIO PRELIMINAR: MOVIMIENTO “HEROIN CHIC”

4. Marco teórico	8
4.1. Contexto histórico	8
4.1.1. Cambio social en la percepción de las drogas	8
4.1.2. Seattle y el Grunge	9
- Hippies: la década del cambio	10
- Años 70: el nacimiento del Punk	11
- El marginado es el nuevo mainstream	12
4.2. Características	13
4.2.1. Características físicas	13
4.2.2. Características técnicas	16
4.3. Fotógrafos destacados: Corinne Day y Davide Sorrenti	18
4.3.1. Corinne Day	18
- Biografía y trayectoria	18
- Características de su fotografía	20
o Primer periodo: primeros años	20
o Segundo periodo: vuelta a la moda	21
- Legado e influencia	23
4.3.2. Davide Sorrenti	23
- Biografía y trayectoria	23
- Características de su fotografía	25
- Legado e influencia	26
4.4. Orígenes, nacimiento y desaparición del “Heroin Chic”	27
4.4.1. Orígenes en la fotografía documental	27
4.4.2. Primeras publicaciones en revistas y campañas publicitarias	31

4.4.3. Rechazo al “Heroin Chic” y declive del estilo.....	34
4.4.4. “Heroin Chic 2.0”.....	38
4.5. Valoración del “Heroin Chic” como modelo publicitario.....	42
4.5.1. El “Heroin Chic” desde un punto de vista artístico.....	42
4.5.2. El “Heroin Chic” desde un punto de vista publicitario.....	44
4.5.3. El “Heroin Chic” como comunicador social.....	45
5. Conclusiones.....	51
6. Bibliografía.....	53
6.1. Bibliografía.....	53
6.2. Webgrafía.....	53
6.3. Videografía.....	55

PLANTEAMIENTO Y DESARROLLO DE LAS SERIES FOTOGRÁFICAS

7. Memoria Práctica.....	56
7.1. Memoria de producción SERIE #001.....	57
7.1.1. Concepto e inspiración.....	58
7.1.2. Edición.....	59
7.1.3. Valoración del resultado.....	66
7.2. Memoria de producción SERIE #002.....	68
7.2.1. Concepto e inspiración.....	69
7.2.2. Edición.....	70
7.2.3. Valoración del resultado.....	74
7.3. Memoria de producción #SERIE 003.....	76
7.3.1. Concepto e inspiración.....	78
7.3.2. Edición.....	79
7.3.3. Valoración del resultado.....	88
7.4. Memoria de producción SERIE #004.....	89
7.4.1. Concepto e inspiración.....	91
7.4.2. Edición.....	93
7.4.3. Valoración del resultado.....	106
7.5. Memoria de producción SERIE #005.....	107
7.5.1. Concepto e inspiración.....	109
7.5.2. Edición.....	109

7.5.3. Valoración del resultado	126
7.6. Memoria de producción SERIE #006	128
7.6.1. Concepto e inspiración	130
7.6.2. Edición	131
7.6.3. Valoración del resultado	134
7.7. Conclusiones	136

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Evan McGregor como Mark Renton en "Trainspotting",1996.....	9
2. Janis Joplin	10
3. Los Beatles en India.....	10
4. Chicas punk fumando en el metro.....	11
5. Sid Vicious.....	11
6. Marc Jacobs para Perry Ellis, 1992.....	12
7. Kurt Cobain fotografiado por Jesse Forman.....	13
8. Kate Moss por Corinne Day para <i>The Face</i>	14
9. Chloe Sevigny para <i>The Face</i> por Juergen Teller, 1997.....	14
10. Juliette Lewis para <i>The Face</i> ,1994	15
11. Nirvana.....	15
12. Kate Moss	16
13. Marc Jacobs para Perry Ellis, 1992 II.....	16
14.Imagen del set de la película de Sofía Coppola "Las Vírgenes Suicidas", por Corinne Day	17
15. Jaime King por Davide Sorrenti.....	17
16. Portada de la revista <i>The Face</i> con Kate Moss fotografiada por Goldin.....	18
17. Editorial " <i>3rd Summer of Love</i> " de <i>The Face</i> , 1990.....	19
18. Imágenes de " <i>Under-exposed</i> ", 1993	19
19. Diary (2000)	20
20. Kate Moss fotografiada durante los primeros años de Day.....	21
21. Para Dazed and Confused, 1997.....	21
22. "The Girl From Oz", editorial para Vogue, 2006	22
23. Imagen de la primera editorial publicada por Day en 1990	22

24. Últimas fotos publicadas para Vogue UK en 2007.....	22
25. Davide Sorrenti.....	24
26. Jaime King fotografiada por Sorrenti.....	24
27. Jaime King por Davide Sorrenti para <i>Hysteria Glamour</i>	25
28. Jade Malle por Davide Sorrenti para Marc Jacobs, 1997	25
29. Jaime King	26
30. "Entre Amigos, 1992", de Nan Goldin.....	27
31. "Rise and Monty Kissing, New York City, 1980", Nan Goldin.....	28
32. "Suzanne with Mona Lisa, Mexico City, 1981". Nan Goldin	28
33. "Street Hustle, 2003". Ryan McGinley.....	29
34. Imagen de la serie "Tulsa" por Larry Clark.....	30
35. Polaroid por Dash Snow	30
36. Editorial "3rd Summer of Love", por Corinne Day	31
37. Polémicas campañas publicitarias de Calvin Klein, protagonizadas por Kate Moss y Mark Wahlberg.....	32
38. Gucci s/s 1997, por Christian Within para la revista Detour.....	33
39. Fotograma de Trainspotting (Danny Boyle, 1996)	34
40. Jaime King backstage fotografiada por Nan Goldin.....	36
41. Jaime King fotografiada por Nan Goldin para Matsude.....	36
42. Dior Addict, "Be Iconic". 2011	38
43. Fotograma del spot para Belle D'Opium, 2011.....	39
44. Marilyn Manson y Courtney Love como imágenes de Yves Saint Laurent	40
45. Frances Bean Cobain en su campaña para Marc Jacobs.....	41
46. Campañas para el perfume de Calvin Klein "One". Comparativa 1994-2011	41
47. Sky Ferreira.....	41
48. Retratos del Papa Inocencia X, por Velázquez (izda.) y Bacon (dcha).....	43

49. Las Meninas de Velázquez (izda.) y la reinterpretación de Picasso del mismo (dcha.).....	43
50.Campaña para Calvin Klein Jeans de 1995 acusada de pornografía.....	45
51. Vincent Gallo para Calvin Klein ,1996.....	47
52. Ejemplo de publicidad tabacalera dirigida al público femenino.....	48

1. INTRODUCCIÓN

Comenzando por el Neobarroco hasta las diferentes Estéticas de la Posmodernidad recopiladas en las distintas Vanguardias Artísticas del siglo XX, la fealdad, antes rechazada por el arte, pasó a ser considerada también objeto del mismo.

Muerto el debate sobre si algo es arte o no, lo cierto es que algo funciona como arte según las construcciones sociales que lo rodean en un lugar y tiempo determinados y para cierto grupo de personas.

Gracias a la Posmodernidad, arte ya no es sinónimo de belleza, lo que ha permitido explorar nuevos caminos y realidades a representar, pues lo grotesco, lo feo y lo escandaloso también es digno de ser plasmado. Esto es, precisamente, lo que pone en evidencia el “Heroin Chic”, la corriente de fotografía de moda que, tomando elementos de la fotografía documental, lideró la escena de la fotografía de moda y editorial en la década de los 90.

Aunque se considera que su andadura comenzó en 1990 con un editorial de Corinne Day para la revista *The Face*, lo cierto es que sus raíces proceden de la fotografía documental (no de moda, como cabría esperar) de la década de los 80 y se extendió hasta el año 1997, marcado como el comienzo de su declive, tras la muerte de Davide Sorrenti, joven promesa de la fotografía de moda neoyorkina.

Durante su periodo de vigencia, tuvo sus principales focos de actividad situados en Reino Unido y Estados Unidos, desde donde se extendieron a todo el mundo, ya no solo a través de la fotografía, sino también a través del cine, la literatura o la música.

Entre los motivos que llevaron a la elección del “Heroin Chic” como tema para TFG se encuentran:

- Supuso un cambio en la concepción tradicional que se tenía sobre lo que debía ser la fotografía de moda tanto en su técnica como su estética. La belleza dejaba de ser lo más importante para dar paso a la actitud y la personalidad individual del

retratado. Así mismo, lejos quedaban las fotos de gran preparación, introduciendo un tipo de fotografía más espontánea y natural.

- Popularizó el cambio en el canon de belleza de la década, dejando atrás los modelos atléticos y esculturales de los 80, para dar paso a un modelo de mujer de aspecto enfermizo y escuálido.
- Se trata de una corriente fotográfica cuya estética traspasó los límites de la fotografía, expandiéndose también a otros ámbitos de la cultura popular como la música o el cine.
- Del mismo modo, es una fotografía que traspasa los límites de lo mero visual y artístico para influir y verse influido en gran medida por su contexto histórico y la realidad social que la rodeaba, como fueron el Grunge y el Punk, el SIDA y las drogas.
- Es quizá la corriente de fotografía de moda que más ha trascendido en el tiempo, pues a pesar de su declive, no ha desaparecido del todo, manteniendo sus características y adaptándolas a los nuevos tiempos.
- Por último, es probable que el “Heroin Chic” sea la fotografía más polémica y criticada desde diferentes ámbitos. Fue criticada y acusada de hacer apología de las drogas, el estilo de vida poco saludable y los trastornos alimentarios.

Este trabajo se trata de un trabajo dual, formado por una parte práctica (compuesta por unas series fotográficas) y otra teórica (análisis preliminar del movimiento “Heroin Chic”). A pesar de que las series fotográficas constituyen el elemento principal de este escrito, he considerado indispensable la contextualización y documentación teórica previa de una de las principales influencias de esta práctica para mejorar su comprensión.

En cuanto a su parte teórica, a través de este documento se pretende describir y analizar el “Heroin Chic” desde su contexto histórico, haciendo un repaso por diferentes subculturas y aspectos sociales (como el cambio en la percepción social de las drogas) que propiciaron su aparición y se describirán sus características a nivel físico/estético y técnico.

Tras esto, se desarrollarán las figuras de los dos fotógrafos más destacados de la corriente, sobre los que hablaremos acerca de su trayectoria, sus características y cuál fue su influencia dentro del estilo. Una vez hecho esto, recorreremos la historia del “Heroin Chic” desde sus orígenes en la fotografía documental, sus primeras publicaciones y campañas publicitarias, hasta llegar al rechazo del mismo por parte de diferentes sectores, lo que propició su declive, para terminar con su situación dentro del estado actual de la fotografía de moda.

Para concluir, se procederá a la valoración del “Heroin Chic” desde tres puntos de vista diferentes: artístico, publicitario y como comunicador social.

Podría escribirse acerca del “Heroin Chic” desde otras vertientes o abarcar otros conceptos como el del “Marketing de la Nostalgia”, pero al no tratarse de términos relacionados directamente con el enfoque escogido para este documento, he decidido prescindir de ellos.

Respecto a la parte práctica, ésta se compone de 6 series fotográficas y de una memoria en la que se desarrolla la elaboración del proyecto fotográfico que se presenta.

Esta memoria se divide en cuatro apartados: una ficha técnica donde se nombran todos los participantes de cada serie (modelos y asistentes), attrezzo, vestuario, peluquería, equipo, etc. También se dedica un apartado a describir el concepto y la inspiración de cada serie. Una vez desarrollado, el siguiente apartado procede a mostrar paso a paso las etapas seguidas para conseguir el resultado final. Por último, en una breve conclusión se exponen las ideas, problemas surgidos durante las sesiones y cómo han sido solucionados e impresiones finales de cada una.

2. OBJETIVOS

Los objetivos planteados a través de este documento son:

- **Objetivo general 1:**

Dar a conocer un estilo fotográfico de la década de los 90 que marcó un antes y después en la industria de la moda.

- **Objetivos específicos 1:**

1. Analizarlo desde diferentes puntos de vista: históricamente, artístico, publicitario y social.
2. Recordar a las personas más destacadas que formaron parte del “Heroin Chic” y sus momentos y campañas clave.
3. Conocer sus características para tener una visión completa de la corriente.

- **Objetivo general 2.**

- Gracias al objetivo general 2, mejorar la comprensión de las fotografías de creación propia que se presentan en la parte práctica.

- **Objetivo general 3:**

Exponer mi propia versión del estilo “Heroin Chic” según mi propio criterio artístico, gustos e influencias.

- **Objetivos específicos 3:**

1. Emplear distintos materiales, estéticas y maneras de fotografiar.
2. Emplear diferentes soportes audiovisuales: la fotografía y el vídeo.
3. Perfeccionar mi técnica.

3. METODOLOGÍA

Aunque el objetivo inicial de este trabajo era mostrar una serie de fotografías que demostraran mi técnica y capacidad de creación artística, mis gustos y mis influencias fotográficas, también consideré éste un buen momento para volver a dar visibilidad a una de esas tendencias de estilo que han marcado mi manera de tomar imágenes. Es por eso que el trabajo se compone de parte práctica y teórica.

Todo fotógrafo toma su inspiración del trabajo de otros, de observar diferentes corrientes artísticas o periodos de tiempo que le sugieren determinadas emociones, y para poder entender mejor el trabajo de un artista es bueno conocer de dónde vienen los elementos que conforman su estilo. Por eso, antes de mostrar las series fotográficas creadas para este trabajo, consideré oportuno desarrollar una de esas principales influencias de mi fotografía, en este caso, el “Heroin Chic”.

Debo acentuar que a pesar de que el “Heroin Chic” ha sido el seleccionado para ser desarrollado en la teoría, esta no es la única influencia presente en las fotos, incluso puede que en alguna de ellas no sea siquiera la más importante. Esto es debido a que mi intención no ha sido limitarme a copiar el estilo de las fotos de las que hablo en el trabajo, si no presentar mi propia creación, a mi manera y según mi visión y mi propio estilo, y este estilo se compone de influencias muy diversas, algunas de ellas incluso alejadas de lo que representa el “Heroin Chic”.

3.1. Documentación Teórica.

El primer paso dado para comenzar este trabajo fue el de documentación. Para ello, consulté multitud de sitios web recopilando la información necesaria. Para mayor precisión, prácticamente todas estas fuentes fueron buscadas en inglés y en artículos lo más coetáneos posible al periodo de estudio en cuestión. Para abordar ciertos apartados que necesitaban de mayor profundidad para estar completos también se consultaron libros sobre el tema a tratar, así como videografía relacionada con ella.

Debido al hecho de que prácticamente toda la información fue tomada de fuentes de habla inglesa, las citas y los fragmentos de texto que aparecen expuestos en el documento han debido ser traducidos al español. Todas las traducciones presentes en el texto son propias, a no ser que se indique lo contrario.

3.2. Preproducción, producción, postproducción de las fotografías y elaboración de la memoria.

Una vez terminada la documentación, comencé con la toma de imágenes.

Tras una primera lluvia de ideas salieron las diferentes series que se realizarían para completar el trabajo. Estas series iniciales sufrieron modificaciones porque se trataban de un número demasiado alto como para poder encajar en la extensión de un trabajo de este tipo, por lo que se quedaron fuera.

Para cada serie el procedimiento fue el mismo: una vez decidido el concepto, procedí a la búsqueda de imágenes con las que elaborar el panel de inspiración que serviría de guía tanto para mí como para mis modelos, elaborar el vestuario completo (además de peluquería y maquillaje) que se emplearía en cada serie, comprando la ropa cuando fue necesario, así como el attrezzo (en caso de ser necesario) para cada una de ellas. Además de todo esto, busqué en mi círculo cercano a personas que me sirviesen de modelo, asignando a cada una su serie correspondiente, así como a varios asistentes que me ayudasen a completar cada una de ellas.

Una vez realizadas las fotos y completada la selección de la parte de ellas que llegarían a formar parte del trabajo final, comencé con su edición, empleando el software de Adobe Photoshop CC 2017 para ello. Los pasos seguidos en dicha edición aparecen detallados exhaustivamente en la memoria que se presenta, añadiendo capturas de pantalla que permiten ver el proceso.

Esta memoria, además de contar la evolución de la edición, explica todos los detalles técnicos y estilísticos de cada una de las series, así como una breve reflexión sobre los resultados obtenidos.

3.3. Maquetación final de las imágenes.

Por último, la selección fotográfica final ha sido maquetada para que puedan ser visualizadas a modo de libro de fotos, para lo que se ha empleado el software de Adobe InDesign CC 2017.

4. MARCO TEÓRICO

A lo largo de este punto, haremos un recorrido por diferentes aspectos de la tendencia en la fotografía de moda denominada “Heroin Chic”, empezando por el contexto histórico en el que tuvo lugar, sus características, algunos de los fotógrafos más destacados de la corriente, repasando su trayectoria desde sus inicios hasta su declive y lo valoraremos desde un punto de vista artístico, publicitario y social.

4.1. Contexto Histórico.

Toda corriente artística nace inmersa en un determinado contexto histórico cuyas características y elementos propician su aparición. En el caso del “Heroin Chic” fueron: el cambio en la percepción de las drogas por parte de la sociedad y el movimiento Grunge de principios de los 90, heredero a su vez de otros movimientos culturales anteriores.

4.1.1. Cambio social en la percepción de las drogas.

Para entender una corriente artística tan polémica y controvertida como el “Heroin Chic” es imprescindible comprender el contexto histórico y social que la desencadenó. Aunque se trata de un tipo de fotografía especialmente desarrollado en los años 90, el cambio social que la hizo posible comenzó a fraguarse décadas antes.

Los orígenes del “Heroin Chic” se remontan a incluso antes de que pudiéramos hablar de él como tal. Con la popularización, la expansión y normalización del uso de la heroína y otras drogas en los años 70 y 80, el estigma alrededor de tomar drogas cayó, dejando de formar parte solamente de círculos marginales, para formar parte también de círculos sociales más ricos.

Por esto y otros cambios socio-económicos, las drogas dejaron de verse como algo lejano, propio de marginados y pobres de zonas de extrarradio, para tomar el centro de las ciudades y ser consumida en las mejores discotecas y clubs por gente de todas las clases sociales. Tomar drogas ya no era sinónimo de echar tu vida a perder, sino símbolo de las mejores fiestas, complemento de artistas y celebridades al más puro estilo “sexo, drogas y rock & roll”.

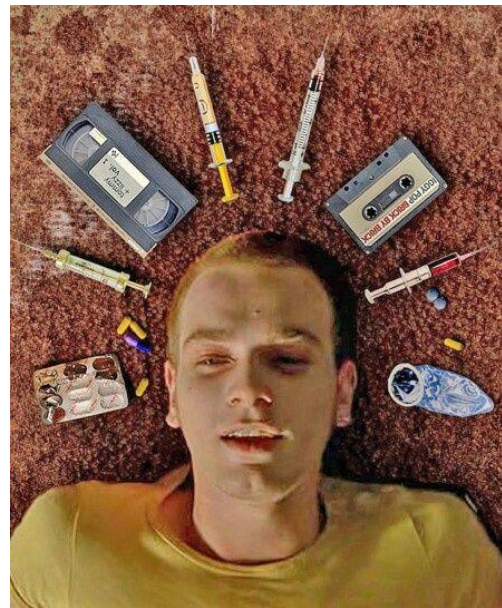
Como podemos leer en este artículo:

Cuando el “Heroin Chic” surgió, la imagen que el público tenía de la heroína había cambiado por varias razones. El precio de la heroína había descendido y su pureza había aumentado drásticamente. En los años 80, la epidemia de SIDA hizo inyectarse heroína con agujas sucias cada vez más peligroso. La heroína disponible se había vuelto más pura y esnifarla se convirtió en un uso más común. Estos cambios redujeron el estigma que rodeaba a la droga, permitiendo a la heroína encontrar nuevos mercados entre las clases medias y altas, en contraste a su base previa de pobres y marginados. (Wikipedia.org, 2017)¹.

4.1.2. Seattle y el Grunge.

Ya en los comienzos de los años 90, esta realidad social se unió a la cultura popular. En Estados Unidos, más concretamente en Seattle, surgió uno de los movimientos y subculturas urbanas más importantes de los últimos años: el Grunge o Seattle Sound, popularizado por los éxitos de grupos como Nirvana, Pearl Jam o Alice in Chains.

El Grunge fue un movimiento complejo que fue más allá de la música, influyendo de manera significativa en toda una generación de jóvenes por su nuevo sonido. Pero además de esto, popularizó un nuevo tipo de literatura, una nueva narrativa cinematográfica, una manera determinada de vestir o un nuevo modo de ver la vida. Tal y como expresaba Darragh



1. Evan McGregor como Mark Renton en "Trainspotting", 1996. (Fuente: pinterest.es)

McManus en un artículo para *The Guardian*, el Grunge: “fue la expresión definitiva y la fusión de la mayoría de los hilos culturales, ideológicos y sociales que definían el mundo occidental moderno: feminismo, liberalismo, ironía, apatía,

¹ <https://goo.gl/U4Es5B> (Consultado el 24/06/2017)

cinismo/idealismo, anti-autoritarismo, postmodernismo irónico y el amor por la música sucia y agresiva” (McManus, 2008)².

Pero por desgracia, también fue un movimiento en el que en sus principales figuras, ídolos de masas, el consumo de drogas era recurrente, debido, en parte, a una excesiva aceptación del consumo de heroína y otras drogas con fines recreativos. Estos artistas, cada uno de facetas diferentes, no escondían su drogadicción, llegando incluso a escribir canciones sobre ellas, fotografiando escenas decadentes o realizando películas que idealizaban su consumo. A pesar de lo que pueda parecer, el Grunge no es la primera subcultura ligada a las drogas.

- *Hippies: la década del cambio.*

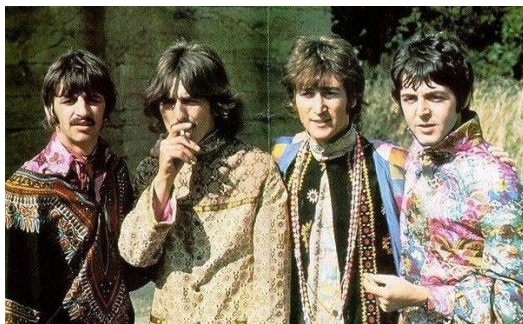
En la década de los 60, también denominada “Década del Cambio” por sus transformaciones político-sociales, eran predominantes la marihuana y el LSD, drogas estimulantes comunes entre los miembros de la subcultura psicodélica conocida como “Movimiento Hippie”. Entre sus características se encontraba el rechazo a los valores o formas sociales impuestas por sus contemporáneos, siendo sus miembros en ocasiones tachados de anarquistas, desprejuiciados y libertinos.



2. Janis Joplin. (Fuente: pinterest.es)

Esta contracultura pacifista empleaba estas sustancias psicotrópicas para, según ellos, viajar “a un lugar libre de preconcepciones y dogmas, un lugar carente

3. Los Beatles en India. (Fuente: pinterest.es)



de miedos grabados a fuego en la cotidianidad de cada una de las personas partícipes de la sociedad” y “el encuentro con la esencia natural e incontestable del ser humano” (Barge, X. F.)³.

² <https://goo.gl/CY484D> (Consultado el 24/05/2017)

³ <https://goo.gl/oZcm61> (Consultado el 25/05/2017)

Muchos fueron los artistas que, de acuerdo a su ideología, abrazaron el movimiento, y con él, el consumo de drogas, como es el caso de Janis Joplin o Los Beatles. Para todos ellos, igual que ocurrirá más tarde, el consumo de drogas estaba presente en sus vidas y se reflejaba en sus creaciones artísticas.

- *Años 70: el nacimiento del Punk.*

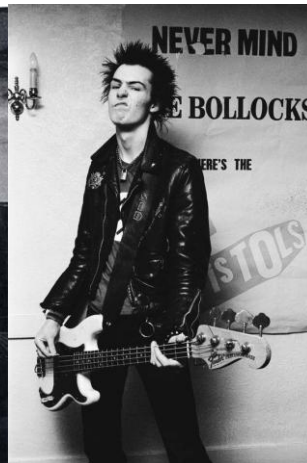
El movimiento Punk de esta década buscaba continuar el trabajo empezado por los hippies la década anterior, pero de un modo antagónico.

Al igual que el hippie, el punk busca liberarse de los estigmas sociales a través del “*Do It Yourself*”⁴, pero si los primeros lo hacían de un modo pacifista, como cantaban a través del lema “*Peace and love*”⁵, los punk iban más allá, pues su intención era conseguir esta ruptura de dogmas a través de transgresiones estéticas y la crudeza de sus actos.

En un mundo donde ciertos sectores de la juventud se sentían cada vez más marginados por el sistema, fueron ellos mismos quienes decidieron marcar la diferencia e ir en contra del sistema que los había marginado, con comportamientos autodestructivos e ideologías antimilitaristas, antifascistas y anarquistas, despreciando la moda y la sociedad de masas.



4. Chicas punk fumando en el metro. (Fuente: pinterest.es)



5. Sid Vicious. (Fuente: Pinterest.es)

⁴ “Hazlo tú mismo”. Filosofía anti-capitalista que rechaza el consumo masivo de productos que pueden ser elaborados por nosotros mismos.

⁵ “Paz y Amor”.

Si para los hippies la droga era un modo de superar el estado material y conectar con la naturaleza, la cocaína, el crack y la heroína fueron las principales drogas de este periodo. Mientras que la cocaína y el crack aportaban seguridad en uno mismo y la exaltación del estado de ánimo tan necesaria para la revolución social que buscaban, la heroína provocaba el efecto contrario, dando como resultado el caos tan característico de este movimiento.

- *El marginado es el nuevo mainstream.*

La revolución y el caos punk de los años 70 y 80 dieron paso en la siguiente década a la apatía de los sectores más jóvenes, abanderados del “*No Future*”⁶ heredado del Punk.



6.Marc Jacobs para Perry Ellis, 1992. (Fuente: pinterest.es)

de alguna manera, buscar una escapatoria para aquello que no quieren asumir” (Huamantica, D.,2011)⁷.

Esta nueva generación de jóvenes, denominada “Generación X”, se caracterizaba, entre otras cosas, por su pesimismo existencial, el pacifismo y el rechazo al materialismo y al consumismo. Si las generaciones anteriores luchaban por el cambio social, ésta ya se había resignado a la imposibilidad del mismo.

Entre los jóvenes pertenecientes a esta subcultura, esa apatía, esa desidia, esa sensación de abandono, eran suplidas mediante la heroína. Este movimiento usaba las drogas para “evadir sus problemas, sentirse mejor o,

Pero si bien tanto el Punk como el Grunge fueron movimientos socio-culturales que involucraban a esas personas que el sistema rechazaba, su principal diferencia y lo que impulsó el auge del Grunge como contracultura fue, precisamente, aquello de lo que renegaban: la comercialización y la sociedad de masas y consumo.

⁶ “No hay futuro”. Lema que resume la actitud e ideales de la Generación X.

⁷ <https://goo.gl/UcQ7gD> (Consultado el 25/05/2017).

Al igual que sucedió con el Punk, es muy difícil separar el Grunge como movimiento social del estilo musical del mismo nombre, pues ambos utilizaban la música para expresar sus mensajes. Hubo muchas bandas Grunge emblemáticas, pero ninguna tuvo tanta fuerza como Nirvana. Kurt Cobain se convirtió en “la voz de una generación” y los mensajes de sus letras pasaron de los suburbios de Seattle a ocupar todos los lugares del mundo. Cobain pasó a ser el chico del momento, su estilo, el estilo a seguir, y el Grunge, originariamente formado por grupos minoritarios, a estar a la moda, dando lugar a la corriente estética que estudia este documento: el “Heroin Chic”.



7. Kurt Cobain fotografiado por Jesse Forman.
(Fuente: pinterest.es)

4.2. Características.

Algo característico de la fotografía “Heroin Chic” es que la modelo es más que un simple maniquí. En esta corriente, la actitud es, en gran parte de las ocasiones, más importante que la ropa que muestran. Por ello, las características del estilo se desarrollarán en dos apartados. Por un lado, desarrollaré las características físicas y meramente estéticas, describiendo la parte visual de las imágenes. Después continuaré explicando las características técnicas propias del estilo.

4.2.1. Características físicas.

Tal y como describe Anastasia Romanova, “el “Heroin Chic” fue un *look* popularizado en la moda de mediados de los 90 y que se caracterizaba por la piel pálida, ojeras bajo los ojos y una estructura ósea angular. El *look*, caracterizado por los rasgos demacrados y la androginia fue una reacción en contra de la imagen “sana” y vibrante de modelos como Cindy Crawford o Claudia Schiffer”. (Romanova, A.)⁸.

⁸ <https://goo.gl/eBmxH6> (Consultado el 28/05/2017)



8. Kate Moss por Corinne Day para *The Face*. (Fuente: pinterest.es)

Las modelos, lejos de presentar una imagen propia de una revista de moda, aparecen desmaquilladas, con el pelo sucio, la ropa desaliñada y aspecto enfermizo. Además, se alejan de los típicos escenarios y estudios empleados hasta entonces para posar en zonas descuidadas o sin previa preparación, pudiendo representar cualquier lugar accesible: una habitación desordenada, un callejón o la playa, pero siempre alejado de ese halo de perfección

que había rodeado a la moda hasta entonces.

De repente, una modelo no era la representación glamurosa de la perfección imposible. Era fotografiada en bruto, sin pulir, impura e inquietante. Había cierta belleza en este realismo. Parecía que, por una vez, las modelos tenían algo que decir, incluso ser tu amiga o “la vecina de al lado”. Lejos quedaban los rulos y los looks de alto mantenimiento de nuestras predecesoras y así llegó el movimiento anti-glamuroso llamado “Heroin Chic”. (Jocette, 2012)⁹.

La nueva moda era mostrar ropa cara e inaccesible para una mayoría de población en modelos de aspecto vulnerable. El ideal ya no era mostrar la perfección, sino una imagen mucho más cruda e imperfecta. Si antes las modelos que ocupaban las portadas eran aquellas de cuerpos atléticos, saludables y fuertes, el lenguaje corporal de aquellas chicas que tomaron el relevo debía mostrar una imagen de flaqueza, de debilidad, de fragilidad en unos casos o tener una actitud desafiante, apática y desinteresada en otros. Lo “chic” del “Heroin Chic” era, justamente, mostrar ideas de belleza poco atractivas y el *look*, el de una persona adicta a la heroína.

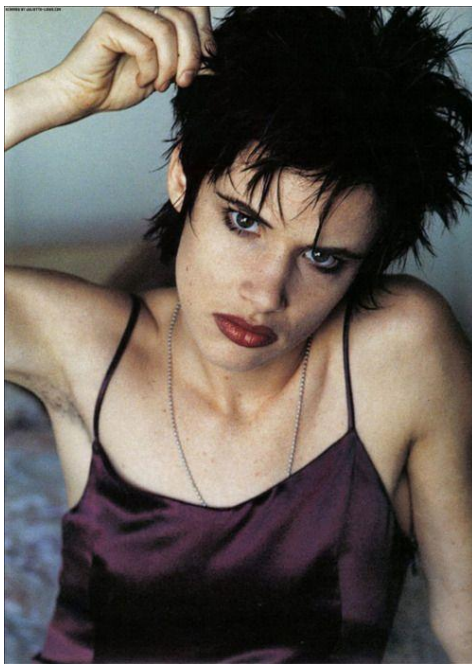


9. Chloe Sevigny para *The Face* por Juergen Teller, 1997. (Fuente: pinterest.es)

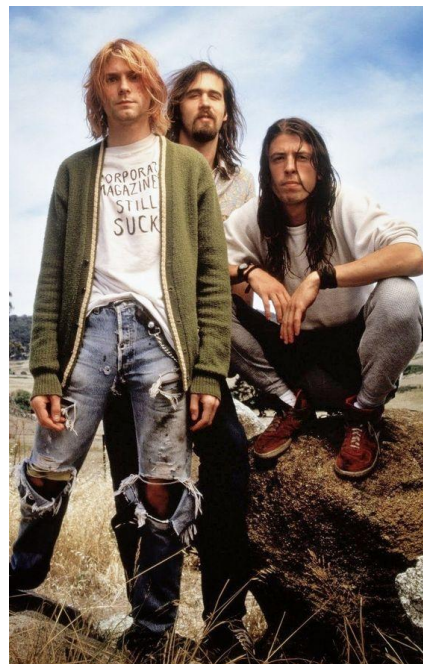
⁹ <https://goo.gl/fhoJdt> (Consultado el 28/05/2017)

“La clave de *look* era que nada pegase, que nada estuviese coordinado y un artículo era preferible si viejo y gastado. El punto era parecer desordenado, desnudo y desaliñado, como si no se hubiese puesto demasiado empeño” (Thomas, P. W., cfr. Furek, M. W., 2008: P. 102).

Para ello, adoptaron la estética de la subcultura dominante del momento, el Grunge, y los *looks* y estilismos se impregnaron de su estilo: miradas perdidas, fotografías realizadas en baños, poses y expresiones de personas que no se toman demasiado en serio su aspecto u hombres con vestidos y maquillaje ocupando portadas de revistas donde parece que lo que menos importa es la ropa.



10. Juliette Lewis para *The Face*, 1994. (Fuente: pinterest.es)



11. Nirvana. (Fuente: pinterest.es)

Según escribía la revista Rolling Stone en su artículo *40 Years of Rock Style*¹⁰: “(Kurt) Cobain consiguió poner de moda el *look* sucio. Él llevaba vaqueros desgastados sucios, camisetas de cuadros raídas sobre otras camisetas sucias y, para añadir efectismo, vestidos y pijamas” (Rolling Stone Magazine, cfr. Furek, M. W. 2008: P. 102).

La fotógrafa Mel Stones, además considera que el estilo femenino de la década era contrario al machismo, el acoso callejero y la hipersexualización de la mujer. “No quería que me sexualizaran.[...] El estilo de las chicas giraba más bien en

¹⁰ “40 Años de Estilo Rock”.

torno a la androginia, en torno a no querer ser una muñeca Barbie o llevar el maquillaje y los peinados exagerados que se llevaban en los 80.” (Mel Stones, cfr. Emily Manning, 2017)¹¹.

Podemos considerar que la nueva horda de modelos de esta década representaba precisamente eso, una oda a la “anti-modelo”, la “anti-belleza”.

4.2.2. Características técnicas.

El “Heroin Chic” es un estilo de características muy diversas que permite jugar en gran medida con los elementos. Son imágenes con una estética natural, en las que, en ocasiones, parece haber poca preparación previa.



12. Kate Moss. (Fuente: pinterest.es)

fotografías en color, podemos encontrar imágenes que aparecen descoloridas o saturadas, pero en ninguno de los dos casos suele llevarse al extremo.

La iluminación no es uno de los principales elementos en este tipo de fotografía.

Suelen ser fotos con el grano marcado. Aunque puede haber cierta predilección por el blanco y negro (especialmente en algunos fotógrafos), el color también es un elemento importante en estas fotografías. Cuando se trata de fotos en blanco y negro, suele apreciarse un ligero contraste marcado, aunque también puede utilizar la escala de grises para conseguir diferentes efectos. En el caso de las



13. Marc Jacobs para Perry Ellis, 1992 II. (Fuente: pinterest.es)

¹¹ <https://goo.gl/vYSfUa> (Consultado el 16/06/2017)

Si se trata de fotografía en exterior, no suelen emplearse luminarias adicionales para rellenar la luz. El único instrumento empleado serían los reflectores y palios con los que suavizar las luces y las sombras, manteniendo la sensación de luz natural, sin artificios. En ocasiones se recurre al uso del flash incrustado en la cámara.

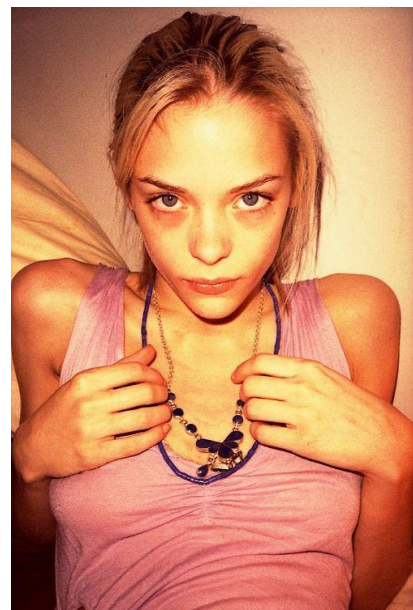


14. Imagen del set de la película de Sofía Coppola "Las Vírgenes Suicidas", por Corinne Day. (Fuente: pinterest.es)

En el caso de la fotografía de estudio, la iluminación tampoco suele presentarse de manera estridente. No es habitual la presencia de fuertes contrastes entre luces y sombras, sino que la transición entre uno y otro es suave, casi como si se tratase de luz natural, conseguida a través de luminarias. La intención del estilo es conseguir aparentar que la luz capturada en la imagen era la propia del lugar, sin utilizar herramientas para modificarla.

Como lo que pretende esta corriente fotográfica es mostrar la imperfección y la crudeza, las imágenes no presentan una edición que altere las características físicas de las modelos; no existen las pieles perfectas, los ojos brillantes ni los cuerpos inalcanzables.

Las velocidades de obturación empleadas suelen ser medias y dependiendo del elemento fotografiado pueden aparecer con más o menos movimiento, pero, normalmente, la modelo fotografiada aparece enfocada. Los diafragmas, por



15. Jaime King por Davide Sorrenti. (Fuente: pinterest.es)

su parte, suelen estar abiertos, permitiendo el desenfoque, o aumentan la sensibilidad de la película cuando quieren que aparezca el grano más marcado y cuando se fotografía en condiciones de poca luz.

4.3. Fotógrafos destacados: Corinne Day y Davide Sorrenti.

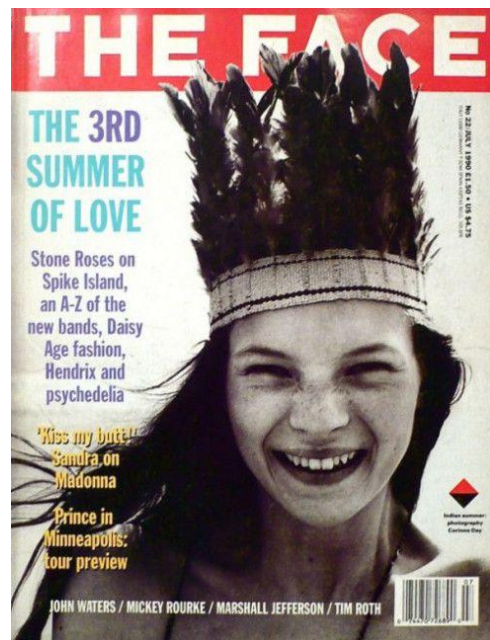
Durante la década de los 90, hubo muchos fotógrafos que emplearon y continuaron la estética propia del “Heroin Chic”. Sin embargo, debemos hacer mención especial a los fotógrafos que pueden considerarse el nacimiento y la muerte del mismo: Corinne Day, quien fue la fotógrafa que, inspirándose en la fotografía documental, comenzó este estilo, y Davide Sorrenti, quien con su muerte dio pie a la persecución del mismo.

4.3.1. Corinne Day.

- *Biografía y trayectoria.*

“Corinne Day (19 de febrero de 1962 – 27 de agosto de 2010) fue una fotógrafa británica cuya influencia en la percepción y el estilo de la fotografía de principios de los años 90 ha sido inmensa. Fotógrafa autodidacta, trajo un aspecto documental más duro a la creación de la imagen de la moda, en la que incluía a menudo elementos autobiográficos.

Day es conocida por formar largas y cercanas amistades con muchas de sus modelos (Kate Moss es la más conocida), dando como resultado retratos íntimos y sinceros. El más notable de ellos son las fotografías de Moss en el editorial para *The Face Magazine* de 1990 llamado “3rd Summer of Love”¹². Su manera de mostrar el estilo de vida y la moda en revistas durante



16. Portada de la revista *The Face* con Kate Moss fotografiada por Day. (Fuente: pinterest.es)

¹² “Tercer verano del amor”.

los años 90 fue considerada como grunge y se convirtió en un estilo internacional”. (corinneday.co.uk, 2007)¹³.



17. Editorial "3rd Summer of Love" de The Face, 1990. (Fuente: pinterest.es)

Siempre trataba de involucrarse con las modelos que retrataba, algo sobre lo que ella afirmaba: “cuando se crea una relación entre el sujeto y el fotógrafo, tiene lugar una interacción natural, haciendo las imágenes más íntimas, revelando vida en los ojos de la persona que es fotografiada, que es primordial”. (Day, C., cfr. Polly Pop, 2010)¹⁴.

Su primera polémica vino acompañada, de nuevo, de Kate Moss en 1993, cuando Vogue UK le encargó realizar el editorial de lencería para su edición de junio. El editorial, llamado “*Under-Exposed*”¹⁵, mostraba a una Kate Moss de 19 años en el apartamento de Londres que compartía con su novio en aquel momento, el también fotógrafo de moda Mario Sorrenti. Una vez las imágenes vieron la luz, medios como el *Daily Mail* o *The Independent* las calificaron como horribles, explotadoras y cercanas a la pornografía infantil.



18. Imágenes de "Under-exposed", 1993. (Fuente: pinterest.es)

¹³ <https://goo.gl/adM2Ve> (Consultado el 31/05/2017)

¹⁴ <https://goo.gl/88vmuz> (Consultado el 08/06/2017)

¹⁵ “Subexpuesta”.

Durante los siguientes años y debido al debate que generó su trabajo en torno al “Heroin Chic”, Day decidió retirarse de la fotografía de moda para centrarse en la fotografía documental y en preparar su primer libro publicado, titulado *Diary* (2000), en el que muestra su entorno personal, sus amigos, gente joven tomando drogas y teniendo sexo.



19. Diary (2000). (Fuente: Pinterest.es)

Durante ese tiempo, también realizó varias exposiciones en solitario y exposiciones comisariadas por Charlotte Cotton (*Imperfected Beauty*, 2000) en el Victoria and Albert Museum de Londres o por Ulrich Lehmann (*Chic Clicks*, 2002) en la Institute of Contemporary Art de Boston.

Ya en los primeros años del nuevo milenio, Day volvió a la fotografía de moda trabajando para varias revistas de moda, especialmente las ediciones británicas, francesas, italianas y japonesas de *Vogue*.

Corinne Day falleció en 2010 de un tumor cerebral a la edad de 48 años.

- *Características de su fotografía.*

La fotografía de Corinne Day puede dividirse en dos periodos: sus inicios en la fotografía y su vuelta a ella.

- *Primer periodo: primeros años.*

Sus primeras incursiones en la fotografía de moda se caracterizan por un estilo más crudo y natural, un estilo fresco que dio lugar a toda una nueva corriente de fotografía.



20. Kate Moss fotografiada durante los primeros años de Day. (Fuente: pinterest.es)

Fotógrafa de retratos principalmente, sus imágenes se caracterizaban por las posturas y las actitudes relajadas de sus modelos (siendo Kate Moss una de sus predilectas). Day trasladó la fotografía del estudio al exterior, llevando al espectador a rincones desvencijados, alejados del lujo y la perfección precedente.

En ocasiones polémica por el contenido de sus imágenes, Corinne Day fue la primera abanderada del “Heroin Chic” por la estética enfermiza, sus modelos híper delgadas y andróginas y el aspecto descuidado general de

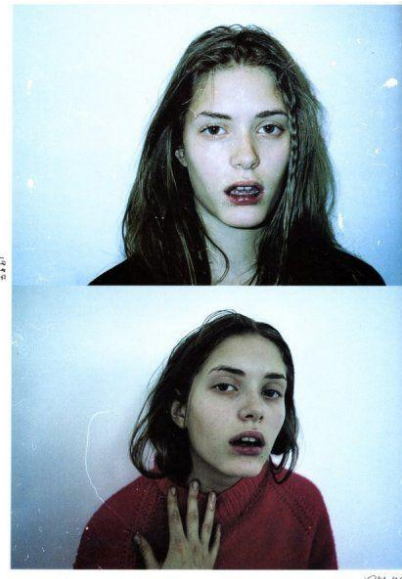
sus fotografías.

En cuanto a las cuestiones técnicas, Day fotografiaba tanto en blanco y negro como en color, con una iluminación y un color naturales y sin estridencias. Fotografiaba principalmente a velocidades rápidas, por lo que el movimiento no está demasiado presente en sus fotografías, sino que todo lo representado en el cuadro está “congelado”. Tampoco suele jugar con el desenfoque, pues salvo los fondos y en diferente medida, todo aparece enfocado.

Por lo general, sus instantáneas no presentan demasiada edición a posteriori, sino que muestran lo captado tal y como fue captado. Sus imágenes sí que presentan cierto ruido, restándoles nitidez.

○ *Segundo periodo: vuelta a la moda.*

Años después de su retirada, Corinne Day volvió a la primera línea de la fotografía de moda de una manera muy diferente a la inicial.



21. Para Dazed and Confused, 1997. (Fuente: pinterest.es)

En esta segunda etapa, podríamos decir que su fotografía se volvió más “políticamente correcta”. El estilo desgarrado desapareció y dio paso a otro estilo más refinado, de estética más cuidada.

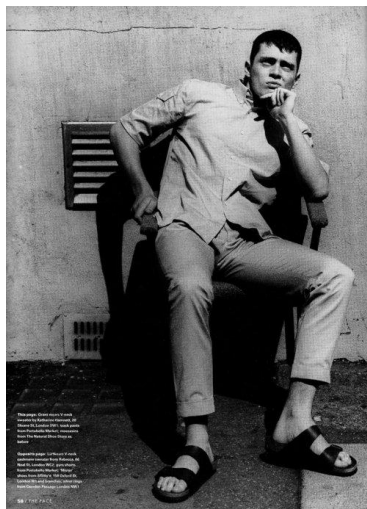


22. "The Girl From Oz", editorial para Vogue, 2006. (Fuente: pinterest.es)

En este periodo, Day pasó a utilizar mucho más el estudio fotográfico, comenzó a jugar más con la iluminación y el color de sus imágenes y a cuidar más la estética del entorno fotografiado.

Aunque aún con ciertos toques de la Corinne Day original, la edición a posteriori en sus fotografías y el estilo predominante de los primeros años de los 2000 comenzaron a estar presentes en sus editoriales. Las modelos que posaban para ella ya no parecían tan enigmáticas y la frescura que la diferencia del resto ya no estaba tan marcada.

Si comparamos las fotografías de sus dos periodos, podemos comprobar cómo su primera etapa fue mucho más provocativa y revolucionaria, teniendo en cuenta los precedentes fotográficos que se tenían. En su vuelta al mundo de la moda, su fotografía se volvió más “políticamente correcta”, haciéndola, a mi parecer, una fotografía menos interesante e innovadora.



23. Imagen de la primera editorial publicada por Day en 1990. (Fuente: corinneday.co.uk)



24. Últimas fotos publicadas para Vogue UK en 2007. (Fuente: corinneday.co.uk)

- *Legado e influencia.*

Corinne Day es considerada la primera fotógrafa e impulsora de la corriente fotográfica denominada “Heroin Chic”. Sumado a esto, puede decirse que fue ella quien “descubrió” y le dio la fama a un icono del estilo y del mundo de la moda: Kate Moss.

Desde que llegara a la revista británica *The Face* en 1989 como directora de arte, tal y como escribía Belinda White para *The Daily Telegraph* en agosto de 2010: “Corinne abrió la puerta a toda una nueva generación de fotógrafos, diseñadores, modelos y estilistas, quienes de pronto vieron que la industria de la moda no tenía por qué ser ese club exclusivo, privilegiado y perfecto”. (Wikipedia.org, 2017)¹⁶.

Sobre qué impulsó esta manera de tomar fotos, ella se remonta a su etapa viviendo en Milán, donde empezó a fotografiar jóvenes modelos:

Al principio vivíamos en lugares como residencias de estudiantes con baños compartidos, llenos de personas que no tenían dinero suficiente para una habitación propia. Siempre pensé que cuando mejor se veían eran sentados con su pijama, fumando hierba y emborrachándose con una botella de vino. Me encantaba verles con bolsas bajo los ojos porque pensaba que eso les hacía aún más hermosos. Tenían vida en ellos. No era algo templado o falso y cubierto de maquillaje. (Day, C. cfr. Garratt, S., 2010)¹⁷.

Aburrida de la fotografía de moda al uso, Day decía sobre la fotografía que era “ponerse lo más cerca que puedas de la vida real, mostrándonos cosas que normalmente no ves. Son los momentos más íntimos de la gente, y a veces la intimidad es muy triste”. (Day, C., cfr. Atitar, M., 2010)¹⁸.

Day demostró que había otra manera de mostrar las cosas y que la belleza no solo estaba en la perfección, sino que también podía ser encontrada en la decadencia y la vulnerabilidad.

4.3.2. Davide Sorrenti.

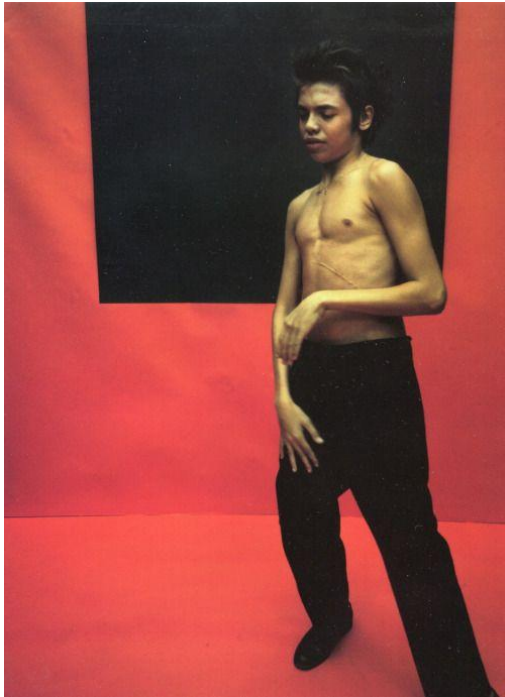
- *Biografía y trayectoria.*

¹⁶ <https://goo.gl/GKiYY9> (Consultado el 31/05/2017)

¹⁷ <https://goo.gl/2MJxXg> (Consultado el 01/06/2017)

¹⁸ <https://goo.gl/Es6gi3> (Consultado el 02/06/2017)

Davide Sorrenti (9 de julio de 1976 – 4 de febrero de 1997) fue un fotógrafo italiano nacido en el seno de una familia consagrada a la fotografía. Su madre, Francesca Sorrenti, fue una renombrada fotógrafa de moda, al igual que su hermano, Mario Sorrenti, y su hermana Vanina, fotógrafa y estilista.



25. Davide Sorrenti. (Fuente: pinterest.es)

La familia trasladó su residencia desde Italia a Nueva York a principios de los 80, en parte, porque Sorrenti tenía talasemia, un tipo de anemia hereditaria que le hacía necesitado de cuidados médicos y transfusiones sanguíneas regulares, algo que se cree que le llevó a buscar confort en las drogas.

A pesar de sus orígenes italianos, Sorrenti llevó a cabo toda su obra en Estados Unidos. Comenzó a tomar fotografías sobre la vida diaria de sus amigos a los 18 años y a los 19 sus imágenes ya aparecían en revistas como *Interview*, *Detort*, *Surface*, *I-D magazine* o *Ray Gun* y realizaba campañas para compañías de moda japonesas como *Hysteric Glamour* y *Matsuda*. Considerado el niño prodigio de la fotografía de moda neoyorkina, formó parte de ese grupo de fotógrafos que impulsó la moda del “Heroin Chic”.

Sorrenti fue pareja de una de sus musas, Jaime King, quien también era adicta a la heroína.

Davide Sorrenti falleció el 4 de febrero de 1997 debido a una dolencia renal posiblemente causada por la combinación de su enfermedad y su uso excesivo de la heroína, en el apartamento de su amigo en Manhattan, a la edad de 20 años.



26. Jaime King fotografiada por Sorrenti. (Fuente: pinterest.es)

- *Características de su fotografía.*

El estilo fotográfico de Davide Sorrenti continúa la estela iniciada por el “Heroin Chic”: modelos con poses y actitudes propias de personas drogodependientes. Aunque si algo caracterizaba la fotografía de Sorrenti era su preferencia por llevar este modelo estético al límite, con poses y una estética mucho más cruda.

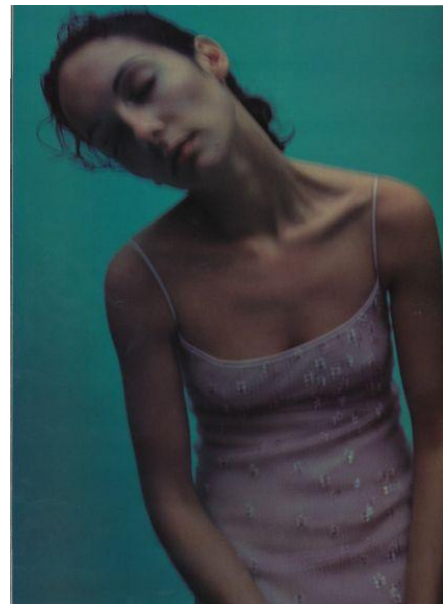


27. Jaime King por Davide Sorrenti para Hysteria Glamour. (Fuente: pinterest.es)

Si Corinne Day tuvo como modelo predilecta a Kate Moss, la musa de Sorrenti fue la modelo Jaime King, quien sería también su pareja hasta la muerte del fotógrafo.

Su fotografía se desarrolla prácticamente en su totalidad en exteriores o interiores naturales de aspecto lúgubre, casi sin hacer uso del estudio fotográfico.

En ocasiones, sus fotografías juegan con la iluminación y el color para crear diferentes ambientes, a veces jugando con el maquillaje o coordinando los colores del vestuario y el escenario que rodea a la modelo. Respecto a las luces, no suele utilizar la luz directa sobre sus modelos, sino que toma la iluminación del entorno o crea contraluces o



28. Jade Malle por Davide Sorrenti para Marc Jacobs, 1997. (Fuente: pinterest.es)

ciertos claroscuros. En ocasiones también emplea el flash. En cualquier caso, podemos apreciar su visión creativa de estos dos elementos.

Sus imágenes también son tomadas desde diferentes ángulos, sin limitarse al ángulo normal cercano a la visión humana. Así mismo, el ruido suele estar presente en sus fotografías, así como el movimiento y el desenfoque, pues emplea sensibilidades de película altas, diafragmas abiertos y velocidades moderadamente lentas. La edición fotográfica no está presente en su obra.



29. Jaime King. (Fuente: Pinterest.es)

- *Legado e influencia.*

Debido a la corta duración de su periodo profesional (de apenas dos años), no se puede decir que la importancia posterior de Davide Sorrenti venga precisamente por su fotografía. Si por algo es conocido este fotógrafo es por la revolución que conllevó su muerte.

Su fallecimiento impulsó una campaña, encabezada por su madre, en contra de la idealización de la drogadicción y el empleo de modelos menores de edad y demandaba que los editores de las revistas tomaran responsabilidades. Francesca Sorrenti decía al respecto: “El “Heroin Chic” no es lo que estamos proyectando. Es lo que somos. Nuestro negocio se ha convertido en “Heroin Chic”. Alguien que toma fotografías de esa magnitud debe haber experimentado con las drogas duras”. (Sorrenti, F., cfr. Spindler, A. M., 1997)¹⁹.

Matt Jones, fotógrafo e hijo del editor de la revista *i-D*, dijo sobre Davide: “supongo que él sí que vio ligeramente el lado glamuroso [de las drogas]. También vio la parte real de ellas. Y lo idealizó él mismo, que es lo triste. Él lo idealizó y se quedó atrapado en ellas”.(Jones, M., *ibid*)

Esta campaña en contra del “Heroin Chic” provocó cambios en las líneas editoriales de las revistas de moda, que volvieron a utilizar modelos y publicar editoriales de aspecto más saludable en sus ediciones posteriores. Diseñadores de

¹⁹ <https://goo.gl/bktMqE> (Consultado el 21/06/2017).

moda firmaron un comunicado manifestando su oposición al “Heroin Chic” e incluso involucró al presidente de los Estados Unidos en aquel momento, Bill Clinton, quien acusó a la industria de la moda de abusar de los adolescentes y ayudar a expandir el uso de la heroína a los grupos de personas más jóvenes.

Las reacciones contrarias al “Heroin Chic” se mencionan en profundidad en el punto **3.4.3. Rechazo al “Heroin Chic” y declive del estilo** de este documento.

4.4. Orígenes, nacimiento y desaparición del “Heroin Chic”.

A lo largo de este punto, haremos un breve repaso por la historia del “Heroin Chic”, desde sus orígenes e influencias tomadas de la fotografía documental de los años 80, pasando por la que se considera la primera editorial fotográfica publicada del estilo, campañas publicitarias destacadas y su expansión a otras formas del audiovisual, hasta llegar al comienzo de su declive, para terminar con las reacciones y oposiciones que encontró y que terminaron con él.

4.4.1. Orígenes en la fotografía documental.

A diferencia de otros estilos de fotografía de moda, el “Heroin Chic” toma sus principales referencias de la fotografía social y documental de los años 80. Más concretamente, se considera como influencia principal del estilo la fotografía documental de Nan Goldin, fotógrafa estadounidense considerada la renovadora de la fotografía documental de la escena contracultural del Nueva York de los años 70 y 80 con su libro *Ballad of Sexual Dependency*, publicado en 1985, el cual se encuentra expuesto en la segunda planta del MoMA en su propia exhibición en solitario.



30. "Entre Amigos, 1992", de Nan Goldin. (Fuente: pinterest.es)

A través de esta obra, Goldin hace una exploración de su propia vida y de la de sus amigos, compartiendo sus momentos más íntimos y privados, mostrando la

plenitud y la dependencia sexual (en muchas ocasiones, explícitamente), depresión, pobreza, amor, parejas heterosexuales y homosexuales, soledad, violencia, enfermedad, los efectos del SIDA en su generación, a sus amigos tomando drogas o simplemente riendo.

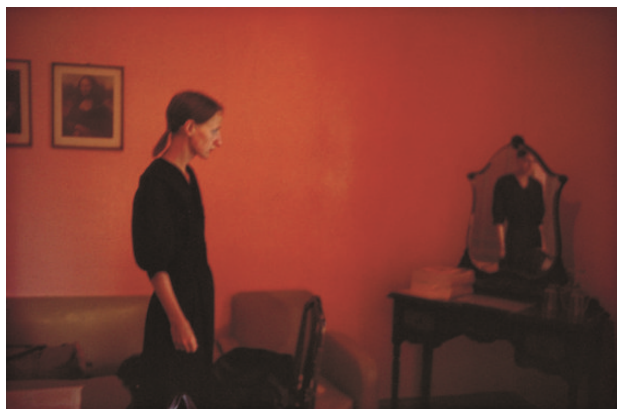


31. "Rise and Monty Kissing, New York City, 1980", Nan Goldin. (Fuente: pinterest.es)

Aunque, mayoritariamente, los protagonistas de sus fotografías eran sus amigos y otras personas de su entorno, en ocasiones, también apuntaba su cámara a espacios vacíos como habitaciones desordenadas, objetos banales, etc.

Nan Goldin dice sobre su fotografía: "Mi obra proviene originalmente de la estética de las instantáneas... Tomo instantáneas con amor para recordar gente, lugares y momentos especiales. Éstas crean historias al documentar la historia" (Goldin, N., cfr. Mañer, P., 2015)²⁰.

Contrariamente a lo que pensaban las corrientes principales de artistas de la época, Goldin rechaza la idea de que *Ballad of Sexual Dependency* muestre a las personas que se encuentran a los márgenes de la sociedad. Para ella,



32. "Suzanne with Mona Lisa, Mexico City, 1981". Nan Goldin. (Fuente: pinterest.es)

²⁰ <https://goo.gl/4RZQKt> (Consultado el 07/06/2017)

aquellos que aparecen en sus fotografías, los amenazados por quienes se encuentran en posiciones de poder y les ven como “desviados”, son el centro de su mundo, no los marginados que todos creen que son.

En este sentido, comparte concepto y similitud con el movimiento contracultural Grunge. En ambos casos, aquellas personas y lugares que antes eran excluidos por todos y apartados del sistema principal se convierten en los principales protagonistas en sus respectivos entornos.

Fueron estos retratos de “inadaptados” los que influenciaron la moda fotográfica tan controvertida de los años 90. Fotografías naturales, sin escenificar, a las que luego se sumaría la estética ya descrita previamente en este documento.

Después de Nan Goldin, hubo otros fotógrafos que siguieron la estela de documentar la vida real mediante la fotografía social. Entre ellos se encuentran:

- *Ryan McGinley*

En su libro auto publicado, *The Kids Are Alright* (2000), este fotógrafo capturó con su cámara a sus amigos y amantes, fumando, drogados, teniendo sexo, ensangrentados tras una pelea, desnudos... Inmortalizando así la imprudencia y la vitalidad de la juventud de los 90. Años más tarde, su fotografía evolucionaría a una fotografía de estudio más coreografiada.



33. "Street Hussle, 2003". Ryan McGinley. (Fuente: ryanmcginley.com)

- *Larry Clark*

Clark es un fotógrafo y director de cine estadounidense que comenzó su carrera fotografiando en blanco y negro y que más tarde se pasaría al cine para rodar sus propias películas. El fotógrafo ha declarado en varias ocasiones que en su juventud coqueteó con las drogas y otros asuntos oscuros, algo que puede comprobarse en sus obras, ya que todas tratan sobre sexo, drogas y violencia callejera. Una de sus obras más impactantes fue *Tulsa* (1971), donde documenta la vida de sus amigos y la suya propia.



34. Imagen de la serie "Tulsa" por Larry Clark. (Fuente: pinterest.es)

- *Dash Snow*

El artista originario de Nueva York y fallecido en 2009 debido a una sobredosis de heroína, comenzó a fotografiar con una cámara polaroid robada a la edad de 16 años. Sus polaroids (casi 8000 de ellas) representan de manera explícita la juventud de su entorno, llena de sexo y drogas. Entre sus referentes fotográficos, citaba a Larry Clark, de quien decía: “si piensas que eres bueno tomando fotografías, solo tienes que echar un vistazo a *Tulsa* o *Teenage Lust*, de Larry Clark, para darte cuenta de que alguien ahí fuera es mucho mejor que tú”. (Snow, D., cfr. Gottschalk, D., 2016)²¹.



35. Polaroid por Dash Snow. (Fuente: pinterest.es)

²¹ <https://goo.gl/F7MD6L> (Consultado el 08/06/2017)

4.4.2. Primeras publicaciones en revistas y campañas publicitarias.

Si hay que marcar un punto de partida, un momento en el que comienzan a aparecer editoriales que pueden ser calificadas como “Heroin Chic”, debemos mencionar y destacar el editorial de 1990 para la revista británica *The Face*, fotografiada por Corinne Day y que tiene a una joven Kate Moss como protagonista.

Este editorial, titulado *Third Summer of Love*²², muestra a una Moss de 16 años en diferentes escenarios: fumando en la calle, mirando a cámara con una mueca retorcida, jugando en la playa, vestida o en topless, y una de las más conocidas; Kate mirando directamente a cámara, con una sonrisa y un tocado de plumas en la cabeza.

Con estas fotos, tanto Corinne Day como Kate Moss, lograron la consagración e impulsar sus carreras meteóricamente, pero al mismo tiempo fueron duramente criticadas por mostrar a una adolescente casi desnuda en la playa. Nació así la estética que marcaría una década.

Corinne Day, a menudo comparada con Nan Goldin, y Kate Moss volverían a reunirse a lo largo de la década para realizar diferentes editoriales igual de polémicos.

A pesar de todas las editoriales fotográficas en diferentes revistas que consagraron el estilo, si hubo una firma responsable de darle relevancia internacional, fue Calvin Klein. Nadie como él empleó este estilo de manera más evidente y con mejores resultados publicitarios y en ventas para su marca.

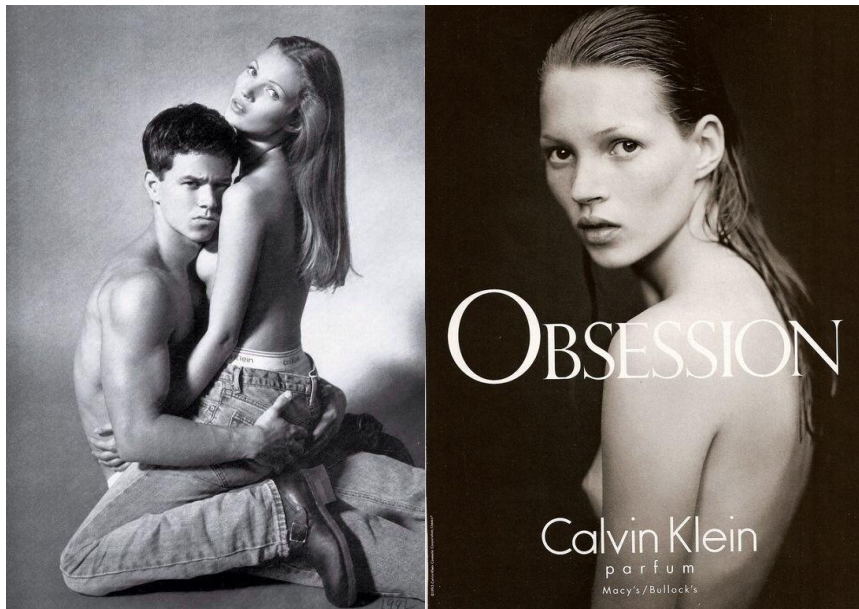


36. Editorial "3rd Summer of Love", por Corinne Day. (Fuente: pinterest.es)

²² "Tercer Verano del amor".

El siempre controvertido diseñador salió a la palestra en 1992 con su campaña para la línea de vaqueros protagonizada de nuevo por Moss (de 17 años), esta vez junto a Mark Wahlberg, en la que ambos aparecen con el torso desnudo y vistiendo los vaqueros de la firma de modo casual, básico y natural, la estética predominante de la década.

En plena epidemia de VIH en los Estados Unidos, Klein utilizó el spot de esta campaña para afirmar que “la mejor protección contra el SIDA era llevar puestos unos vaqueros Calvin Klein”²³. Tras la campaña, el público no tardó en reaccionar en contra de esta visión nihilista de la belleza y la moda que restaba importancia a un problema de carácter nacional.



37. Polémicas campañas publicitarias de Calvin Klein, protagonizadas por Kate Moss y Mark Wahlberg.(Fuente: pinterest.es)

Un año más tarde, en 1993, resurgió la polémica con la siguiente campaña publicitaria para su perfume *Obsession*²⁴, de manos de Mario Sorrenti. La protagonista del anuncio publicitario es, una vez más, Kate Moss, quien susurra “*obsession*”²⁵ a lo largo de sucesivas imágenes en blanco y negro de manera inquietante.

²³ Jaodleo, 2008: s. 0.20-0.23. <https://goo.gl/4DuuRY> (Consultado el 25/06/2017).

²⁴ DevlinPix, 2011. <https://goo.gl/Sq8f7b> (Consultado el 25/06/2017).

²⁵ “Obsesión”.

En esta ocasión, la modelo presenta un look demacrado, rostro sin maquillaje, pelo sucio y cuerpo desnudo en la mayor parte del conjunto de imágenes que componen la campaña.

Sin embargo, Calvin Klein no fue la única firma en emplear el “Heroin Chic” para promocionarse. Otro ejemplo es la editorial de la marca italiana Gucci de 1997, fotografiada por Christian Within para la temporada primavera/verano en la que los protagonistas son modelos masculinos vestidos de Gucci, tirados en las esquinas de lo que parecen habitaciones de hotel y cuyo aspecto es propio de una persona bajo los efectos de las drogas o que incluso ha sufrido una sobredosis.

Curiosamente, estas fotografías fueron publicadas en la edición de la revista *Detour* junto a las últimas fotografías de Davide Sorrenti, justo después de la muerte del fotógrafo que desencadenaría el principio del fin del “Heroin Chic” como corriente estilística.



38. Gucci s/s 1997, por Christian Within para la revista *Detour*. (Fuente: [pinterest.es](https://www.pinterest.es))

Es interesante la fascinación de la industria de la moda por el “Heroin Chic” cuando muchos de los diseñadores, fotógrafos y modelos han pasado por centros de rehabilitación para poner fin a sus adicciones, como Donatella Versace, Marc Jacobs, John Galiano o el mismísimo Calvin Klein, quien comenzó su rehabilitación en 1988, antes del estallido de esta tendencia.

Una vez el “Heroin Chic” logró dominar la fotografía y la moda de principios de los 90, dio el salto a otra dimensión de la cultura pop: el cine. A lo largo de la década, surgieron diferentes películas que tenían la cultura de las drogas como protagonista y marcaron a toda una generación con su manera de representarla social y estilísticamente. Algunas de las películas consideradas pertenecientes al movimiento “Heroin Chic” son:

- The Basketball Diaries (Scott Kalvert, 1995): adaptación de la novela del mismo nombre, narra la historia de un prometedor jugador de baloncesto de instituto que desarrolla una adicción a la heroína.
- Kids (Larry Clark, 1995): dirigida por el también fotógrafo Larry Clark, sigue las vidas de un grupo de adolescentes y su acercamiento al sexo y las drogas.
- Trainspotting (Danny Boyle, 1996): tiene como protagonistas a un grupo de adictos a la heroína en un área económicamente deprimida de Edimburgo. La repercusión de esta película fue tal que por el 20º aniversario de su estreno, en 2016 se estrenó su segunda parte.



39. Fotograma de Trainspotting (Danny Boyle, 1996). (Fuente: pinterest.es)

4.4.3. Rechazo al 'Heroin Chic' y declive del estilo.

La muerte del fotógrafo Davide Sorrenti en febrero de 1997 a los 20 años por complicaciones de su enfermedad renal debido a una sobredosis de heroína, dio lugar a un aluvión de críticas y campañas en contra de esta corriente estilística, pidiendo el fin de la misma desde sectores de dentro y fuera de la propia industria.

Francesca Sorrenti, madre de Davide, lideró una campaña en contra de la idealización y glorificación de la drogadicción. La causa alcanzó dimensiones tales que hasta el entonces presidente de los Estados Unidos, Bill Clinton, denunció a la

industria de la moda americana por ayudar en la difusión del consumo de heroína entre nuevos y más jóvenes grupos de personas.

Según declaraba el propio Clinton²⁶:

Algunos líderes de la moda están admitiendo que las imágenes proyectadas en las fotografías de moda en los últimos años han hecho que la adicción a la heroína parezca sexy y glamurosa. Y como algunas de las personas en esas imágenes están empezando a morir, se ha vuelto obvio que eso no es cierto. No necesitas glorificar las drogas para vender ropa. La moda americana ha sido una enorme fuente de creatividad, belleza y arte, y francamente, una fuente de prosperidad económica para los Estados Unidos. Pero la glorificación de la heroína no es creativa, es destructiva. No es hermosa, es repugnante. No se trata de arte, se trata de la vida y la muerte. Y glorificar la muerte no es bueno para ninguna sociedad. (Clinton, B. cfr., Opioids.com, 1997)²⁷.

Así mismo, afirmaba que “cuando era pequeño, la heroína se consideraba la peor droga imaginable. Ahora, en cambio, el consumo de heroína ha aumentado mientras que la cocaína ha ido en descenso, en parte debido a las imágenes que están llegando a los más jóvenes” (Ibíd.) y que “la sociedad no puede adoptar una actitud dura frente a las drogas ilegales pero, al mismo tiempo, enviar un mensaje muy diferente cada vez que puedan sacar algo de dinero gracias a ello” (Ibíd.).

Por su parte, Francesca Sorrenti, fotógrafa de profesión, se negó a utilizar modelos menores de 18 en sus trabajos y presionó a otros a hacer lo mismo. Ejemplo de esto son las declaraciones de Linda Wells, editora de la Revista *Allure*, quien dijo recibir llamadas de Sorrenti persuadiéndola para no trabajar con dos modelos a las que había contratado, ambas adictas a la heroína. Además, Wells afirmó también que no volvería a contratar modelos menores de 19 años.

Aunque hubo unanimidad en el rechazo a difundir un mensaje tóxico como el consumo de drogas a través de la moda, hubo posiciones encontradas por parte de algunas personas respecto a las limitaciones en la edad de las modelos contratadas, como fue el caso de Sam Shahid, director creativo publicitario, quien dijo que las restricciones en la edad de las modelos podían ser poco realistas para un negocio que

²⁶ AP Archive, 2015. <https://goo.gl/azWis7> (Consultado el 13/06/2017)

²⁷ <https://goo.gl/pezs8j> (Consultado el 10/06/2017)

se alimenta de la juventud, aunque sí rechazaría a toda modelo sospechosa de consumir drogas.

Del mismo modo que Sorrenti reprocha la imagen que la industria de la moda difunde sobre la drogadicción, también tacha a esta industria de no abordar el problema interno que tiene con las drogas y decidir ignorarlo o incluso negar su existencia. Entre ellos, el fotógrafo Patrick Demarchelier, que opinaba que las denuncias eran “exageradas” o Peter Lindberg, quien añadía que “es imposible para una modelo tener éxito y consumir droga” (Lindberg, P., cfr. Sherwood, J., 2002)²⁸.



40. Jaime King backstage fotografiada por Nan Goldin. (Fuente: pinterest.es)

Mientras, por otro lado Francesca Sorrenti afirmaba que la situación real era muy diferente. “Cuanto más salvaje es hoy una chica, más gente la quiere. Una modelo me dijo que tuvieron que sujetarla para hacer una sesión de fotos de belleza. Otra, que es alcohólica, fue enviada a rehabilitación y el primer día de vuelta al trabajo, a las 8 de la mañana, un fotógrafo le ofreció vodka” (Sorrenti, F., *ibíd.*).

Lo que sí es cierto es que en la industria de la moda, que utiliza a modelos muy jóvenes y que

pasan la mayor parte del tiempo sin la supervisión de ningún familiar ni tutor legal que vele por su seguridad, las chicas jóvenes son especialmente vulnerables a estos entornos tan tóxicos, exigentes y extenuantes. Jaime King, ex modelo, novia y musa de su hijo Davide y adicta a la heroína desde los 14 a los 19 años, decía esto acerca del entorno que la rodeaba:



41. Jaime King fotografiada por Nan Goldin para Matsude. (Fuente: pinterest.es)

²⁸ <https://goo.gl/4MiBmK> (Consultado el 13/06/2017)

Estaba rodeada por el consumo de drogas. Era algo que siempre estaba ahí. El editor, el fotógrafo, todo el mundo estaba fumando o inyectándose drogas, así que era algo natural para mí. Simplemente pensaba que esa era la manera en la que funcionaban las cosas. ¿Me inyecté heroína? No, yo la esnifaba... Me veían tan delgada, con ojeras bajo los ojos. Me pone enferma, tan enferma, eso es lo que ellos querían. Mi hábito se convirtió en un trabajo a tiempo completo. Costaba dinero, pero yo tenía el dinero. Si le das a una chica de 15 años miles de dólares se comprará muchos zapatos, ropa –sea lo que sea que le guste en ese momento. Las revistas escribirán mierdas sobre ti pero te seguirán contratando. (King, K., ibíd.).

El problema de la industria de la moda con las drogas no es reciente ni exclusivo de las modelos. Bijou Phillips, modelo, aseguraba en 1997:

Es muy triste porque muchas de las chicas que veo eran amigas mías con las que solía consumir drogas y puedo ver que ellas todavía lo hacen. El problema es que las agencias no les dicen a sus chicas ‘rehabílate’. Todas las agencias consumen drogas, todos los agentes consumen drogas con las modelos y cuando una chica se rehabilita ya no quieren utilizarla porque ya no puedes controlarla, porque ya no está ‘colocada’ y entiende mejor lo que pasa a su alrededor²⁹.

Los fotógrafos culpan a las agencias por no monitorizar a sus modelos y las agencias culpan a los fotógrafos, estilistas, directores de arte y editores de las revistas por crear el look, sin importar cómo y en qué estado llegan las modelos a trabajar.

En octubre de 1997, 13 diseñadores británicos se unieron para condenar el “Heroin Chic”. Entre ellos se encontraban John Galiano, Stella McCartney, John Rocha, Reynold Pearce y Andrew Fionda. Estos 13 diseñadores firmaron un comunicado expresando su “preocupación por el desperdicio de potencial humano causado por la adicción a las sustancias” y “oposición al uso de la moda del look “Heroin Chic” para promocionarse” (Blackstock, C., 1997)³⁰.

Con la publicación de este comunicado se puso en marcha la formación de la campaña “*Designers Against Addictions*”³¹, el comienzo de una tarea organizada por

²⁹ 90s Fashion, 2015: min. 5:00-5:40. <https://goo.gl/LDQ9tY> (Consultado el 13/06/2017)

³⁰ <https://goo.gl/SUx9CB> (Consultado el 12/06/2017)

³¹ “Diseñadores Contra las Adicciones”.

la organización “*Action on Adicction*”³², que recauda fondos para la investigación de las adicciones.

Pocos meses después de estos eventos, las publicaciones ya no estaban interesadas en imágenes que mostraran cuerpos escuálidos ni rostros enfermizos. La rebelión en contra de la perfección inalcanzable había terminado, dando paso a una nueva horda de modelos de cuerpos delgados pero atléticos, sonrisas blancas y pelo brillante, lo que se conoce como el “retorno de la modelo sexy”. Victoria’s Secret se convierte en el nuevo fenómeno social, dejando así en el olvido a ese oscuro y fascinante periodo de la industria de la moda que fue el “Heroin Chic”.

4.4.4. “Heroin chic 2.0”.

A pesar de lo que pueda parecer tras el aluvión de críticas recibidas por parte de la industria, el público, los medios o incluso la política, lo cierto es que el “Heroin Chic” está lejos de desaparecer. Periódicamente, una nueva campaña o editorial es publicada, haciendo resurgir los debates sobre la moralidad de la moda y su función como creadora de tendencias.

Si algo diferencia a este “Heroin Chic 2.0” de la tendencia original es que esta nueva ola es mucho más subliminal y simbólica. Estas campañas, mandan los mismos mensajes, pero la estética no es la misma. Lo que hacen es invocar los mismos mensajes sin que la modelo o el resto de la imagen reflejen ningún aspecto de la cultura de la droga.

Por ejemplo, en 2011, la firma francesa Dior anunció su nueva campaña para su línea de labiales “*Dior Addict*” con Kate Moss como imagen de la marca y bajo el eslogan “*Be Iconic*”³³. Es innegable la relación y el juego de palabras en el mensaje que mandan; escoger a una



42. Dior Addict, "Be Iconic". 2011. (Fuente: pinterest.es)

³² “Acción en la Adicción”.

³³ “Se icónica”.

modelo cuyos problemas con las drogas son de sobra conocidos para publicitar un producto que posee “adicción” en su nombre es bastante explícito.

A primera vista, la campaña podría parecer inofensiva, pero si se analizan todos los elementos en relación al eslogan, el mensaje ya no es tan inocuo. El resultado ya no es un simple “sé icónica”, si no un “conviértete en un icono gracias a llevar una vida de excesos”.

No era la primera vez que Dior incendiaba la polémica con su línea *Addict*. “En 2002, lanzó la campaña para su nuevo perfume, Dior Addict. Junto a imágenes lujosas, la campaña emparejaba la palabra “addict” con otras como “sensualidad”, “placer” o “energía””. Causó tal escándalo que grupos de rehabilitación crearon la campaña “*Addiction is not Fashionable*”³⁴. Bajo esta presión, Dior accedió a cambiar la campaña.” (The National center On Addiction And Sustance Abuse At Columbia University, 2006: p. 98-99)

Otro caso volvió a darse en 2011, cuando Yves Saint Laurent (otra firma recurrente por su empleo de la estética “Heroin Chic”) lanzó la campaña para su perfume ‘*Belle D’Opium*’³⁵. En su anuncio, que terminó siendo retirado, vemos a una modelo que señala las venas de su brazo, deja caer la cabeza hacia atrás, cierra los ojos y cae al suelo. La referencia a la droga es clara, pero la diferencia con las campañas predecesoras es que la modelo no refleja el aspecto de una persona que toma drogas. Aunque el consumo es simulado, el único efecto apreciable es la euforia, nada de ojeras ni aspecto demacrado.



43. Fotograma del spot para Belle D’Opium, 2011. (Fuente: www.europapress.es)

³⁴ “La Adicción No Está de Moda”.

³⁵ FashionistDotCa, 2011. <https://goo.gl/qaSz2J> (Consultado el 14/06/2017)

Mismo suceso se produce en el anuncio para su perfume “*Black Opium*”³⁶ de 2014, en el que vemos cómo una modelo se despierta inquieta en medio de la noche para recorrer la ciudad en busca del perfume, para que una vez aplicado consiga aliviar la tensión. El mensaje es el mismo, aunque en esta ocasión la campaña no fue retirada.

La firma Yves Saint Laurent, y más concretamente su director creativo hasta 2016, Hedi Slimane, siempre se ha visto fuertemente influenciado por el rock. El ejemplo más reciente lo tuvimos en 2013, cuando estrellas del rock como Marilyn Mason o Courtney Love protagonizaron una campaña para la marca. También en sus recientes colecciones para 2015 y 2016.



44. Marilyn Manson y Courtney Love como imágenes de Yves Saint Laurent.
(Fuente: pinterest.es)

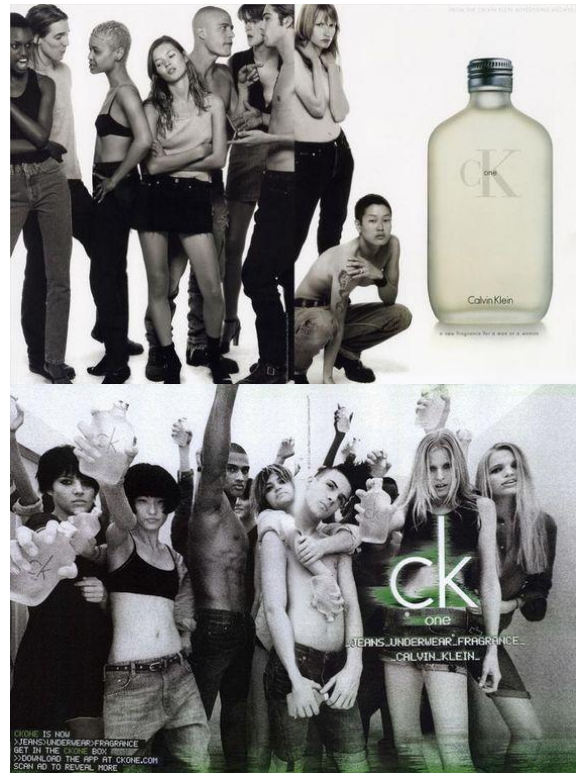
Como no podía ser de otra manera, el chico malo de la moda, Calvin Klein, tampoco ha dejado esta tendencia en el olvido, de hecho, a pesar del paso del tiempo, la retiene en su memoria prácticamente intacta. Modelo de ello son las campañas para su perfume unisex ‘*Be One*’. La primera campaña para este perfume fue lanzada en 1994, con Kate Moss como protagonista y en cuyas imágenes aparece rodeada de un grupo de personas. Si nos trasladamos hasta el año 2011, apreciamos que la nueva campaña para el perfume es prácticamente igual, salvo porque ahora el grupo de personas que acompaña a la fragancia ha cambiado. En definitiva: diferentes personalidades, misma esencia.

³⁶ YSL Beauty, 2014. <https://goo.gl/PWRP13> (Consultado el 14/06/2017)

Quizá el ejemplo más claro y reciente de que el “Heroin Chic” está lejos de desaparecer lo tuvimos el pasado año 2016, cuando Marc Jacobs, conocido como el “Gurú del Grunge”, y Frances Bean Cobain, hija de dos de los



45. Frances Bean Cobain en su campaña para Marc Jacobs. (Fuente: pinterest.es)



46. Campañas para el perfume de Calvin Klein "One". Comparativa 1994-2011. pinterest.es

mayores iconos del Grunge, Kurt Cobain y Courtney Love, se unieron para realizar la campaña primavera/verano 2017 de la firma. Además, tanto Cobain como Love son asiduas a los desfiles del diseñador, quien también tomó a Courtney como imagen en una de sus campañas anteriores.

Esta tendencia tampoco ha estado exenta de repetir su expansión por otras áreas de la industria audiovisual. En el traspaso de esta tendencia a la industria de la música, entre otras, la situación tampoco ha cambiado demasiado, simplemente se ha alejado del ojo del huracán y ha perdido foco mediático. Actualmente, existen bandas como los británicos The 1975 dando entrevistas sobre cómo sus canciones hablan sobre las drogas acompañadas de fotografías al más puro estilo Nirvana.



Una de las principales musas del “Heroin Chic” actualmente es la cantante Sky Ferreira, quien

47. Sky Ferreira. (Fuente: pinterest.es)

además ha participado en multitud de campañas para diferentes marcas como Jimmi Choo o Calvin Klein. O Lana del Rey, musa del Soft Grunge, modernización del estilo Grunge de la década de los 90, que también incorpora elementos de la subcultura contemporánea gótica en sus letras.

Estos son meros ejemplos que demuestran que la influencia del “Heroin Chic” no ha decaído en absoluto, simplemente se ha transformado creando un arma de doble filo. Pues mientras que la cultura de la droga que se mostraba en los 90 era mucho más fiel a la verdadera adicción, en la actualidad, cualquier muestra de los crudos efectos producidos por ellas han sido omitidos de todas las campañas. Y aunque esto pueda parecer algo positivo y un paso en la dirección correcta, esto puede generar una imagen aún más edulcorada y glamurosa de algo que no lo es, generando una sensación de aceptabilidad incluso mayor que la de la tan criticada tendencia original.

4.5. Valoración del “Heroin Chic” como modelo publicitario.

Si nos paramos a pensar en la tendencia fotográfica “Heroin Chic”, una de las primeras palabras que se nos viene a la mente es “polémica”. El “Heroin Chic” es, probablemente, uno de los periodos más controvertidos de la historia de la moda y que más influencia tuvo entonces y que aún conserva. Ésta, que nunca se ha visto exenta de polémica, jamás se había enfrentado a tantos ataques desde diferentes sectores de la sociedad.

Entonces, ¿por qué continuar casi una década empleando un tipo de fotografía y una estética que causaba tanta controversia? Si el modelo de fotografía anterior funcionaba, ¿por qué pasar a algo que obtiene respuestas tan negativas? En este punto se describen los motivos de su éxito desde diferentes puntos de vista: artístico, publicitario y como comunicador social.

4.5.1. El “Heroin Chic” desde un punto de vista artístico.

Para empezar, debemos tener claro qué concepto se tiene sobre la evolución del arte, en la que intervienen, entre otros, dos aspectos principales:

1) Por un lado, se tiene la concepción de que cada nuevo movimiento artístico debe sobrepasar a sus antecesores, ser más radical y provocador. Valeriano Bozal, filólogo, historiador e historiador del arte, afirmaba que “las nuevas formas de creación que se imponen son más radicales, más polémicas y llenas de contradicciones” (Marín Anglada, M., 2010: p. 3).



48. Retratos del Papa Inocencio X, por Velázquez (izq.) y Bacon (der.). (Fuente: pinterest.es)

2) Por otro lado, se considera que la evolución de la Vanguardia Artística funciona a partir de oposiciones y contrastes. Esta sucesión puede verse en todas las áreas artísticas.



49. Las Meninas de Velázquez (izq.) y la reinterpretación de Picasso del mismo (der.). (Fuente: www.intothefashion.com)

Del mismo modo que tras el Barroco surge el Minimalismo o como tras siglos de perfeccionamiento de la técnica pictórica para conseguir representar el espacio de la manera más realista posible sobre un lienzo, se pasó al Impresionismo,

al Expresionismo, al Cubismo y demás corrientes artísticas de Vanguardia que persiguen la abstracción de la forma. O en la moda misma, como tras los pantalones de campana llegaron los pitillos, para recibir otra vez a la campana en los primeros años del nuevo milenio, volviendo a desaparecer durante la primera década del mismo.

Los movimientos artísticos de Vanguardia funcionan, según el teórico francés Guy Scarpetta, “a partir de una serie de ‘oposiciones simples’: la novedad contra la tradición, la invención contra el academicismo, la ruptura contra la continuidad, la revolución contra la reacción” (Marín Anglada, M., 2010: p. 4). Por lo tanto, la respuesta obvia y esperada a la perfección, a los cuerpos atléticos y a las mujeres exuberantes de la moda de los 80 eran la actitud apática, el desaliño y la sencillez enfermiza de la moda de los 90. Que a su vez, volvió a ser sustituido en los 2000 por otro contraste, por ángeles de Victoria’s Secret que abogan por la vida sana y el ejercicio físico como principal secreto de belleza.

Estos dos puntos de vista, la evolución “exponencial” para ser cada vez más radical y el juego de contrastes llevan a un “todo vale”, donde los límites no quedan claros.

Toda corriente estética vanguardista ha surgido a través de destruir y reinventar. Para crear una nueva corriente, es necesario destruir la anterior jugando con la perversión o la contraposición a los códigos ya empleados. Pero esta destrucción no tiene porqué basarse en la nada, sino que puede tomar elementos de un entorno ya existente. ¿Y qué mejor manera de asegurarse el éxito publicitario que unirse a la estética del movimiento socio-cultural que marcaría una década y que se expandió por todas las áreas de las artes y la cultura pop?

4.5.2. El “Heroin Chic” desde un punto de vista publicitario.

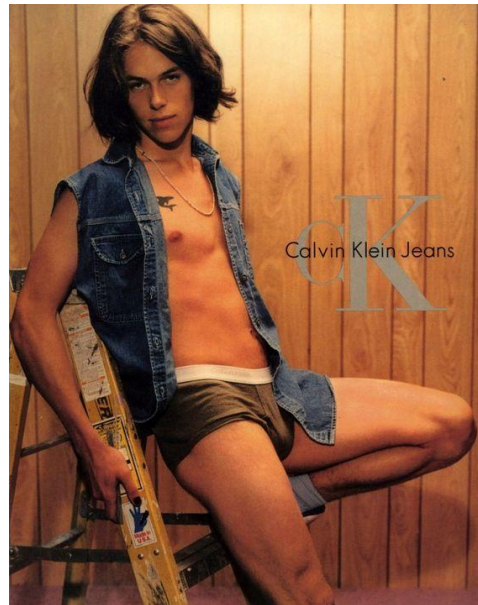
La fuerza del “Heroin Chic” como estrategia publicitaria reside, precisamente, en la polémica y la animadversión que genera. En publicidad es de sobra conocido el dicho “*All Publicity Is Good Publicity*”³⁷. Como ya decía Oscar Wilde: “la única

³⁷ “La mala publicidad es buena publicidad/toda publicidad es buena publicidad”.

cosa peor a que hablen de nosotros, es que no hablen de nosotros” (Pérez Carballada, C., 2011)³⁸.

Los estudios demuestran que cuando una campaña obtiene mala prensa y es criticada, no solo no obtiene resultados negativos, sino que termina resultando beneficioso para la marca. Es cierto que las respuestas inmediatas a la campaña pueden ser perjudiciales, sin embargo, una vez pasado el tiempo, lo negativo de la crítica se olvida pero el incremento en la notoriedad aportada por todas esas críticas permanece, ayudando a acrecentar la intención de compra y, a veces, creando incluso imagen de marca.

Tomando como modelo a la firma Calvin Klein, protagonista de numerosas polémicas desde los inicios de la misma (desde anuncios acusados de promover la pornografía infantil, a anuncios “prohibidos” por considerarse demasiado sórdidos, o hacer a Kate Moss imagen de la marca de nuevo tras su escándalo por consumir drogas por el



50. Campaña para Calvin Klein Jeans de 1995 acusada de pornografía. (Fuente: pinterest.es)

que muchas otras marcas le retiraron su apoyo, etc.), tanta polémica no ha sido suficiente para terminar con el prestigio de su firma, sino que le han hecho ganarse el sobrenombre de “chico malo” de la moda y ha lanzado al estrellato a numerosos modelos y artistas, sin mencionar el éxito en ventas que han resultado ser sus campañas publicitarias. Una vez pasado el rechazo inicial, su reputación de chico malo consiguió realzar sus productos a ojos de los consumidores y lanzar su nombre ahí fuera, haciéndole destacar sobre el resto de marcas similares a él, que al fin y al cabo, es lo que toda campaña publicitaria busca: notoriedad y éxito en ventas.

4.5.3. El “Heroin Chic” como comunicador social.

En los puntos anteriores se puede comprobar brevemente como el “Heroin Chic” funciona tanto como arte fotográfico y como estrategia publicitaria. El

³⁸ <https://goo.gl/TQOguG> (Consultado el 20/06/2017)

principal problema del mismo y lo que suscita tantas críticas es su papel como comunicador social.

Comunicador social es todo aquel o aquello que tiene como función elaborar material destinado a instruir, informar, recrear e influenciar a la colectividad. Y es este papel influenciador el que la industria de la moda ha intentado evitar y negar desde sus inicios.

Uno de los motivos de defensa más empleados por la industria entonces era, precisamente, que lo único que hacían era absorber las influencias del entorno que la rodeaban y que, por eso, el “Heroin Chic” era la tendencia de moda más real hasta la fecha. Pero esta influencia no es un camino de una dirección, es una retroalimentación. No se puede admitir que recibes un mensaje de la sociedad y, al mismo tiempo, negar que envíes mensajes de vuelta a la misma, precisamente cuando tu objetivo primordial es crear nuevas tendencias que generen ventas y te aporten beneficios económicos.

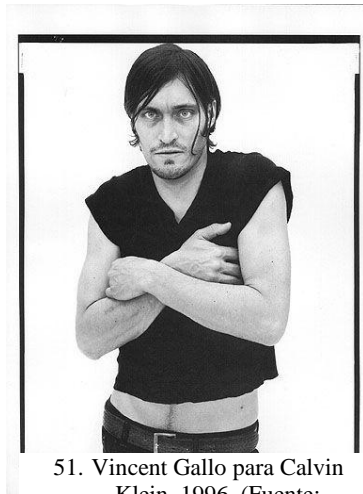
Es hora de que la moda acepte su papel como creador de tendencias que van más allá de la mera moda. Al igual que cuando fue acusada de promover los trastornos alimentarios con los cuerpos excesivamente delgados de las modelos que aparecían en las campañas publicitarias y desfiles, decidieron tomar medidas para cambiar la situación. Deben reconocer el mensaje de aceptabilidad que, a propósito o no, están mandando acerca de las drogas a través de campañas que, más allá de una estética que ahora es considerada deseable, no muestran ningún lado negativo de la drogadicción.

El Doctor Mitchell S. Rosenthal, psiquiatra presidente de la Phoenix House, una red nacional de centros para el tratamiento de la drogadicción en Estados Unidos, decía sobre el “Heroin Chic”: “Porque están en la cultura de los negocios de las comunicaciones, están comunicando un mensaje de aceptabilidad. También están comunicando que no es peligroso. [...] Están bajando el umbral para su uso. En cierto modo, actúan como proselitistas”

“El tipo de campaña que, por ejemplo, Calvin Klein ha hecho no hace ninguna conexión con lo peligroso que es” continúa el Doctor Rosenthal. “Están ahí, usando esas imágenes para promover sus negocios y pensando que es solo otra

declaración de moda en lugar de un estímulo, invitación o aceptación del consumo de drogas. Es especialmente sorprendente en el caso de Klein, quien ha reconocido públicamente su propio problema con las drogas” (Spindler, A. M., 1997)³⁹.

Muestra de la influencia directa de la moda en el aumento de consumo de heroína es que el consumo de la misma aumentó entre los adolescentes entre 1991 y 1996 y no volvió a descender hasta el año 2000.



51. Vincent Gallo para Calvin Klein, 1996. (Fuente: pinterest.es)

El consumo de heroína aumentó entre los adolescentes entre 1991 y 1996. La heroína había sido asociada con la moda, el arte, la transgresión, especialmente entre las comunidades “avant-garde” como las del Lower East Side de Manhattan en los 70 y 80. Pero no recibió amplia cobertura mediática –y protesta pública– hasta que el “Heroin Chic” emergió en la cultura popular de mediados de los 90 como una tendencia de la fotografía de moda caracterizada por modelos de aspecto inexpresivo y enfermizo. La tendencia fue tipificada por la controvertida campaña de Calvin Klein de 1996 para su fragancia unisex, *Be*, que terminó siendo retirada debido a la presión de los grupos de familias.

El fenómeno “Heroin Chic” coincidió con el estreno de abundantes películas sobre la heroína y con el aumento de la disponibilidad de formas más puras de heroína que podían ser esnifadas. La moda pronto terminó con esta tendencia para pasar a la siguiente, pero el consumo de heroína entre los adolescentes se mantuvo estable después de 1996, sin declinar sustancialmente hasta el año 2000. (The National Center On Addiction And Substance Abuse At Columbia University, 2006: p. 98-99)

Cuando se dice que la moda manda mensajes de aceptabilidad sobre las drogas, éstos incluyen también el alcohol y el tabaco. Y estos mensajes mandados son mucho más complejos que un simple “fumar está de moda”. Por ejemplo, en el caso de las mujeres:

Las mujeres y las jóvenes se han convertido en el objetivo publicitario de bebidas alcohólicas y el tabaco. Se ha asociado el tabaco a la delgadez y la rebeldía y el alcohol con la independencia y la libertad sexual. El cine y la televisión, han enviado un mensaje positivo, sin consecuencias, del tabaco, el alcohol y otras drogas ilegales demostrando que el consumo de estas sustancias es divertido, o al menos, no dañino.

³⁹ <https://goo.gl/bktMqE> (Consultado el 21/06/2017).

Los medios audiovisuales deberían dejar de unir el alcohol y el tabaco con el sex appeal y dejar de presentar imágenes glamurosas de personas consumiéndolo y si lo hacen, también deberían representar consecuencias negativas. (The National Center On Addiction And Substance Abuse At Columbia University, 2006: p. 182)

La relación publicidad, drogas y mujeres tiene un largo recorrido cuyo nacimiento podemos situar en 1929 en la figura del publicista Edward Bernays. Bernays, contactado por una tabacalera que quería acceder a la mitad del mercado que aún no poseía (las mujeres) basó su estrategia publicitaria en diseñar una campaña dirigida a las mujeres asociando el hecho de fumar con los valores asociados en aquel entonces a la masculinidad: la independencia, la libertad y el poder, aprovechándose así del movimiento sufragista femenino que tuvo lugar en aquel tiempo.

Ese mismo año, en Nueva York, se contrató a un grupo de mujeres para que fumaran en público (algo reservado a los hombres), y se avisó a la prensa de que habría un acto de reivindicación feminista. Al día siguiente, el New York Times publicaría un artículo titulado “*Grupo de chicas fuma cigarrillos como símbolo de “libertad”*”. Esta idea manipulada ha llegado hasta nuestros días, días en los que en el cine toda mujer independiente, rebelde y rebosante de sexualidad aparece con un cigarrillo en la mano.



52. Ejemplo de publicidad tabacalera dirigida al público femenino. (Fuente: thesocietypages.org)

Y la moda no es la única culpable de esta unión errónea de conceptos. Tanto la música, como la literatura y el cine muestran de manera incesante a este tipo de mujeres y hombres con conductas poco saludables sin ser culpabilizados de manera tan estricta como la industria de la moda, industria que tampoco encuentra dentro sí misma a los responsables. Sin embargo, todas estas vertientes de la cultura popular son igual de culpables en la formación de conductas sociales, especialmente entre los más jóvenes:

Emular a los iconos de la música y el cine era una manera segura para los individuos de descubrirse a ellos mismos a través de este tipo de experimentación cultural externa. [...] Las imágenes de la cultura popular a menudo suministran la base externa que los adolescentes tomarán como referencia para formar sus pensamientos, opiniones y asociaciones. De hecho, los adolescentes forjarán sus identidades en gran medida de acuerdo a estas imágenes de la cultura pop. Percibirán esas imágenes como la normal social y como un modo de obtener la aceptación social que es tan vital para su maduración personal. (Hood, T. H., cfr. Furek, M. W., 2008: p. 13-14.)

En defensa de todo esto, la industria de la moda reitera que tan solo promociona una estética determinada, no la vida detrás de esa estética. “Simplemente di no”, decía William Mullen, director creativo de *Details Magazine*. “Está mal decir que las drogas son buenas. Lo que ellos quieren que veas en esas imágenes es todo lo demás: el *glamour*, la libre sexualidad, toda esa nocturnidad que solo las drogas pueden darte verdaderamente. Solo los consumidores de drogas permanecen despiertos toda la noche, pero eso no significa que no puedas apreciar el *look* de alguien que pasa toda la noche despierto” (Spindler, A. M., 1996)⁴⁰.

Donatella Versace decía sobre el “Heroin Chic” que “no se trata de drogas; se trata de la actitud. Las chicas no necesitan mucho maquillaje o un gran peinado para sentirse bien consigo mismas” (Ibíd.). Algo en lo que ya creía la marca de ropa italiana Fiorucci, para quien la moda no tenía nada que ver con la costura y la belleza, sino con la actitud y el modo de ser.

“Lo que tú llamas Heroin *look* nosotros lo llamamos real *look*”, dice Riley John-Donnel, el coeditor y director creativo de la revista *Surface*. “Muchas de esas imágenes son domésticas, en apartamentos, sofás. Hace que la moda sea más accesible” (Ibíd.).

Tom Ford afirmaba: “En la moda, el hastío es *cool*. El punto está en parecer que lo has visto todo, que lo has hecho todo; que lo has sido todo. Es una actitud que pretende intimidar, y la droga es el siguiente paso” (Ibíd.).

En definitiva, no es posible saber a ciencia cierta qué porcentaje en el aumento del consumo de drogas es debido al “Heroin Chic” y a la industria de la moda. Así como no podemos saber con exactitud hasta qué punto la imagen que

⁴⁰ <https://goo.gl/oZLC6B> (Consultado el 13/06/2017)

vende es pura fachada y qué parte esconde el verdadero consumo de drogas de las personas pertenecientes a la industria. Pero la unión moda y publicidad no es algo novedoso sobre lo que se desconozcan sus límites y funcionamiento, por lo que siempre debería mantener su responsabilidad social intacta y tener presente su poder para generar nuevas actitudes en los consumidores. Las campañas anti-drogas no sirven de nada si la publicidad, el cine o la música, te muestran otra versión mucho más positiva de la drogadicción, una visión en la que no existen las consecuencias negativas.

5. CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación sobre este fascinante periodo de la industria de la moda, y en relación con los objetivos planteados inicialmente para este trabajo, he llegado a las siguientes conclusiones.

Respecto al objetivo inicial de dar a conocer esta tendencia en profundidad, dando a conocer su contexto histórico, figuras destacadas, mostrar sus características y analizarla desde diferentes puntos de vista:

Desde mi punto de vista, el surgimiento del “Heroin Chic” fue posible principalmente debido al contexto en el que se encontraba, un periodo donde no existían tantas regulaciones legales y barreras morales que pusieran límites a los creativos de entonces.

También opino que a través de este trabajo se ha otorgado a cada figura el reconocimiento que se merece, ya sea positivo o negativo, y se ha rescatado del olvido a diferentes fotógrafos que marcaron un antes y un después en la fotografía de moda. Además, conociendo su historia se ha mostrado su evolución y transformación en el tiempo.

A pesar de todas las críticas que recibió, una vez analizado desde un punto de vista publicitario, podemos considerar que el “Heroin Chic” no hizo más que emplear los mismos elementos que otras tendencias fotográficas, pero supo jugar con las líneas difusas y explorar los límites de lo moralmente correcto e incorrecto.

Respecto a su análisis desde el punto de vista social, es innegable la influencia que la moda tiene sobre la sociedad para generar nuevas conductas. A través del “Heroin Chic”, fotógrafos, agencias de modelos, revistas de moda y diseñadores comenzaron a ser un poco más conscientes de ello y adoptaron nuevas normas de conducta y ética laboral. A pesar de esto, considero que se culpabiliza en exceso a la industria de la moda por generar malos hábitos en la sociedad y, sin embargo, no se culpabiliza del mismo a otras industrias como el cine o la música, llenas de figuras que se convierten en líderes de opinión, e industrias con comportamientos

igualmente cuestionables y no son vistos como influencias del mismo modo negativas.

En cuanto al objetivo de exponer las características del estilo “Heroin Chic” para mejorar la comprensión del trabajo práctico, estimo que era algo necesario para contextualizar mi propia creación fotográfica.

Tal y como aclaro en la metodología, el “Heroin Chic” no es mi única fuente de inspiración a la hora de tomar fotografías, pero considero que su presencia es apreciable, en mayor o menor medida, en cada una de ellas. Y la apreciación de ésta ha sido gracias a su previa exposición teórica.

En conclusión, la elaboración de este trabajo ha sido un viaje de exploración de doble vía: por un lado, me ha permitido conocer y comprender en mayor profundidad una de las tendencias que más me han seducido y llevado a querer ser fotógrafa de moda y, por otro lado, servirá de ayuda para entender de mejor manera parte de las características de mi obra fotográfica.

BIBLIOGRAFÍA

FUREK, M. W., 2008: "The Death Proclamation of Generation X". Bloomington, Indiana. iUniverse, 2008.

MARÍN ANGLADA, M., 2010: "Estética de la Impureza: Regresiones Neobarrocas".

THE NATIONAL CENTER ON ADDICTION AND SUSTANCE ABUSE AT COLUMBIA UNIVERSITY (2006): "Women Under the Influence", Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 2006.

TOSCANI, O., (1996): "Adiós a la publicidad". Barcelona, Ediciones Omega, 2012.

WEBGRAFÍA

ATITAR, M., elpais.com (03/09/2010): "Corinne Day, algo más que la descubridora de Kate Moss". <https://goo.gl/Es6gi3> (02/06/2017).

BARGE, Xosé. F. cannabismagazine.es: "La expansión psicodélica: los Hippies" <https://goo.gl/oZcm61> (25/05/2017)

BENAVENT, V., harpersbazaar.es (09/02/2016): "'Heroin Chic': por el lado más salvaje de la vida" <https://goo.gl/3HWiwi> (13/06/2017).

BLACKSTOCK, C., independent.co.uk (11/10/1997): "The ugly side of 'Heroin Chic'" <https://goo.gl/SUx9CB> (12/06/2017)

BLANCHARD, T., independent.co.uk (22/05/1997): "A smack in the face for the guru of 'Heroin Chic'" <https://goo.gl/uLEChY> (12/06/2017).

CAMPOS.C., revistagq.com (14/02/2017): "El buen gusto es objetivo, y te lo vamos a demostrar" <https://goo.gl/YvU6yQ> (03/07/2017)

CORINNEDAY.CO.UK (2007): "Biography" <https://goo.gl/adM2Ve> (31/05/2017)

GARRATT, S., theguardian.com (04/09/2010) "Corinne Day: pioneer of a new kind of beauty" <https://goo.gl/2MJxXg> (01/06/2017)

GAVIN, F., dazeddigital.com (2014): "Collier Schorr: still chasing the first high". <https://goo.gl/BE2yo9> (08/06/2017)

GOTTSCHALK, D., artsty.net (21/07/2016): "These 8 photographers captured the youth culture of the '90s" <https://goo.gl/F7MD6L> (08/06/2017)

HAIGNEY, L., universityobserver.ie (08/11/2011): "The addiction will be glamorized" <https://goo.gl/mDhiKh> (13/06/2017).

HOCHSWENDER, W., nytimes.com (10/05/1988): "Calvin Klein is in treatment for alcohol and drug abuse" <https://goo.gl/7fA8Kq> (13/06/2017).

HUAMANTICA, D. punkydrugs.blogspot.com.es (15/11/2011): "Influencia del Punk en el consumo de alcohol y las drogas" <https://goo.gl/UcQ7gD> (25/05/2017)

JOCETTE, jocette.com: (12/05/2012): "Heroin Chic degeneration part 1". <https://goo.gl/fhoJdt> (28/05/2017)

KAPLAN, I. artsty.net (24/06/2016): "Why Nan Goldin's Intimate Portraits Of 1980s New York Are Still So Relevant" <https://goo.gl/k8MGuA> (07/06/2017)

MANNING, E., i-dvice.com (29/05/2017): "Retratos de la tribu urbana adolescente de los 90 que insiró 'Kids'" <https://goo.gl/vYSfUa> (16/06/2017)

MAÑER, P., graffica.info (12/05/2015): "Nan Goldin, retratista del underground y la contracultura" <https://goo.gl/4RZQKt> (07/06/2017).

MARTÍNEZ, J., oldskull.net (2014): ““Tulsa: La cruda realidad de Larry Clark”. <https://goo.gl/6sNMwt> (08/06/2017)

MCMANUS, Darragh. The Guardian (31/10/2008): “Just 20 years on, grunge seems like ancient history” <https://goo.gl/CY484D> (24/05/2017)

MONTEROS, P., elle.mx (26/01/2017): “Frances Bean Cobain es el nuevo rostro de Marc Jacobs SS17” <https://goo.gl/322LkK> (15/06/2017).

MUNSON, D., canino.mag.es (23/03/2017): “Heroin Chic: cuando la estética de la droga está de moda” <https://goo.gl/gM5HFv> (13/06/2017).

NECKY, J., playgroundmag.net (01/02/2014): “Fumar como símbolo de liberación femenina: el gran triunfo de la publicidad”. <https://goo.gl/mEZa3H> (21/06/2017).

OPIOIDS.COM, (21/05/1997): “Cliton decries “Heroin Chic” fashion look”. <https://goo.gl/pezs8j> (10/06/2017)).

PAZ, M., monografías.com (01/07/2009): “Perfil del Comunicador Social”. <https://goo.gl/HSPMzo> (21/06/2017).

PÉREZ CARBALLADA, C., marketisimo.blogspot.com.es, (07/03/2011): “La mala publicidad es buena publicidad” <https://goo.gl/TQQguG> (20/06/2017).

POLLY-POP. hipertextual.com (06/09/2010): “Adiós a Corinne Day, falleció la fotógrafa que “creó” a Kate Moss” <https://goo.gl/88vmuz> (08/06/2017)

REBECCADENNISVISUALLOGBOOK.BLOGSPOT.COM.ES (2016), “Heroin Chic” <https://goo.gl/H4JtMm> (09.06.2017).

ROMANOVA, A. citelighter.com: “Heroin Chic” <https://goo.gl/eBmxH6> (28/05/2017)

SHERWOOD, J., independent.co.uk (13/02/2002): “Supermodels and drugs: the truth” <https://goo.gl/4MiBmK> (13/06/2017)).

SPINDLER, A. M., nytimes.com (20/05/1997): “A Death Tarnishes Fashion’s ‘Heroin Look”” <https://goo.gl/bktMqE> (21/06/2017).

SPINDLER, A. M., nytimes.com (07/05/1996): “The 90’s version of the decadent look” <https://goo.gl/oZLC6B> (13/06/2017).

THE SEATTLE TIMES, community.seattletimes.nwsourc.com (20/04/1994): ““Seattle Scene” and heroin use: how bad is it?” <https://goo.gl/1sPVzX> (13/06/2017).

USA.MIISTA.COM: “Fashion Backwards” <https://goo.gl/Q6KSRZ> (20.06.2017).

Dr. VELASCO FERNÁNDEZ, Rafael (2012): “Cuatro décadas de consumo de drogas” <https://goo.gl/YVHbUk> (25/05/2017)

WHITE, C. C. R., nytimes.com (25/02/1997): “Patterns” <https://goo.gl/jJ67GM> (11/06/2017)

WIKIPEDIA.ORG (14/12/2017): “Corinne Day” <https://goo.gl/GKiYY9> (31/05/2017)

WIKIPEDIA.ORG (06/06/2017): “Davide Sorrenti” <https://goo.gl/eZ8H3B> (10/06/2017)

WIKIPEDIA.ORG (14/06/2017): “Heroin Chic” <https://goo.gl/U4Es5B> (24/06/2017)

WIKIPEDIA.ORG (25/05/2017): “Kids (film)””: <https://goo.gl/8MpKaS> (10/06/2017)

WIKIPEDIA.ORG (14/04/2017): “Movimiento Grunge” <https://goo.gl/kfUcoR> (26/05/2017)

WIKIPEDIA.ORG (26/05/2017): “Nan Goldin” <https://goo.gl/HSg3L1> (07/06/2017)

WIKIPEDIA.ORG (08/03/2017): “Soft Grunge” <https://goo.gl/kYdfs4> (15/06/2017).

WIKIPEDIA.ORG (04/03/2017): “The Basketball Diaries (film)””: <https://goo.gl/HNU5W3> (10/06/2017).

WIKIPEDIA.ORG (07/06/2017): “Trainspotting (film)”: <https://goo.gl/cWAlXI> (10/06/2017).

VIDEOGRAFÍA

AP ARCHIVE, youtube.com (21/07/2015): “USA: President Clinton attacks fashion industry over drug use”. <https://goo.gl/azWis7> (13/06/2017).

DEVLINPIX, youtube.com (14/07/2011): ““Obsession” from Calvin Klein” <https://goo.gl/Sq8f7b> (25/06/2017).

FASHIONISTDOTCA, youtube.com (02/02/2011): “Belle d’Opium Yves Saint Laurent Banned Commercial” <https://goo.gl/qaSz2J> (14/06/2017).

JAODLEO, youtube.com (18/10/2008): “Mark Wahlberg & Kate Moss” <https://goo.gl/4DuuRY> (25/06/2017).

YSL BEAUTY, youtube.com (24/08/2014): “Black Opium - The New Women Fragrance By Yves Saint Laurent #Yslblackopium - 60S” <https://goo.gl/PWRP13> (14/06/2017).

90S FASHION, youtube.com (11/10/2015): “Heroin Chic 1997” <https://goo.gl/LDQ9tY> (13/06/2017).

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



“HEROIN CHIC”: EXPOSICIÓN Y REINTERPRETACIÓN DE LA TENDENCIA QUE MARCÓ UNA DÉCADA

PLANTEAMIENTO Y DESARROLLO DE LAS SERIES FOTOGRAFICAS

Trabajo presentado por Dña. Elena Guillén Espinosa para la obtención del título de Comunicación Audiovisual, bajo la dirección del profesor D. Pedro Javier Millán Barroso

BADAJOS
2017/2018

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #001

MODELO: Ana Becerra Espino.

LOCALIZACIÓN: jardín en Almendralejo, Badajoz.

FECHA: 10/07/2017.

ATTREZZO: silla de madera, tela amarilla, manguera.

VESTUARIO: vestido veraniego, pañuelo, descalza.

PELUQUERÍA: pelo liso, coleta baja (a la que se anuda el pañuelo).

MAQUILLAJE:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier.
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Eyebrow Sculpt Automatic Pencil. 06 Blackhaired. KIKO Milano.
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Brocha de dos puntas para colorete. Primark.

EQUIPO

- Canon 600D.
- Objetivo 50mm F/ 1.4.

SOFTWARE DE EDICIÓN

- Adobe Photoshop CC 2017.

CONCEPTO E INSPIRACIÓN

Un día de verano, una chica pasa el tiempo en su jardín. La idea es enseñar a una chica descansando en su jardín con actitud desinteresada y pasiva, apática. Como si no le importase que la estuviesen observando.

Para llevar a cabo esta serie, estos han sido algunos de los referentes que se han tomado como inspiración, tanto pertenecientes al “Heroin Chic” como referencias actuales:



Comenzando por el lugar escogido como localización, era primordial que se tratase de un lugar con mucha vegetación, un sitio cerrado y hogareño, casi para mostrar unas imágenes sacadas de un momento íntimo de una persona cualquiera en un día cualquiera.

El lugar seleccionado era un jardín cerrado de tejado descubierto, con acceso a la luz natural directa. Esta iluminación no fue alterada de ninguna manera, pues pretende ser lo más natural posible, sin artificios.

En lo referente al vestuario, toda la ropa es de segunda mano, el peinado no lleva grandes artificios y no incluye calzado. El maquillaje también ha sido mantenido al mínimo.

Como todos los elementos que han formado parte de esta serie, el objetivo y el referente principal han sido la sencillez y la naturalidad. Por ello, la actitud se une a todo esto, dando lugar a fotografías sin aspecto forzado, carácter natural y relajado.

El resultado han sido unas fotografías sencillas y naturales, todas en blanco y negro para acentuar esa simpleza, esa naturalidad y, al mismo tiempo, dotar de nobleza y elegancia las imágenes.

En las fotos predominan los planos cerrados, donde el foco de atención está en el individuo que aparece, a excepción de algunas de ellas que sí fueron tomadas con planos más abiertos, mostrando más el espacio donde fueron tomadas, para ubicar a la modelo en el entorno y unirla a él.

Todas las fotos fueron realizadas a velocidades rápidas, diafragma abierto e ISO bajo, para hacerlas luminosas, evitar el movimiento y, en el caso del retrato, difuminar el fondo, centrando toda la atención en el rostro de la persona retratada.

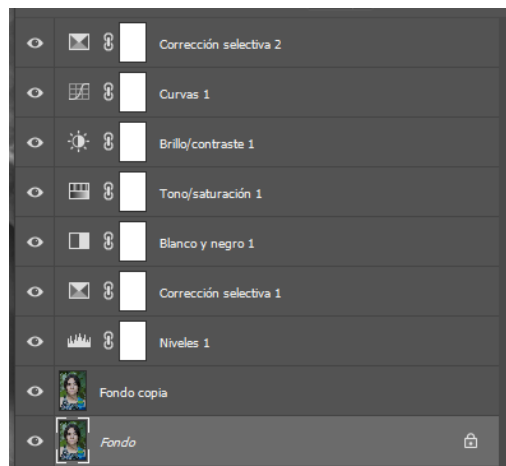
EDICIÓN

La edición fotográfica posterior es prácticamente igual en todas las fotografías resultantes salvo por pequeñas diferencias debido a distintos niveles de luz y color presentes en las originales.

Para mostrar el trabajo de post-producción de esta serie de fotografías, tomaré una de ellas como ejemplo:



Para conseguir este resultado final, estos han sido los pasos a seguir, que como ya he mencionado con anterioridad, son similares (salvo pequeñas variaciones en los valores particulares de cada foto) en todas las fotografías:

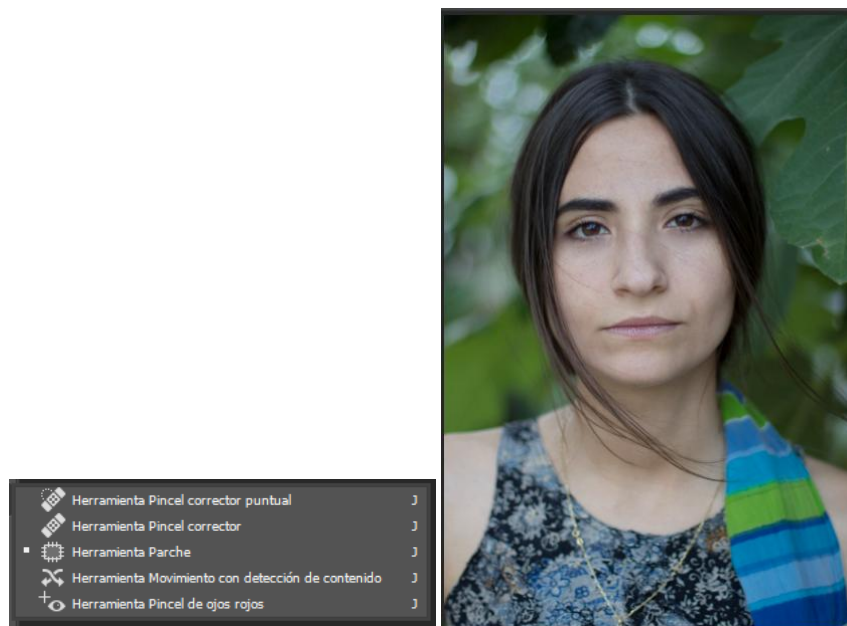


Enumerando cada capa del 1 al 9 y comenzando por la capa *fondo*:

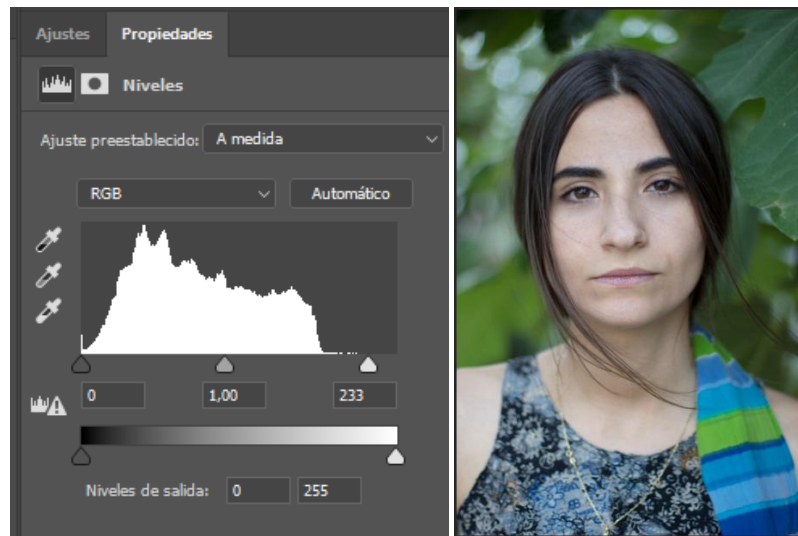
- 1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma $f/ 1.4$, ISO 200 y velocidad 1/320s.



2) *Capa fondo copia*: en esta capa se han eliminado pequeñas imperfecciones, especialmente sobre la piel de la modelo, utilizando la herramienta *pincel corrector puntual* para las pequeñas marcas y arrugas y la herramienta *parche* para eliminar ojeras. Todo esto de manera muy suave para mantener la naturalidad de la imagen y no de sensación de artificialidad.

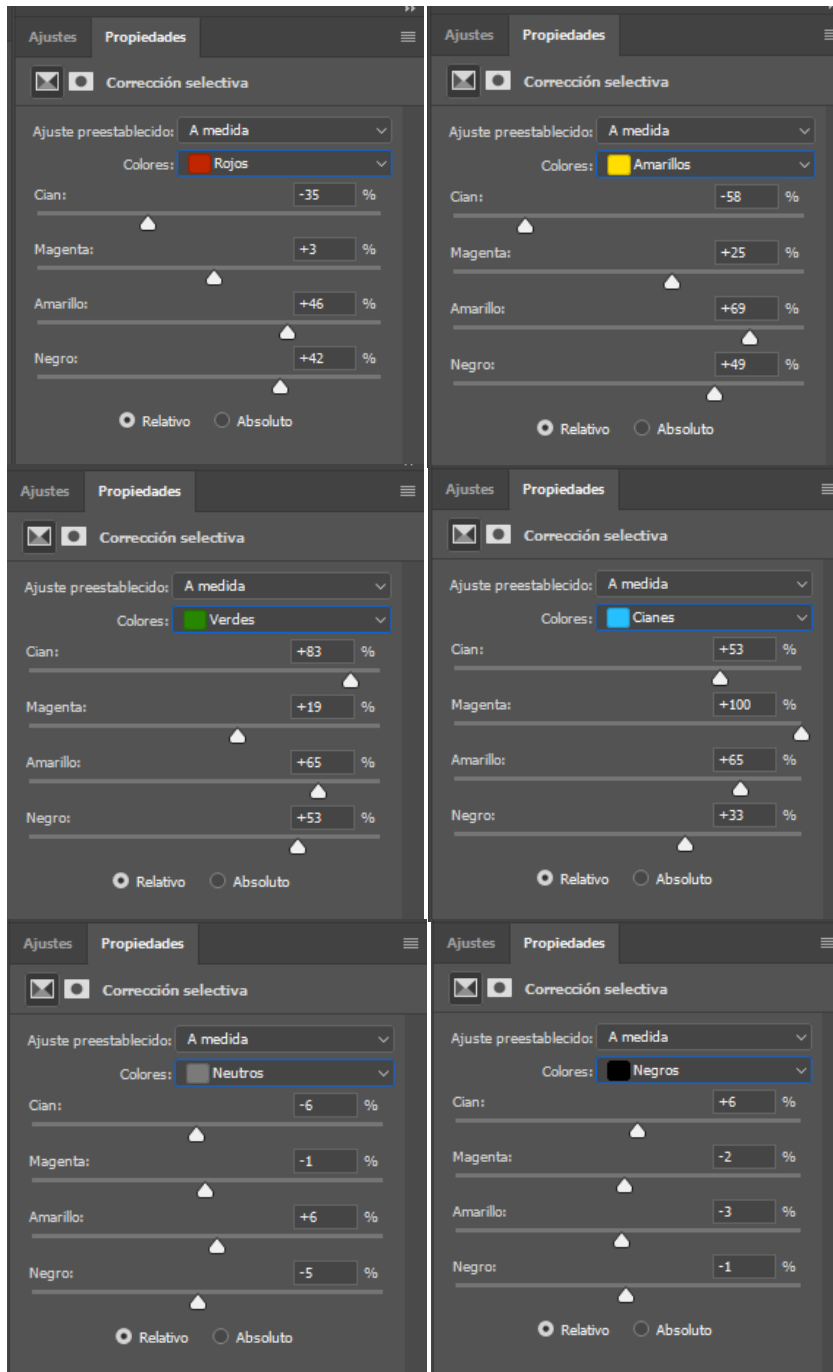


3) *Capa niveles*: con esta capa se han retocado los niveles de la imagen para conseguir que sea más luminosa.

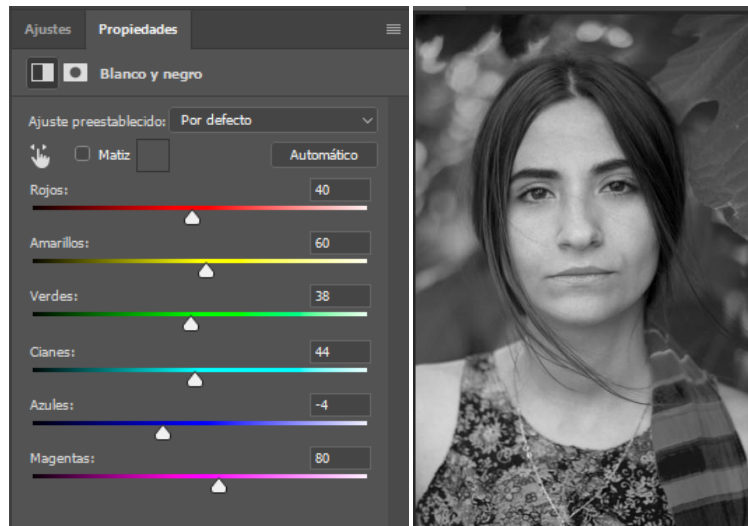


4) *Capa corrección selectiva*: mediante esta corrección del color se han potenciado los rojizos, amarillos, azules, verdes y negros para que, una vez convertida en blanco y negro, aumenten su contraste unos con otros y no de cómo resultado una escala de grises demasiado plana.

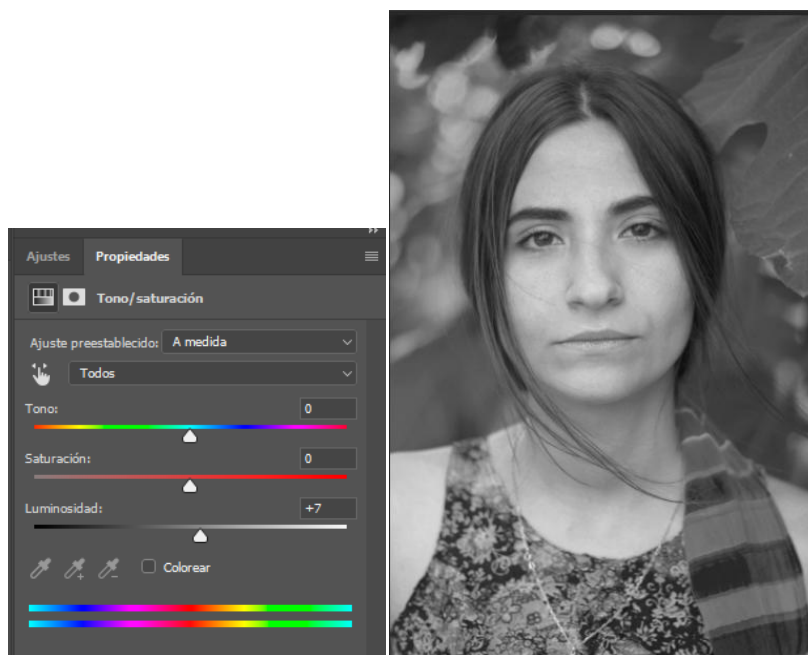




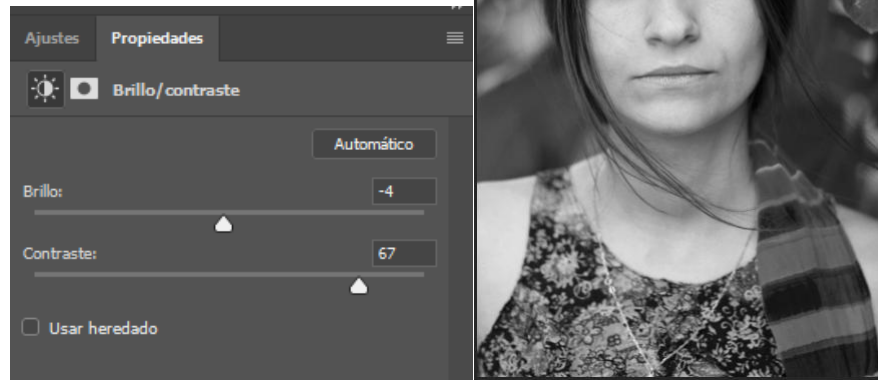
5) *Capa blanco y negro 1*: momento en que se transforma la imagen a blanco y negro.



6) *Capa tono/saturación*: en este paso se modificó la luminosidad para aportar luz a la fotografía.



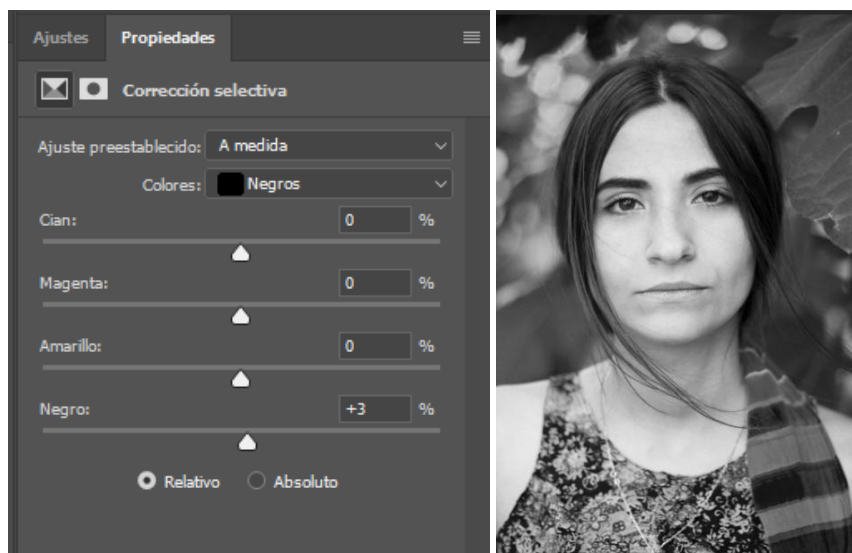
7) *Capa brillo/contraste*: se aumenta el contraste para potenciar los blancos y negros y evitar que la imagen se convierta en una escala de grises demasiado plana.



8) *Capa curvas*: de nuevo, para aumentar la luminosidad y el contraste.



9) *Capa corrección selectiva 2*: para terminar, se aplicó una nueva capa de corrección del color para avivar los negros ligeramente.



En definitiva, el objetivo de la edición ha sido conseguir un retrato en blanco y negro marcado por el contraste entre el color claro de la piel y la fuerza de la mirada de ojos negros que mira a cámara, enmarcada por un cabello del mismo color, sobre un fondo difuso en diferentes tonalidades de gris. Todo esto, sin producir ningún cambio exagerado en la imagen que de sensación de artificialidad, como el ligero retoque en la piel y los colores que mejoran su acabado sin transformar en exceso su esencia, sino manteniendo la naturalidad y simpleza inicial.

VALORACIÓN DEL RESULTADO

Esta es la primera de las series realizada para este trabajo y no estuvo libre de dificultades.

Cuando comencé a planear el concepto para esta serie, la idea original era ligeramente diferente al resultado obtenido. En un primer momento, las fotos retratarían a una persona en un jardín, pero esta persona no debía mirar a cámara, tenía que actuar de manera independiente, como si no se encontrase nadie más allí. Sin embargo, al no contar con modelos profesionales, si no que se trata de una chica no acostumbrada a tomarse fotos, y a pesar de explicar el concepto y el resultado que buscaba, no conseguía que la modelo dejase de mirar a cámara.

Por este motivo, decidí cambiar ligeramente la idea original: si no conseguía sacar de la modelo lo estaba buscando, yo me adaptaría a ella. Por eso pasé a tomar fotos de la modelo mirando a cámara, con actitud serena, levemente desafiante y

mientras que antes la fuerza de los fotos estaría en esa idea de estar observando a alguien mientras ésta no se da cuenta, ahora, precisamente, la fuerza residiría en la mirada casi retadora de quien está siendo observado.

Respecto a lo meramente fotográfico, las imágenes también sufrieron variaciones, pues mientras inicialmente en las fotos destacarían los tonos amarillos, e intercalaría éstas con fotos en blanco y negro, finalmente opté por cambiarlas todas a blanco y negro, pues si las fotos a color eran más llamativas, en blanco y negro tenían una fuerza visual de la que carecían coloreadas.

En cuanto a la edición, creo que es buena y consigue el efecto que buscado: una ligera edición para mejorar su calidad, pero sin alterarla demasiado de manera que no de sensación de estar alterada en exceso.

Como ya menciono anteriormente, el resultado final no se asemeja a lo planeado inicialmente de manera total, sin embargo, sí que puede apreciarse aún el concepto y la estética que se buscaba. Simplemente, las poses resultantes difieren de lo esperado.

A pesar de estas dificultades, estoy contenta con el resultado, pues creo que he conseguido el objetivo que me propuse, quizás no exactamente igual a lo pensado, pero del mismo modo válido.

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #002

MODELO: Ana Guillén Gallardo.

LOCALIZACIÓN: C/Emilio Nembrini, Almendralejo. Badajoz.

FECHA: 23/07/2017.

VESTUARIO: peto vaquero, sandalias, chaqueta vaquera.

PELUQUERÍA: peinado hacia atrás con laca. Suelto.

MAQUILLAJE:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Eyebrow Sculpt Automatic Pencil. 06 Blackhaired. KIKO Milano.
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Brocha de dos puntas para colorete. Primark.
- Everlasting Liquid Lipstick. Vampira. Kat Von D.

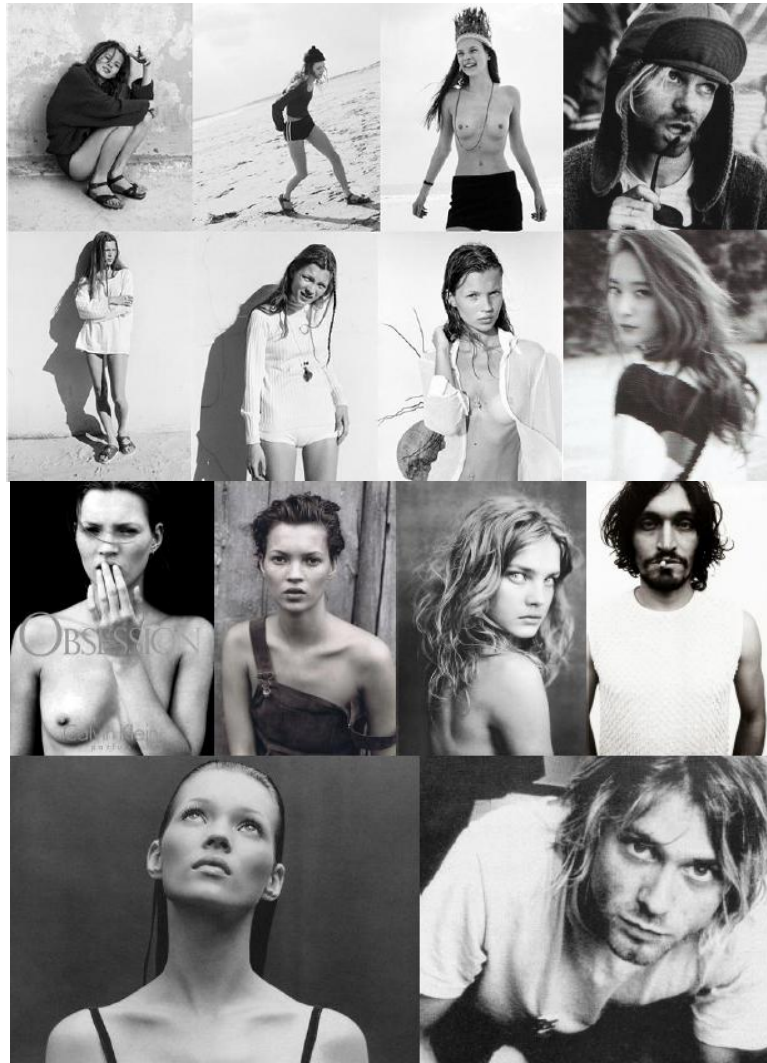
EQUIPO

- Canon 600D
- Objetivo 50mm F/ 1.4
- Filtro de color gris.

SOFTWARE DE EDICIÓN

- Adobe Photoshop CC 2017

CONCEPTO E INSPIRACIÓN



La idea de esta serie era realizar, principalmente, retratos en planos cortos y medios en blanco y negro (por su fuerza visual y la elegancia que transmiten) matizando los negros para restar un poco el contraste y que presentaran ruido y una imagen desgastada.

Las fotos fueron realizadas a la sombra de un callejón donde la luz era suave y evitar así sombras duras pues para estas fotos buscaba una imagen más plana, salvo por pequeños toques de negro intenso.

Para esta serie busqué que tanto el maquillaje como la peluquería estuviesen ligeramente pulidos, pero que no fuera nada cargado, extravagante o trabajado. Para ello utilicé simplemente un poco de base, máscara de pestañas y labial rojo para el maquillaje y un poco de agua y laca para fijar el cabello.

Siguiendo con la estela de la naturalidad y la sencillez, buscaba que nada destacase en las imágenes, llegando incluso a emplear una escala de grises más plana y menos contrastada que en otras series, donde la modelo parece fundirse con el fondo.

Lo que pretendía hacer con esto es que mientras la modelo y el fondo tienen colores similares, el negro más marcado del pelo, los ojos y los labios hagan de estos un foco de atención visual, acaparando toda la atención de quien las visualiza.

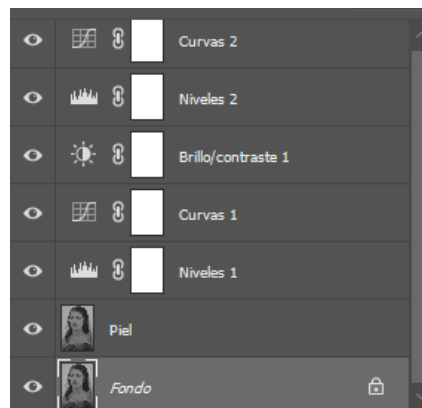
Para conseguir ese grano marcado de las fotografías y darles un aspecto desgastado, las fotos fueron tomadas a un ISO medio/alto y diafragma abierto y para evitar el movimiento, a velocidades rápidas. En cuanto a las peculiaridades técnicas, todas las fotos fueron realizadas colocando un filtro de color gris en el objetivo para, de este modo, matizar los colores y apagarlos y, además, eliminando parte del contraste de la imagen captada por el objetivo

EDICIÓN

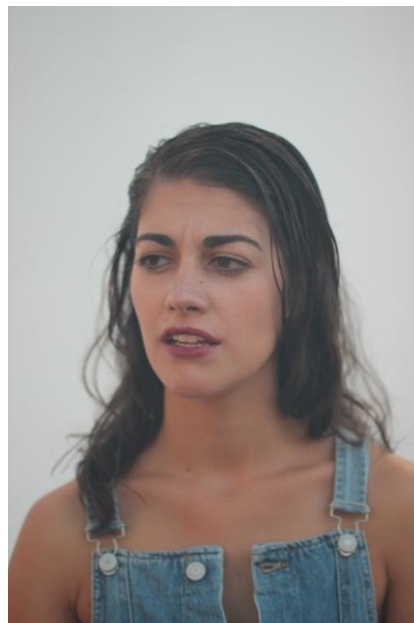
Toda la edición presente en las fotos ha estado destinada a pasar las fotos en blanco y negro y modificar el contraste, principalmente. En algunas de ellas también se ha retocado la piel para un mejor aspecto. A continuación, expongo los pasos seguidos para ello con una fotografía ejemplo:



Para conseguir este resultado final, estos han sido los pasos a seguir:



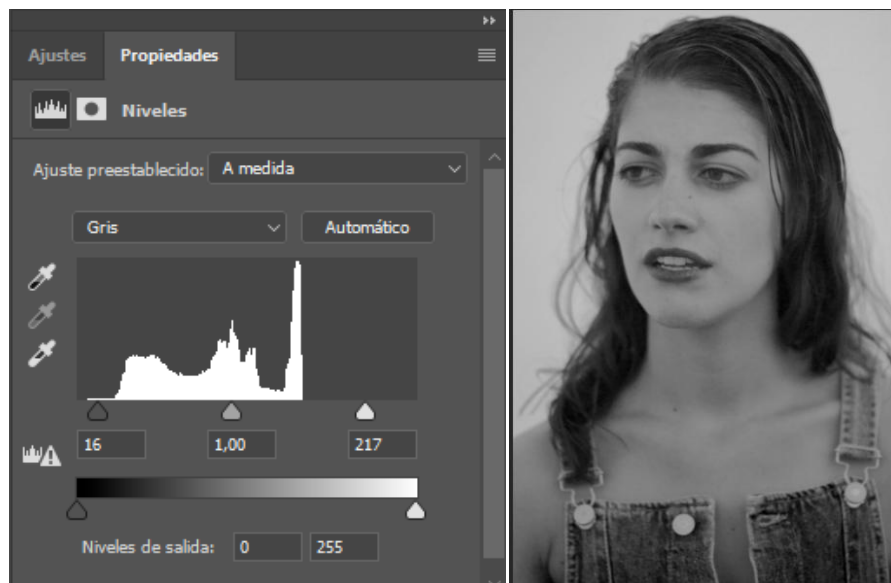
1) Capa *fondo*: Imagen original. Tomada en formato RAW, con un diafragma $f/ 1.4$, ISO-500, velocidad $1/4000s$ y una distancia focal de 50mm. Una vez en el software de edición, fue recortada para ajustar el encuadre y pasada a blanco y negro.



2) Capa *piel*: con la herramienta *parche* unas pequeñas arrugas de la frente y la nariz fueron borradas para conseguir una piel más limpia.



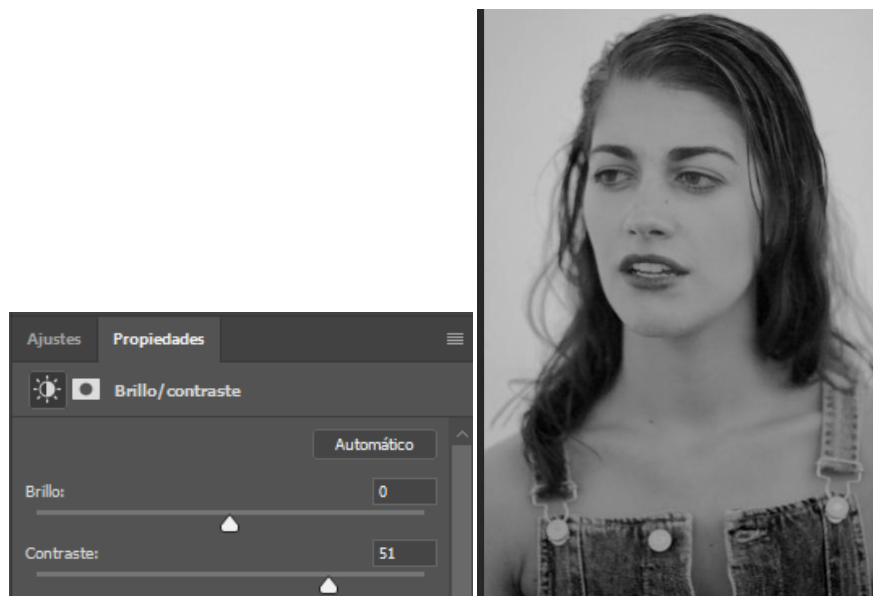
3) Capa *niveles*: regulación de niveles para potenciar negros y blancos de la imagen.



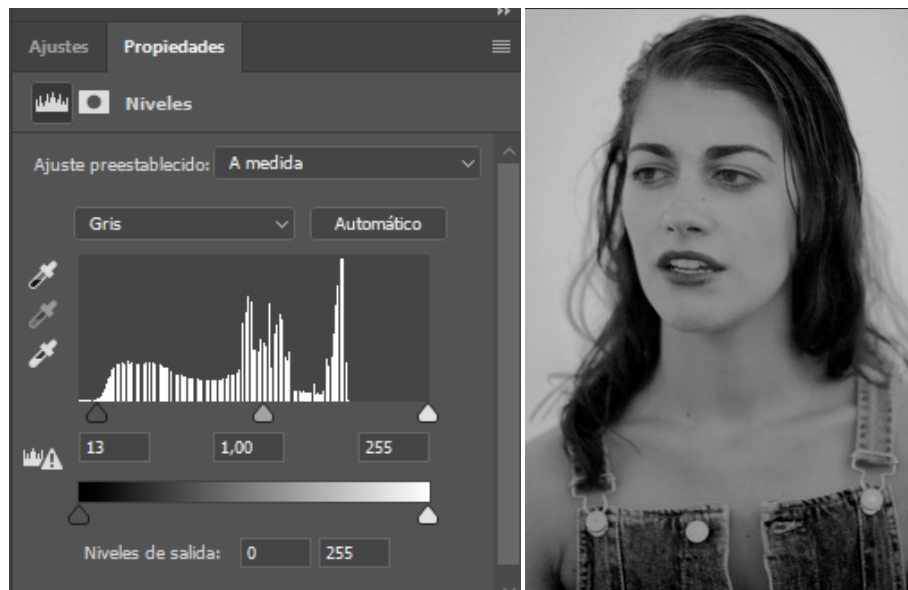
4) Capa *curvas*: mediante la modificación de las curvas se restó contraste a la imagen para conseguir una escala de grises más plana.



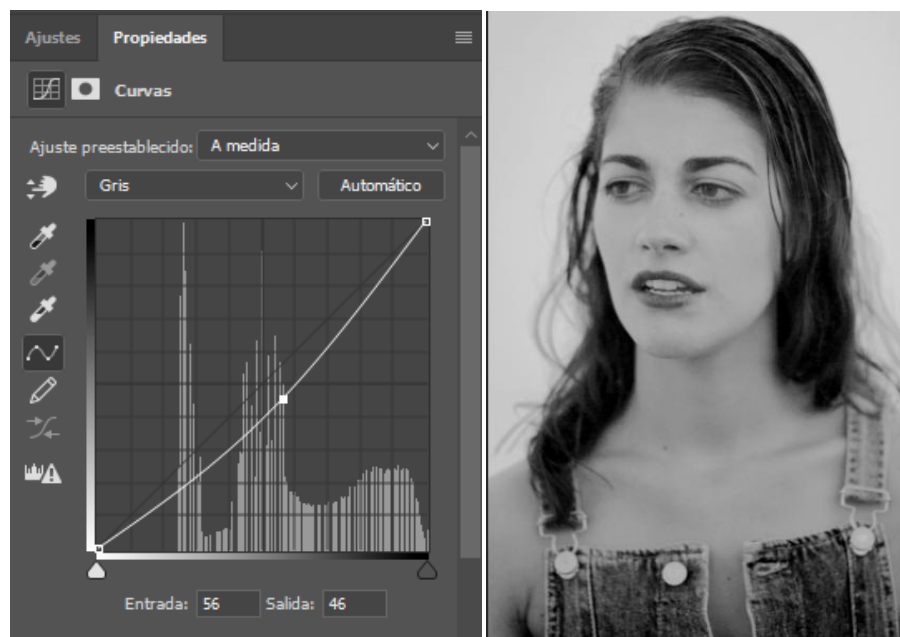
5) *Capa brillo/contraste*: aumento de contraste para acentuar los negros.



6) *Capa niveles 2*: de nuevo, ajuste de niveles, esta vez, para oscurecer la imagen.



7) *Capa curvas 2*: por último, una segunda capa de curvas para aumentar la luminosidad de la imagen.



VALORACIÓN DEL RESULTADO

Estoy satisfecha con el resultado final de esta serie. Los objetivos que me planteé antes de realizarla han sido cumplidos en su gran mayoría. Con esta serie, mi objetivo no era tanto el representar algo, sino centrarme en el modo técnico de representarlo. Cuando las planificaba, no me centraba tanto en qué poses buscaba o qué actitud quería, sino de qué modo iba a llevar a cabo las fotos para conseguir

determinado efecto visual. Por ello en este caso, una vez la modelo conoció el concepto de la sesión y lo que buscaba, dejé que posase más libremente, siempre dentro de los límites marcados.

Trabajar con la modelo ha sido muy fácil, pues ha sabido entender lo que quería. Por este motivo no he tenido que dejar de lado el objetivo inicial para adaptarme a la modelo, como sí que ha pasado en otras ocasiones, sino que ha sido la modelo quien ha sabido adaptarse a mí.

En esta ocasión, el resultado obtenido se parece bastante a las expectativas planteadas: el blanco y negro, el bajo contraste, las imágenes un poco destruidas y gastadas, etc. A pesar de haber cosas que se podrían mejorar, opino que el resultado es bastante óptimo para los medios disponibles. Por lo que estoy contenta de haber sabido llevar a la realidad lo que previamente plasmé sobre el papel.

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #003

MODELO: Laura Nieto Martínez.

ASISTENTE: Ana Guillén Gallardo.

LOCALIZACIÓN: garaje en Almendralejo.

FECHA: 11/08/2017.

ATTREZZO: flores, taburete.

VESTUARIO: tanto el maquillaje como el vestuario se dividen en dos sets:

SET 1: vestido, cinturón negro, sandalias, calcetines blancos.

SET 2: vestido, botas.

PELUQUERÍA:

SET 1: ralla al medio, cardado en la parte de atrás. Sujetado al frente con horquillas de colores. Algunos mechones sueltos.

SET 2: ralla al lado. Coleta baja cardada en la parte de atrás.

MAQUILLAJE:

SET 1:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier.
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Colorete matt touch blush. 20 berry me up!.Essence.
- Sombra de ojos en tonos rosados. Teo Tarras.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Lip Gloss XXXLshine. 01 pure chic. Essence.
- Long wearing lipstick. L 15. Flomar.
- Brocha de dos puntas para colorete. Primark.
- Brocha para sombra de ojos. 21. Marionnaud.

- Brocha de dos puntas para sombra de ojos. Primark.

SET 2:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier.
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Colorete. Tono 03. Deliplus color.
- Sombras de ojos. 02 Nudes. Essence.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Everlasting Liquid Lipstick. Vampira. Kat Von D.
- Brocha de dos puntas para colorete. Primark.
- Brocha para sombra de ojos. 21. Marionnaud.
- Brocha de dos puntas para sombra de ojos. Primark.

EQUIPO

- Canon 600D.
- Objetivo 50mm F/ 1.4.
- Filtro de color rosa.
- Dos flexos.
- Papel celofán de color rosa y amarillo.
- Fondo de flores.
- Reflector de luz.

SOFTWARE DE EDICIÓN

- Adobe Photoshop CC 2017.

CONCEPTO E INSPIRACIÓN



Esta serie de fotografías está basada en la dualidad: oscuridad y claridad, pureza y decrepitud, desde el punto de vista de lo tradicionalmente considerado femenino, todo ello representado de un modo artístico y estético y con un elemento común: las flores.

La primera parte de la serie, la oscuridad, está representada con luces de colores rosa y amarillo, que muestran la decrepitud de manera artística y elegante. Por otro lado, la segunda parte muestra la pureza, en un entorno más natural y luminoso.

Con ambas fotos y tal y como estoy mostrando con cada una de las series, uno de mis propósitos es crear imágenes de estética cuidada, pero no demasiado pulidas, de tal modo que no generen sensación de artificialidad ni sobreactuación al ser observadas.

Hablando de cada parte de la dualidad por separado, para la primera parte buscaba jugar con los colores, la luz y la sombra, por lo que fue necesaria la ayuda de una tercera persona que me ayudase a sujetar una de las lámparas que iluminaban a la modelo. Esta iluminación consistía en dos lámparas (una a cada lado de la modelo), cada una dando una luz de diferente color, por lo que a cada una añadí un filtro de color que matizara la luz, en este caso filtros amarillo y rosa. El amarillo por ser símbolo de inestabilidad e inquietud, casi mareante, y el rosa a modo de contradicción, manteniendo la feminidad de la figura que aparece, en un tono oscuro, cercano al morado, para aportar misterio. Para acentuar todo esto, también añadí un filtro rosa al objetivo de la cámara, avivando las tonalidades empleadas para iluminar.

Las fotografías fueron localizadas en una habitación de luz tenue donde prácticamente la luz solo procedía de las lámparas, dando lugar a sombras más marcadas.

Para conseguir ese movimiento en las fotos, esas franjas borrosas, fueron tomadas en su mayoría con una ISO alta, dando como resultado grano marcado, así como diafragma abierto y velocidades semi-lentas, para dar lugar imágenes con ligero movimiento y sensación de aturdimiento y poca claridad.

Por su parte, la otra cara de la moneda es luminosa, clara y mucho más nítida. En este caso, se empleó iluminación natural procedente de una ventana y un reflector en el lado contrario para contrarrestar y evitar las sombras duras. Para que las fotos carecieran del movimiento propio de las anteriores, fueron tomadas a velocidades rápidas. La ISO se mantuvo al mínimo para evitar ruido y el diafragma abierto para desenfocar los fondos.

Si el simbolismo de las fotos de la primera parte de la serie estaba aportado por las luces, en este caso, las margaritas blancas son el símbolo de la belleza, la inocencia y la pureza.

EDICIÓN

De modo diferente a lo ocurrido con otras fotografías, la edición del primer set ha sido realizada sobre el JPG de las fotografías debido a que los colores de éstas quedaron mejor reflejados en este formato. Los colores apenas han sido modificados

salvo por aumentar ligeramente su intensidad. Otros retoques realizados han sido los niveles y las curvas cuando ha sido necesario. La principal atención ha recaído en suavizar la piel de imperfecciones y recortar las imágenes para mejorar el encuadre.

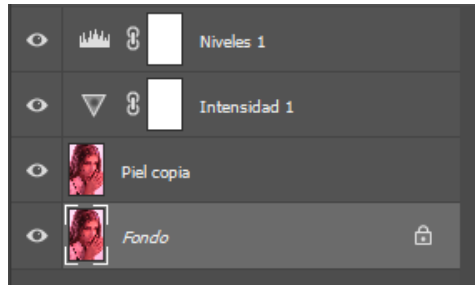
Por su parte, el segundo set de fotos ha sido editado a partir del formato RAW. En este caso, la edición se ha centrado en suavizar la piel y evitar imperfecciones y aportar luminosidad a la fotografía. Los colores han sido modificados para dar más palidez a la piel de la modelo y a la imagen en general y, al mismo tiempo, resaltar puntos específicos, como los labios, los ojos o el vestido mediante la corrección selectiva del color, los niveles y las curvas.

A continuación, y como muestra del proceso de edición, se desglosan los pasos seguidos con cada set fotográfico en dos fotos de muestra.

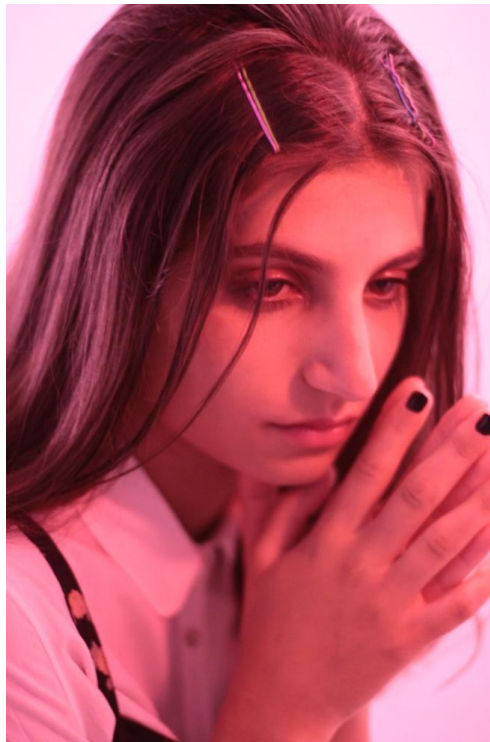
SET 1



Esta foto ha sufrido los siguientes ajustes:



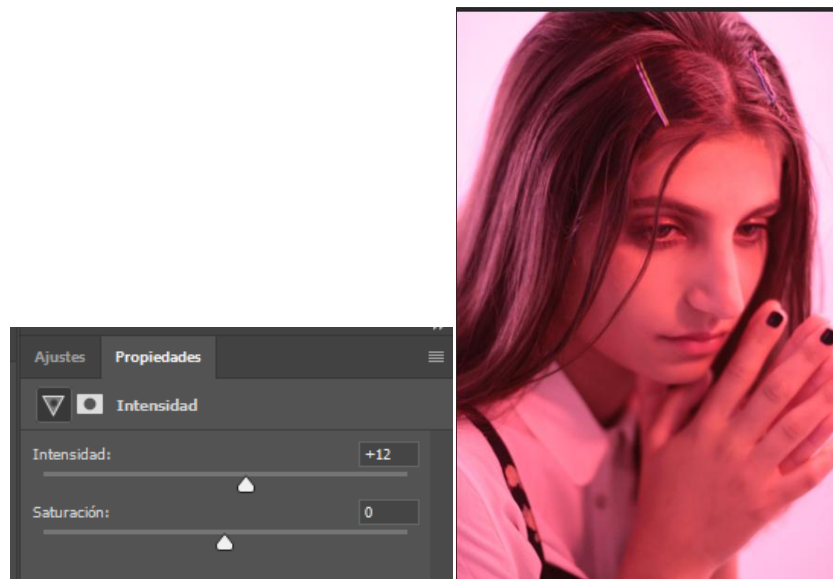
1) Capa *fondo*: imagen original, tomada con ISO-1600, f/ 1.4, tiempo de exposición 1/125s y distancia focal de 50mm.



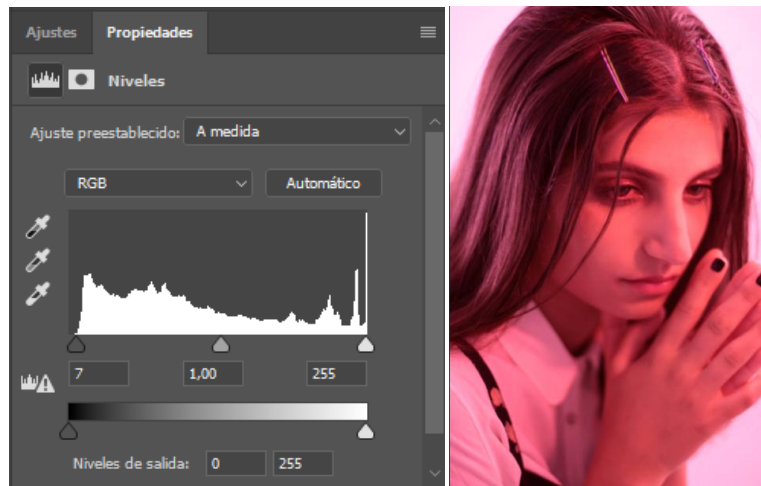
2) Capa *piel copia*: capa empleada para suavizar la ojera de la modelo y borrar el cabello que sobresale por debajo sus manos.



3) Capa *intensidad*: para aumentar ligeramente la intensidad de los colores presentes en la foto.



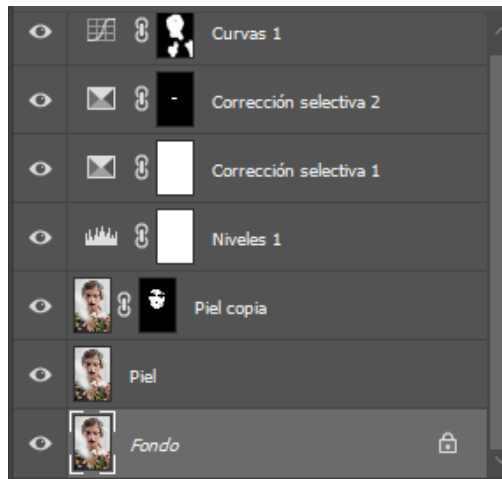
4) Capa *niveles*: última capa, para acentuar los negros.



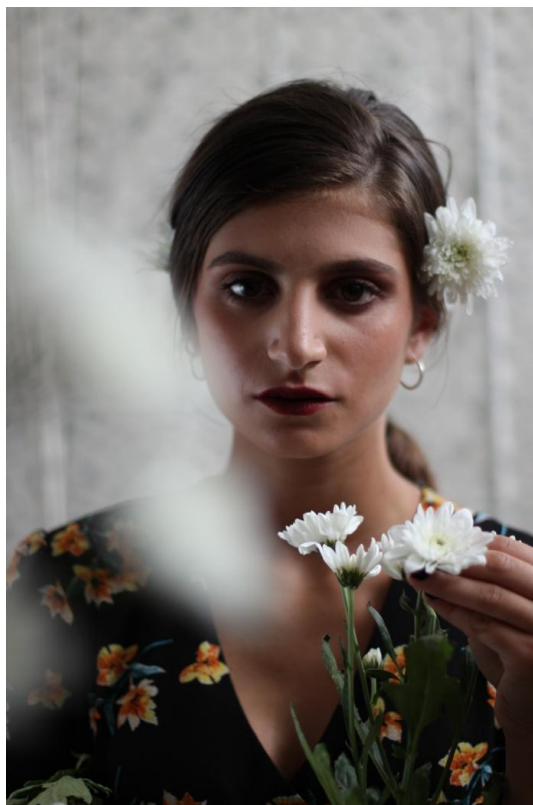
SET 2



Esta foto ha sufrido los siguientes ajustes:



1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW, f/ 1.4, tiempo de exposición 1/250s, ISO-100 y distancia focal de 50mm. Recortada para ajustar el encuadre.



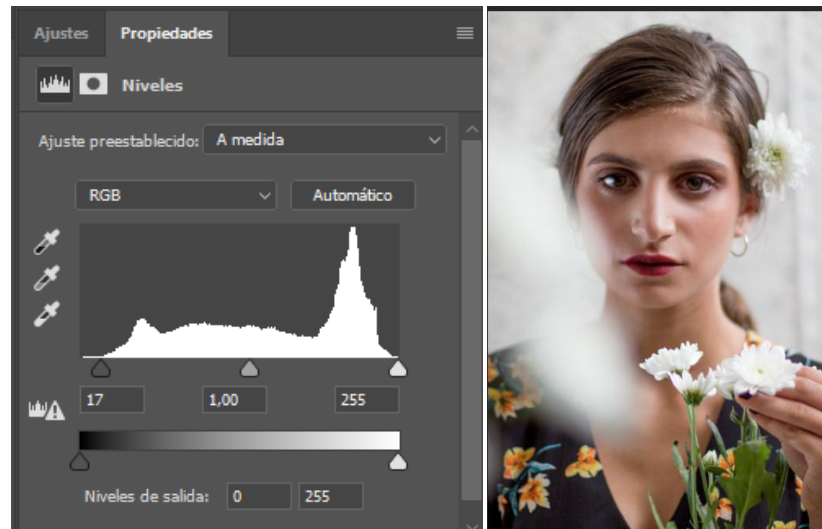
2) Capa *piel*: con las herramientas *parche* y *pincel corrector puntual* se han borrado las imperfecciones de la piel y suavizado las ojeras.



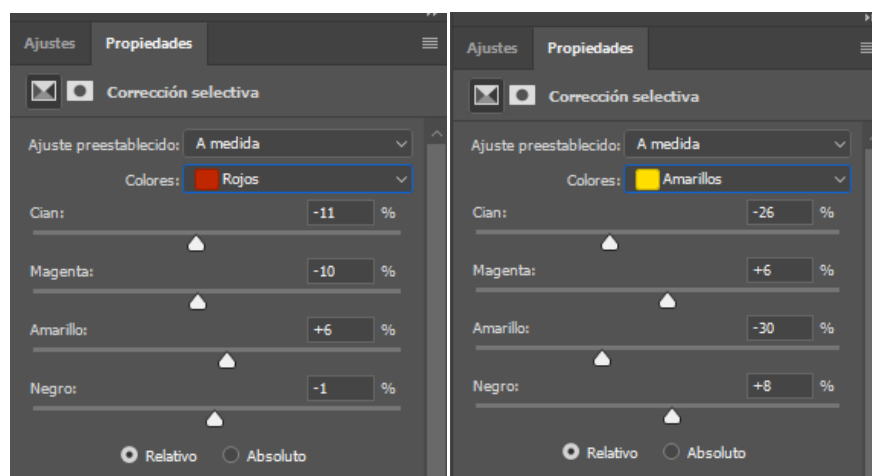
3) Capa *piel copia*: con el plugin para Adobe Photoshop *portraiture* se ha suavizado la piel para dar ese aspecto sedoso, acorde al concepto de pureza asociada a esta parte de la serie.

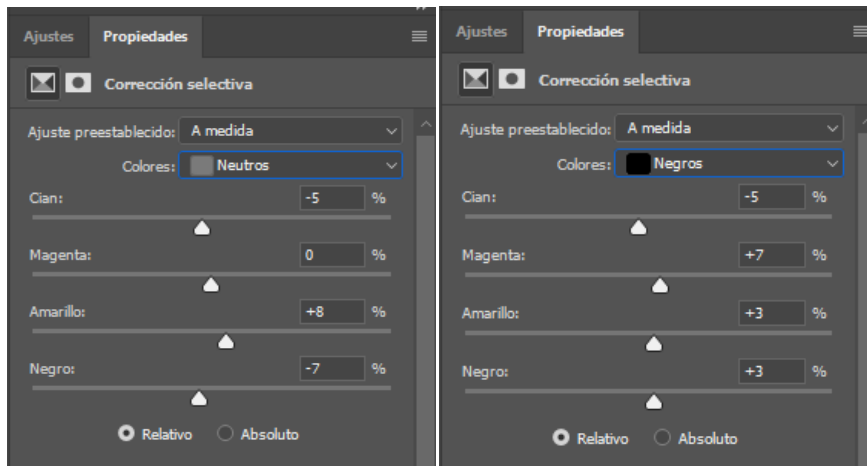


4) Capa *niveles 1*: ajuste para acentuar los negros presentes en la imagen.

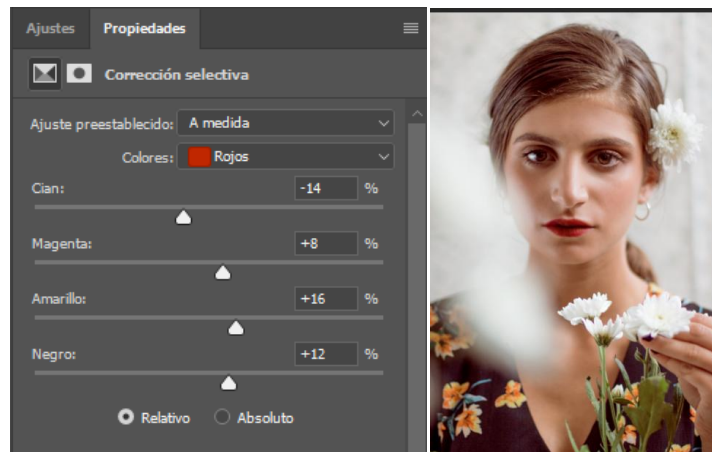


5) *Capa corrección selectiva 1*: destinada a dotar de tonos más rojizos a la imagen.

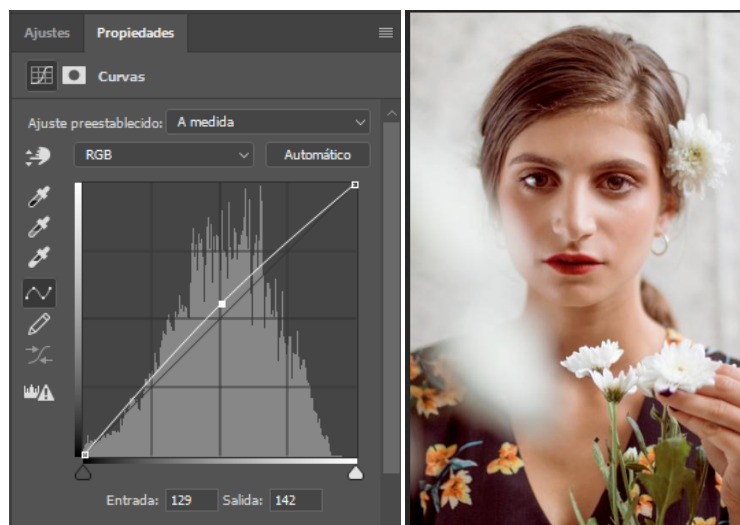




6) Capa *corrección selectiva 2*: destinada a aumentar la intensidad del rojo de los labios de la modelo únicamente.



7) Capa *curvas*: aplicado exclusivamente sobre la piel de la modelo, para darle un tono más pálido.



VALORACIÓN DEL RESULTADO

De todas las series realizadas hasta el momento, esta es una de las que más me ha gustado hacer y con cuyo resultado estoy más conforme. Fue una de las más planificadas y de la que tenía una idea inicial más clara.

La modelo ha sido de gran ayuda pues entendió el concepto desde el principio y me dio exactamente lo que le pedía.

A pesar de que este trabajo no representa mi primera vez realizando editoriales de este tipo, esta fue la tercera serie que realicé para ello y he podido notar la diferencia en cómo cada vez más mis objetivos y mis resultados son más similares y difieren menos de la idea y concepto inicial. Así mismo, voy encontrando mi estilo, qué tipo de fotografía me gusta más y se me da mejor, de qué manera estoy más cómoda fotografiando y qué elementos me gusta emplear para crear mi propio estilo.

El resultado final es prácticamente exacto a la idea que quería conseguir, salvo por las obvias diferencias provocadas por la falta de medios más profesionales. A pesar de ello, creo que el trabajo de vestuario, maquillaje y peluquería, iluminación, cámara y edición es bueno, dando lugar a un resultado óptimo.

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #004

MODELO: Andrea de la Torre.

LOCALIZACIÓN: apartamento en Badajoz.

FECHA: 07/10/2017.

ATTREZZO: cámara de fotos y ducha.

VESTUARIO: cada parte de esta serie emplea un vestuario distinto:

SET 1: camiseta blanca y braga lencera.

SET 2: sujetador lencero y vaqueros.

SET 3: vestido azul.

SET 4: vestido negro.

SET 5: camiseta blanca y braga.

PELUQUERÍA: maquillaje y peluquería se dividen en dos:

Para los sets 1, 2 y 3: pelo suelto y liso.

Para los sets 4 y 5: pelo peinado hacia atrás con cera.

MAQUILLAJE: al igual que la peluquería, se han aplicado dos tipos:

Para los sets 1, 2 y 3:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Eyebrow Sculpt Automatic Pencil. 06 Blackhaired. KIKO Milano.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Sombra glitter plateada.
- Lip Gloss XXXLshine. 01 pure chic. Essence.

Para los sets 4 y 5:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Eyebrow Sculpt Automatic Pencil. 06 Blackhaired. KIKO Milano.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Colorete matt touch blush. 20 berry me up!.Essence.
- Sombra de ojos en tonos rosados. Teo Tarras.
- Sombra glitter rosada.
- Everlasting Liquid Lipstick. Vampira. Kat Von D.
- Brocha de dos puntas para colorete. Primark.
- Brocha para sombra de ojos. 21. Marionnaud.
- Brocha de dos puntas para sombra de ojos. Primark.

EQUIPO

- Canon 600D.
- Objetivo 50mm F/ 1.4.
- Media rosa palo.
- Flexo.
- Papel celofán de color azul, amarillo y rojo.
- Filtros azul y rojo.

SOFTWARE DE EDICIÓN

- Adobe Photoshop CC 2017

Para esta parte de la serie quería mostrar pureza en intimidad, esos momentos posteriores a despertar un día tranquilo, donde dedicamos unos instantes a procrastinar. Por eso son fotos muy luminosas y con abundancia de blancos, aportando efecto onírico, acentuado por un caletín de media sobre el objetivo con el que se difuminan ligeramente las formas.

SET 2

De actitud tranquila e inspirada en las campañas de Calvin Klein Jeans. En blanco y negro con alto contraste, donde los grises y blancos son planos mientras el negro está muy contrastado para resaltar estos elementos oscuros en la modelo.

SET 3

Localizada en una cocina, la modelo comienza a adoptar una actitud más directa y desafiante con el espectador. Emplea elementos propios de la cocina como son las luces del interior del frigorífico y la campana extractora como apoyo de la iluminación principal: una lámpara a la que se ha añadido papel azul, para conseguir un tono azul general en la foto, acrecentado por un filtro azul fijado al objetivo de la cámara, que unido a la actitud de la modelo, indica calma, serenidad en el espectador.

SET 4

Estas fotos representan la llegada de la noche. Con un vestuario más pulido y unas tonalidades generales más oscuras, son fotografías cargadas de misterio. El juego de luz y sombra acentúa este hecho y las tonalidades amarillas/doradas aportan tensión y unido a los toques de rojo, sensación de peligro sensual.

El movimiento presente en alguna de las fotografías contribuye a esta sensación de inquietud y peligro, así como la actitud de la modelo, notablemente más desafiante y los ángulos y contorsiones de las fotos.

SET 5

La noche y sus peligros son representados aquí por el gran contraste entre las luces y las sombras, la marcada tonalidad roja general de las fotografías, claro símbolo del peligro y sexualidad.

Esta parte del set supone la antítesis de la primera parte: el día y la noche, claridad y oscuridad, pureza e impudor, principio y fin de un ciclo. Pero formando parte de la misma unidad, las diferentes facetas de una misma persona, representadas por un vestuario similar en ambas.

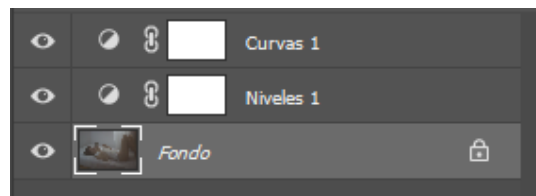
EDICIÓN

Al tratarse de una serie formada por 5 partes diferentes y al contar cada una de ellas con características específicas, mostraré un ejemplo de la edición seguida con cada una de estas partes a través de unas fotografías modelo.

SET 1



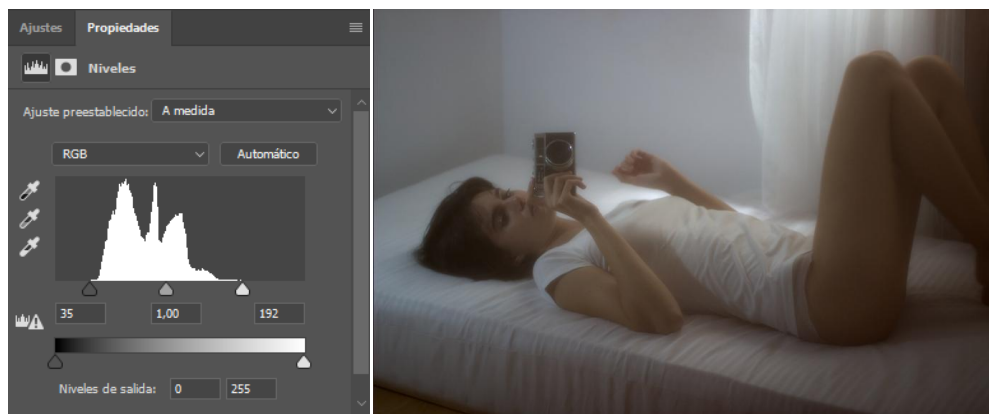
La edición de esta foto ha estado destinada a aumentar la luminosidad y el contraste de la fotografía original para dar esa sensación de pureza y ensoñación que se busca. Todo esto muy levemente para mantener la foto casi intacta.



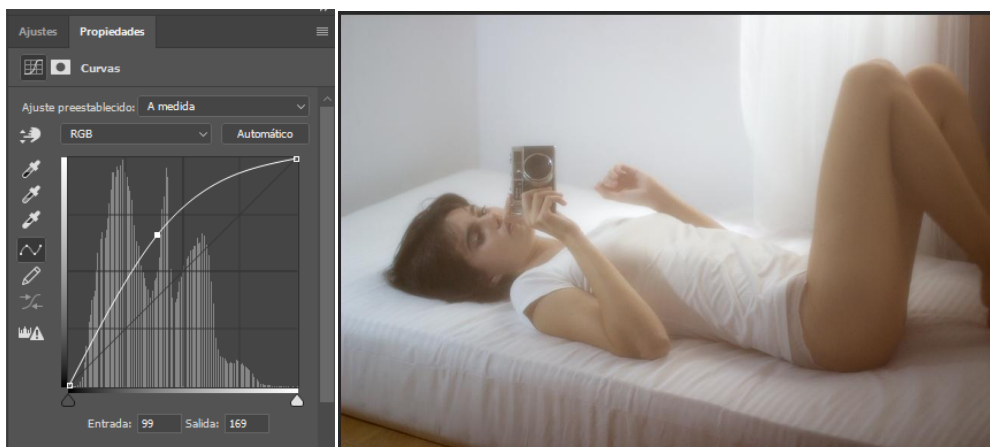
- 1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 125 y velocidad 1/60s.



2) *Capa niveles*: ajuste de niveles para aportar blancos y negros a la imagen pues al ser tomada con un filtro de media sobre el objetivo pierde demasiado contraste pero difumina las formas, el efecto deseado para esta serie concreta.



3) *Capa curvas*: para dar a la imagen más luminosidad.

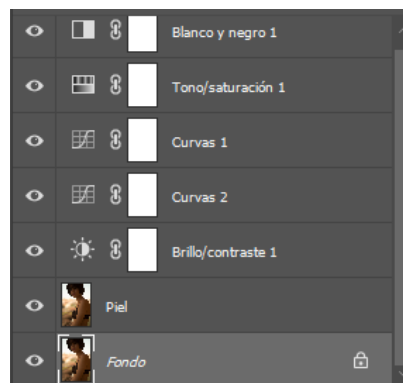


SET 2

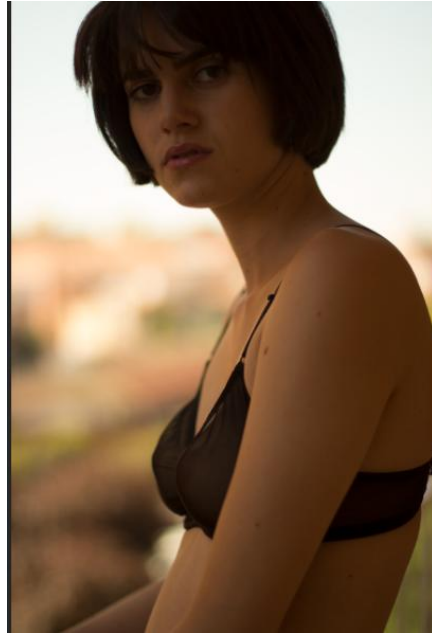
Los ajustes de esta foto han estado dirigidos a pasar la foto a blanco y negro y variar los contrastes para potenciar los negros y aplanar grises y blancos.



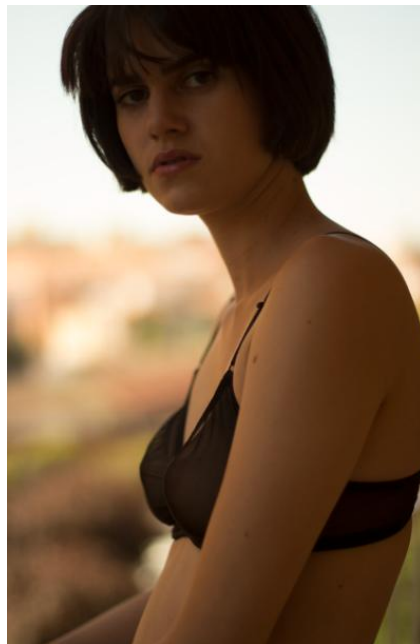
Estos son los pasos realizados:



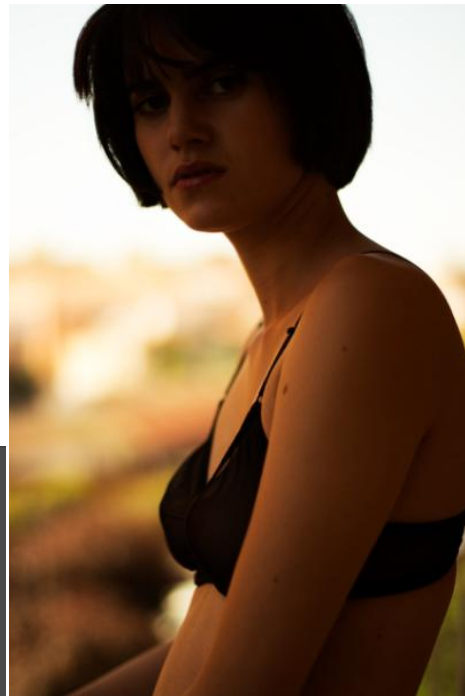
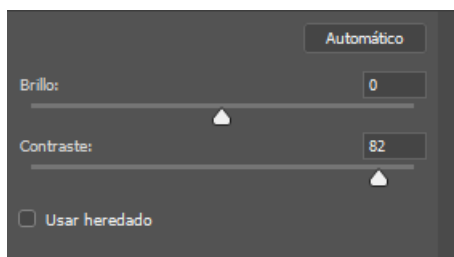
1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 100 y velocidad 1/1600s.



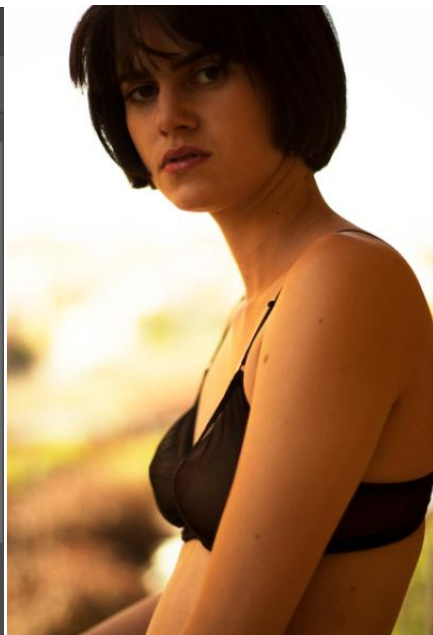
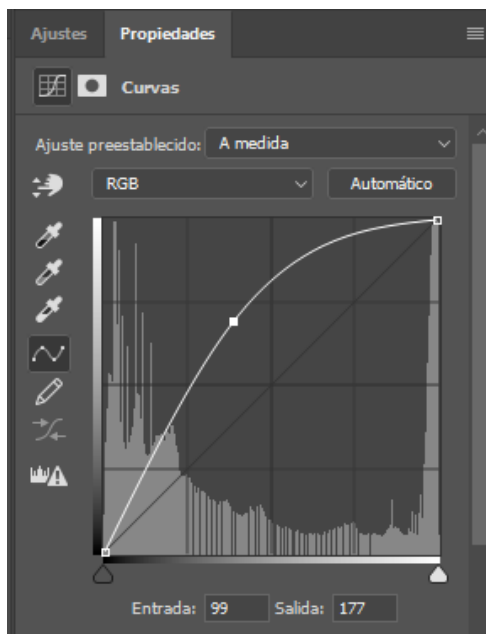
2) Capa *piel*: en esta capa y gracias a la herramienta *parche* se han eliminado ciertas marcas de la piel de la modelo.



3) Capa *brillo/contraste*: aumentando el contraste, aumentamos los negros de la imagen y el fondo, al ser claro, se acerca más al blanco plano.



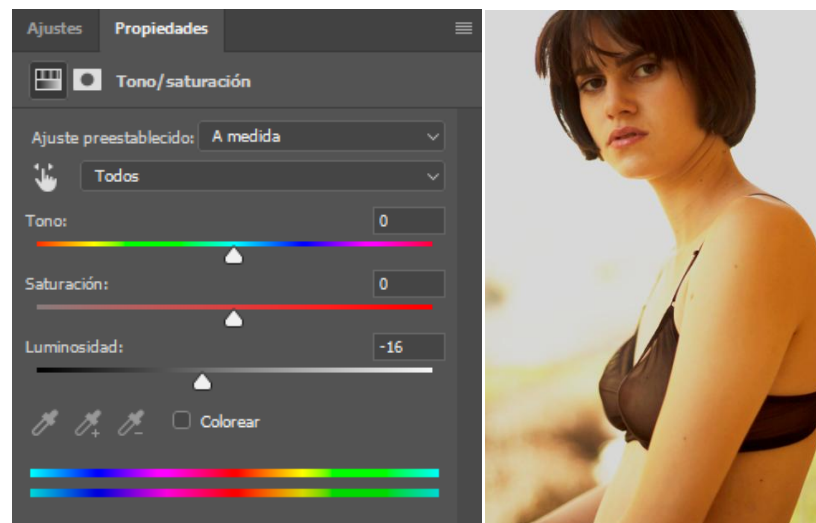
4) Capa *curvas 1*: para iluminar.



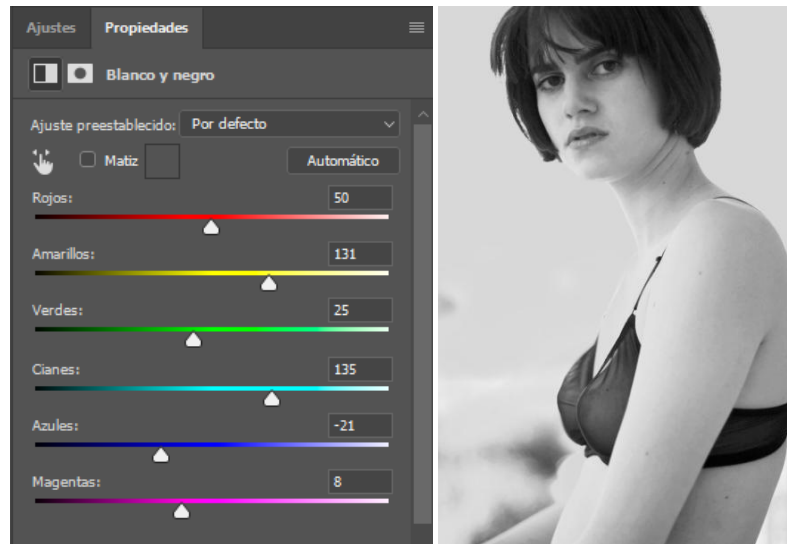
5) Capa *curvas 2*: de nuevo, esta vez forzándolo hasta quemar los blancos para así aplanar el fondo y volverlo enteramente blanco.



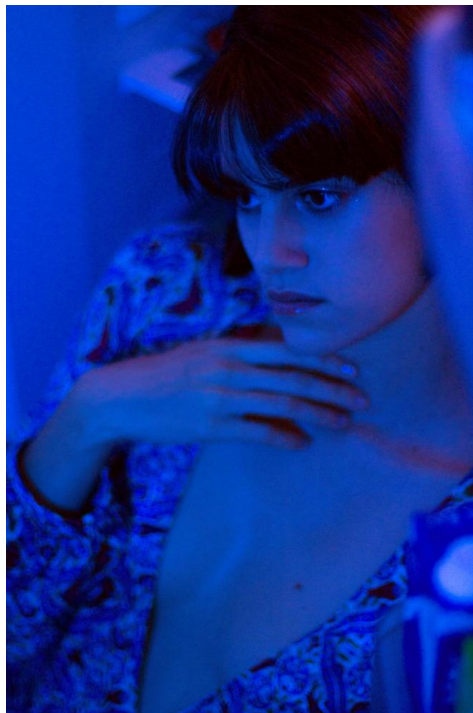
6) Capa *tono/saturación*: una vez quemamos el fondo para conseguir una masa uniforme de blanco, bajamos la luminosidad para darle un tono gris más neutro.



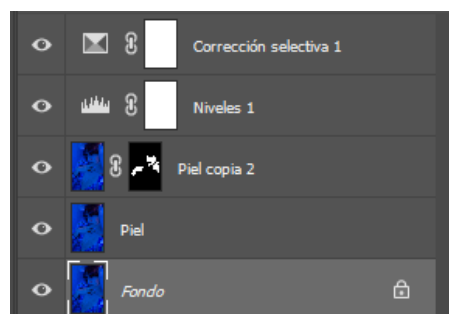
7) Capa *blanco/negro*: por último, el paso a blanco y negro para darle el aspecto final.



SET 3



Pasos seguidos en la edición de esta foto:



1) *Capa fondo:* *Capa fondo:* imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 1600 y velocidad 1/60s.



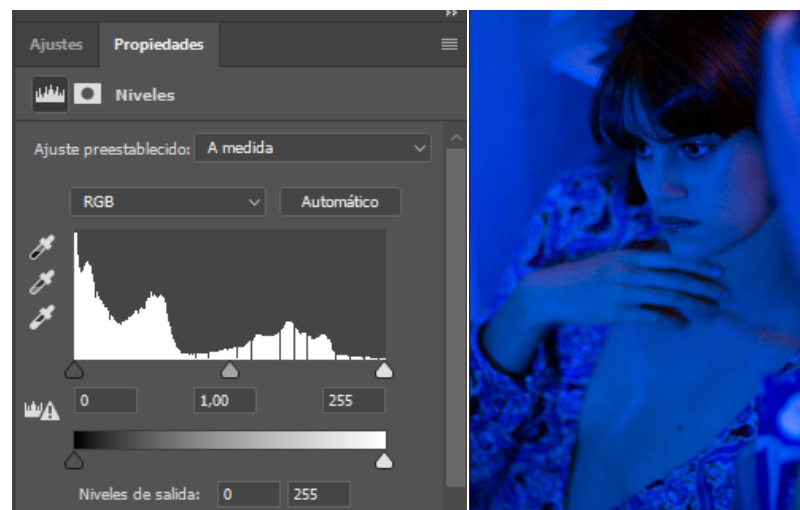
2) *Capa piel:* con las herramientas *pincel corrector puntual* y *parche*, se han eliminado las marcas de la piel de la modelo.



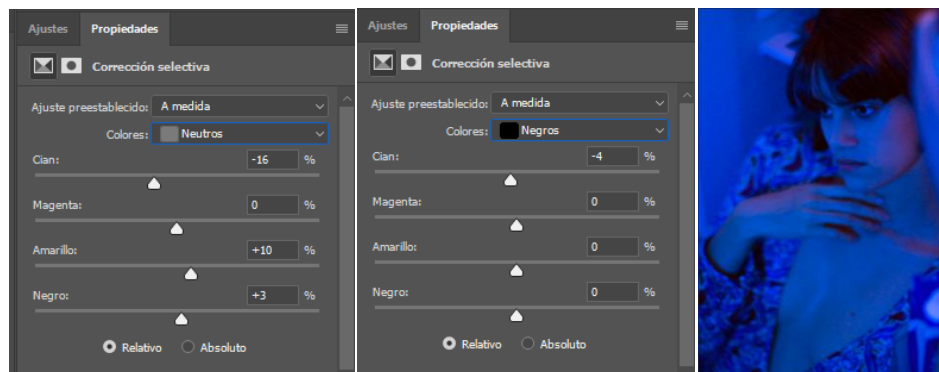
3) *Capa piel copia 2:* empleo del pluging *portraiture* para suavizar la textura de la piel.



4) *Capa niveles*: ajuste para dar más negro a la imagen.



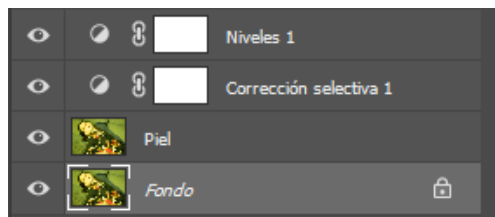
5) *Capa corrección selectiva*: para resaltar las tonalidades rojizas ocultas en la foto original.



SET 4



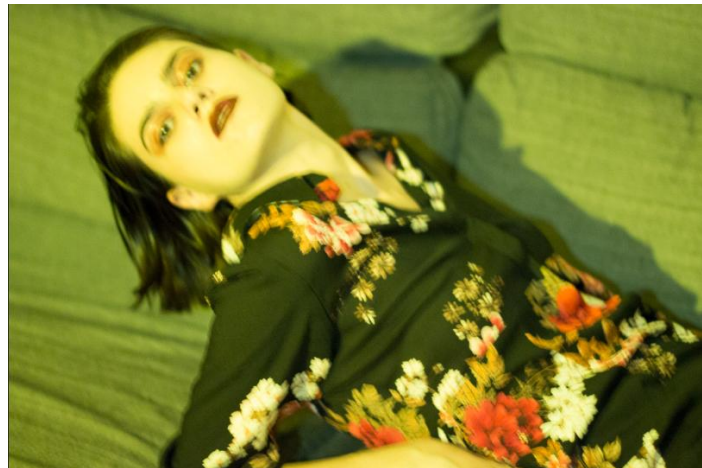
El objetivo de la edición ha sido acentuar los rojos y aumentar el contraste para darle más dramatismo a la imagen. Estos han sido los pasos seguidos:



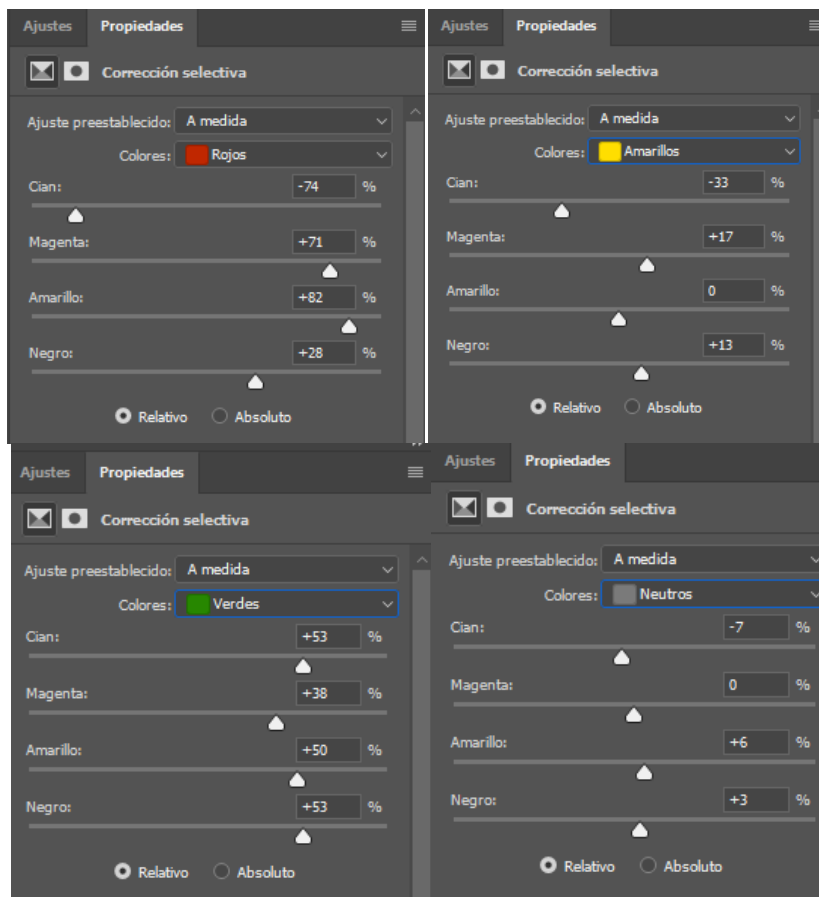
1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 2500 y velocidad 1/15s, para que sea una imagen luminosa y muestre el movimiento de la modelo.

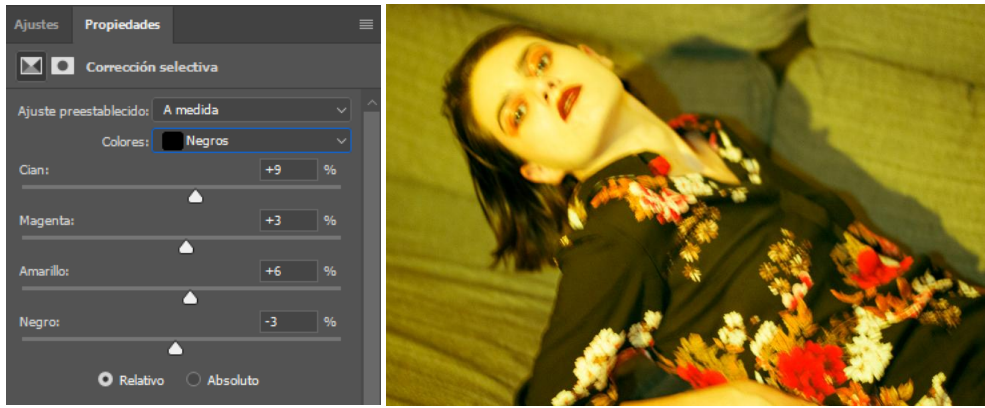


2) Capa *piel*: con la herramienta *parche* se han eliminado las imperfecciones en la piel de la modelo para darle una superficie plana.

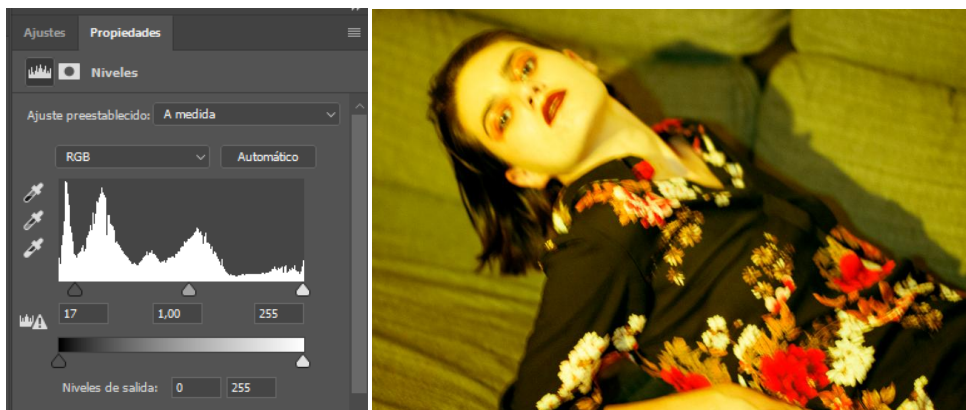


3) Capa *corrección selectiva*: corrección del color para acentuar rojos, amarillos, verdes y negros de la fotografía.





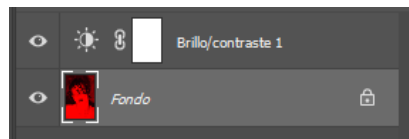
4) *Capa niveles*: para acentuar los negros.



SET 5



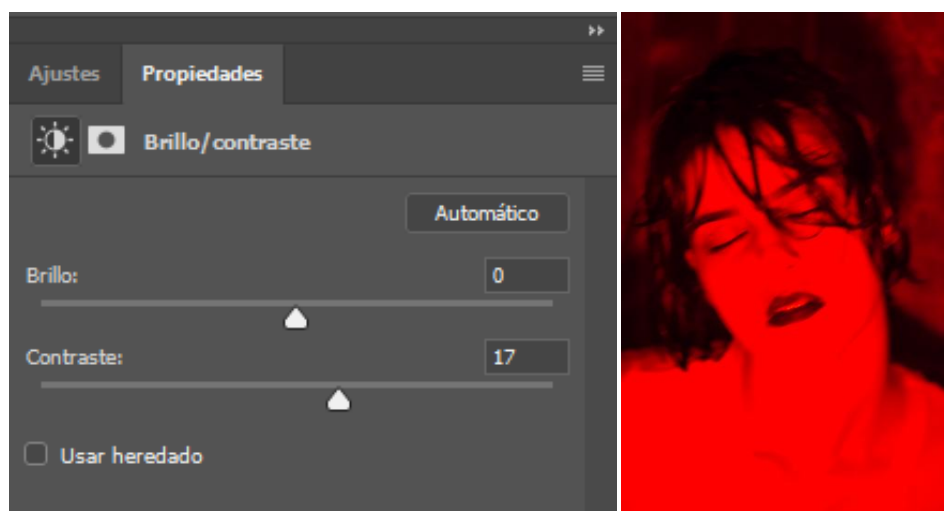
Esta serie se ha mantenido prácticamente intacta tras la edición, que tan solo ha consistido en aumentar los contrastes ligeramente.



1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 3200 y velocidad 1/40s, para que muestre el movimiento de la modelo.



2) Capa *brillo/contraste*



VALORACIÓN DEL RESULTADO

Lo más remarcable que he aprendido al realizar esta serie es que he encontrado la manera en que me siento más cómoda trabajando. Me he dado cuenta de que prefiero utilizar métodos físicos previos a la toma de la fotografía para recrear el escenario y el ambiente deseado para evitar una post-producción muy pesada y recargada sobre las imágenes, mientras que antes no me preocupaba tanto por emplear elementos extras durante la preparación pues sabía que podían ser añadidos posteriormente, como los colores o filtros para difuminar la nitidez de la imagen.

Siento que trabajando más en la pre-producción y prescindiendo de la edición posterior te vuelves más creativo y te preocupas más por todos los elementos posibles que pueden ayudarte a conseguir el resultado deseado.

Además, a medida que he ido descubriendo el trabajo de otros profesionales he ido puliendo mi gusto propio y mi manera de representar la realidad. He comprendido que para realizar una buena fotografía no es absolutamente imprescindible una buena cámara, sino que con buenas ideas y con creatividad, cualquier herramienta puede ser buena y de ayuda a la hora de fotografiar, ya sea un flexo a modo de foco o un calcetín como filtro.

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #005

MODELO: Anabel Díaz.

ASISTENTE: Serena Muñoz Ramos.

LOCALIZACIÓN: finca en Torre de Miguel Sesmero.

FECHA: 15/10/2017.

VESTUARIO: para esta serie se han usado 5 vestuarios diferentes, uno para cada localización.

SET 1: vestido negro, botas, chaqueta vaquera.

SET 2: vaqueros, camisa blanca y negra, anillos.

SET 3: pantalón acampanado, camisa.

SET 4: camisón blanco.

SET 5: camisa blanca, ropa interior negra, gafas de sol.

PELUQUERÍA: pelo rizado (natural de la modelo).

MAQUILLAJE:

- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Antiojeras de alta cobertura. Acabado natural. 22 natural. Sephora.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora.
- Lip Gloss XXXLshine. 01 pure chic. Essence.
- Everlasting Liquid Lipstick. Vampira. Kat Von D.
- Perfilador de ojos de larga duración. 01 black fever. Essence.

EQUIPO

- Canon 600D.
- Objetivo 50mm F/ 1.4.
- Media rosa palo.
- Filtros amarillo.

- Reflector.

SOFTWARE DE EDICIÓN

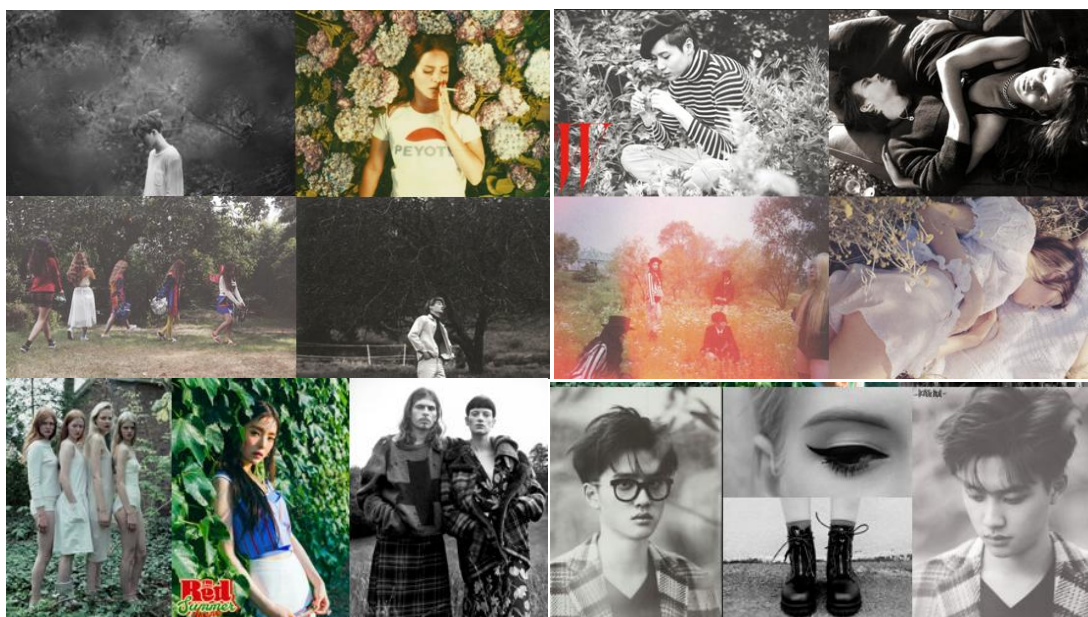
- Adobe Photoshop CC 2017.

CONCEPTO E INSPIRACIÓN

El concepto de esta serie era acercarse más a la idea tradicional de editorial de moda. Diferentes escenarios con diferentes estilismos unidos por una misma idea visual: imágenes de ruido marcado, iluminadas por la luz del sol donde lo representado no presenta bordes definidos, sino de manera difusa, con cierto halo.

La razón de la elección de una casa de campo como lugar para realizar las fotografías se debe a que las zonas rurales y destartaladas eran un elemento bastante extendido en el “Heroin Chic”.

Todas las fotografías fueron tomadas con un filtro amarillo para matizar los colores hacia esa tonalidad y con una media sobre el objetivo para conseguir esa iluminación de la imagen y ruido extra en la imagen, sin necesidad de alterar la sensibilidad de la cámara, para evitar quemar las imágenes originales por exceso de luz.



EDICIÓN

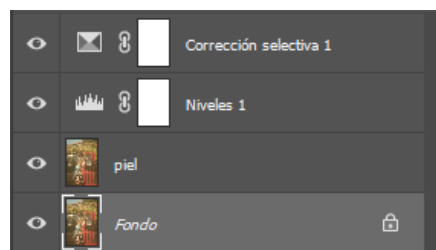
La edición realizada ha estado destinada a mejorar los niveles de las fotos y aumentar la intensidad de los colores de las fotos manteniendo siempre un resultado muy natural.

Todas las fotos han sufrido los mismos ajustes pero al estar localizada en 5 lugares diferentes con particularidades de iluminación y color distintos, emplearé una fotografía de muestra de cada una de estas localizaciones.

SET 1



Para conseguir este resultado final, estos han sido los pasos a seguir:



- 1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 100 y velocidad 1/4000s.



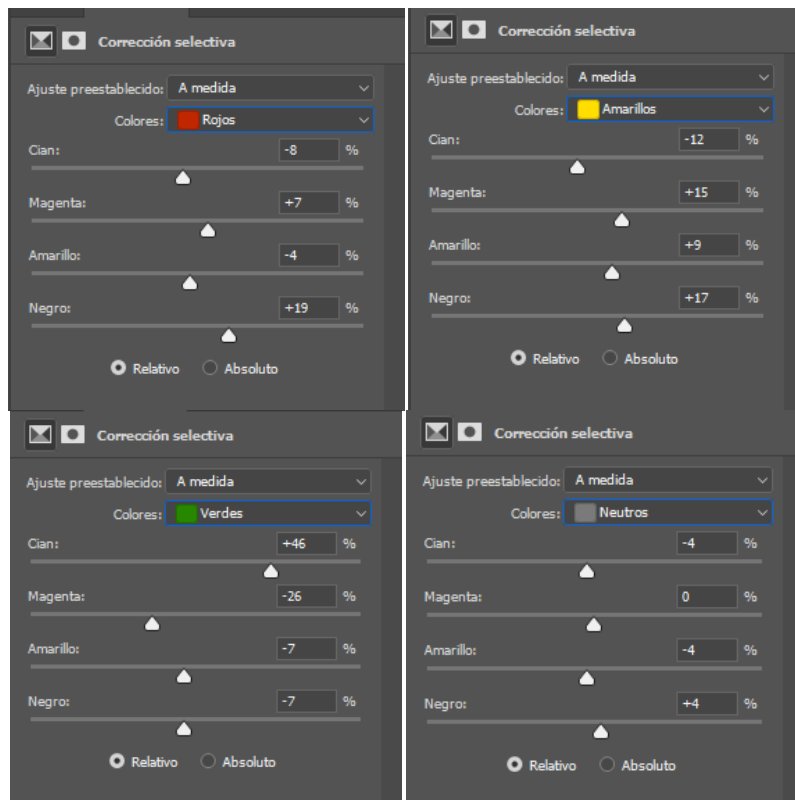
2) Capa *piel*: en esta capa se han eliminado pequeñas imperfecciones de la piel de la modelo producidas por las sombras creadas por la fuerte luz directa del sol.

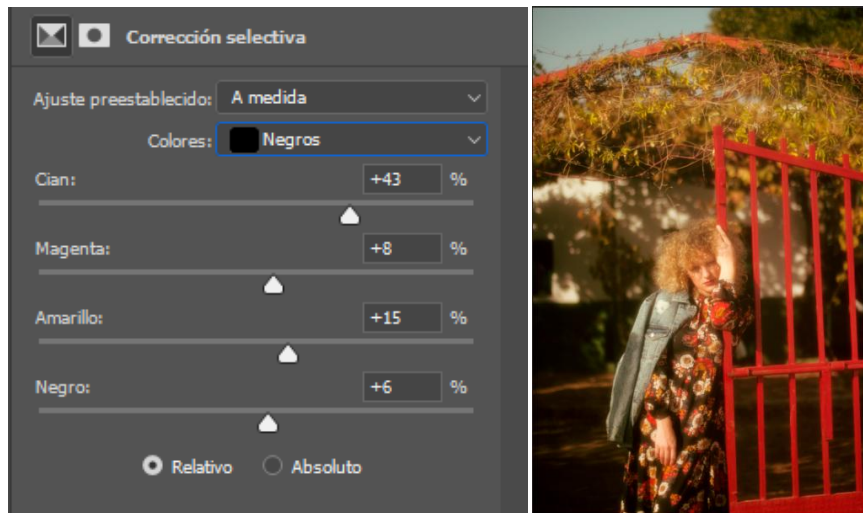


3) Capa *niveles*: ajustes de los negros de la imagen.



4) *Capa corrección selectiva*: mediante esta corrección del color se han potenciado los rojizos, amarillos, verdes y negros.

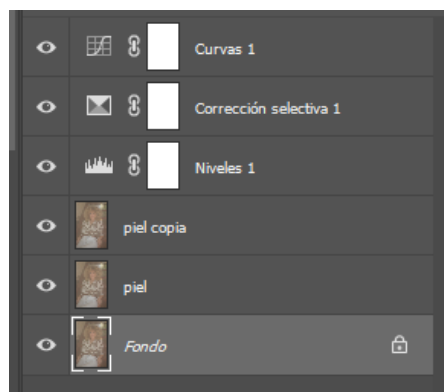




SET 2



Pasos empleados para llegar al resultado final:



1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 800 y velocidad 1/4000s.



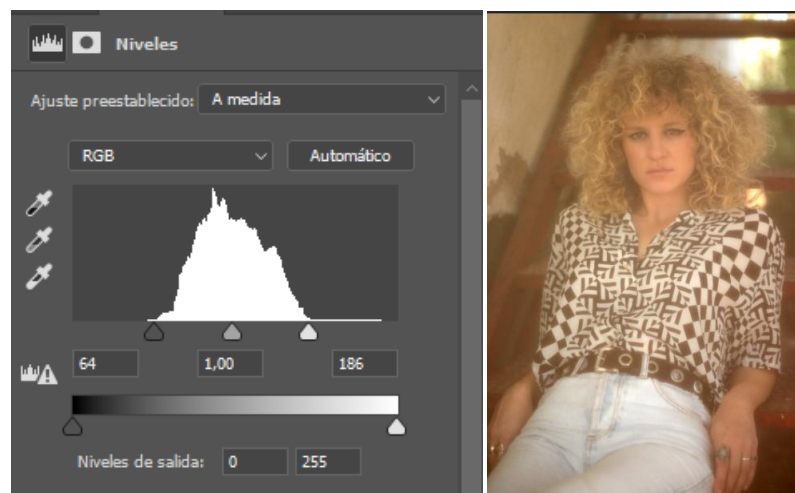
2) Capa *piel*: como la modelo tenía una pequeña herida sobre el labio, se ha usado la herramienta *parche* para eliminar ésta herida y otras pequeñas heridas.



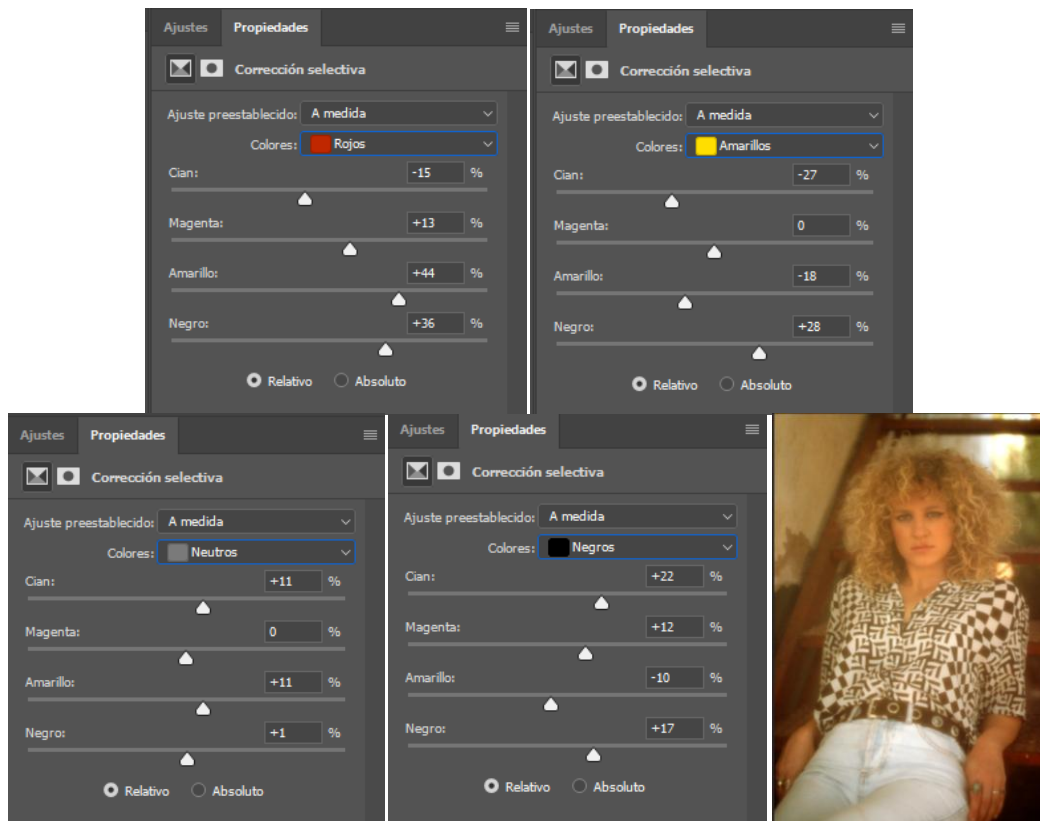
3) Capa *piel copia*: con el *tampón de clonar* se ha definido el delineado del ojo.



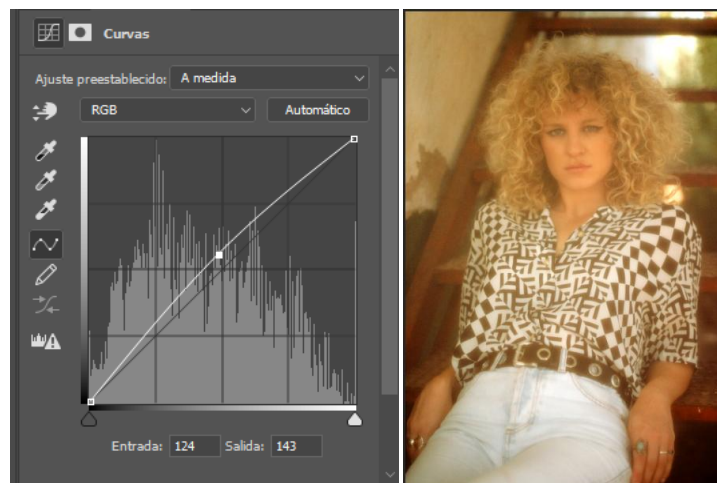
4) *Capa niveles*: debido a las características de luz en la localización donde se tomó la foto y los elementos empleados para aportar ruido y restar definición a la imagen, la imagen original carece de suficiente contraste. Al ajustar los niveles, aportamos los niveles de blancos y negros necesarios para aumentar el contraste y apreciar un rango de colores más amplio.



5) *Capa corrección selectiva*: para potenciar rojos, amarillos y negros.



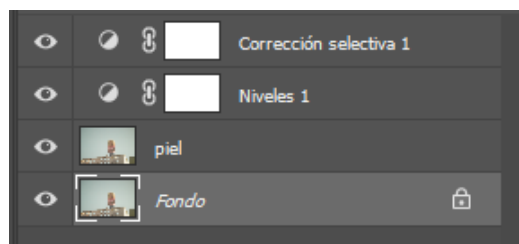
6) *Capa curvas*: último paso, para aumentar la luminosidad.



SET 3



La edición de esta foto está formada por estos pasos:



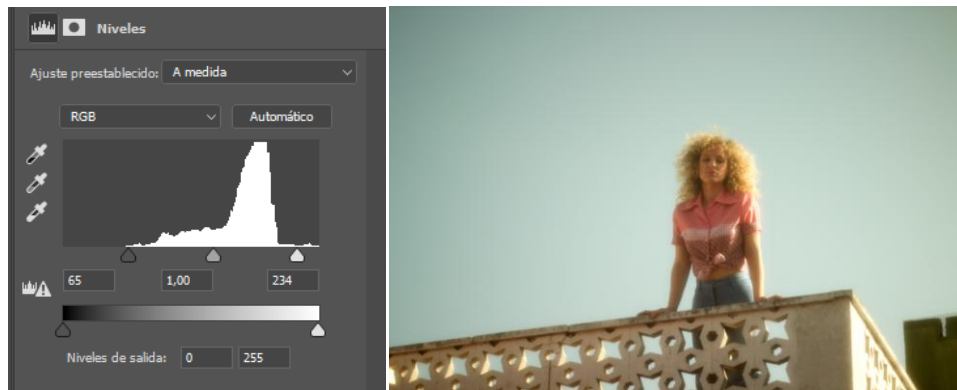
1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 100 y velocidad 1/4000s.



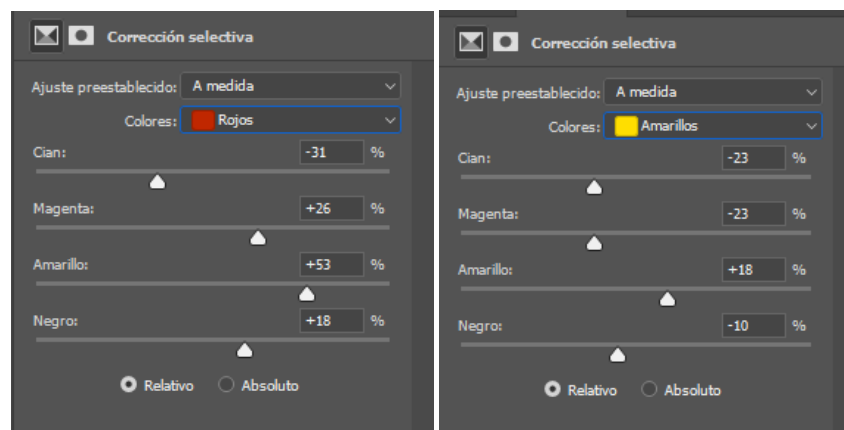
2) Capa *piel*: para borrar la herida del labio de la modelo y sombras indeseadas en el rostro provocadas por la fuerte incidencia del sol se ha empleado la herramienta *parche*.

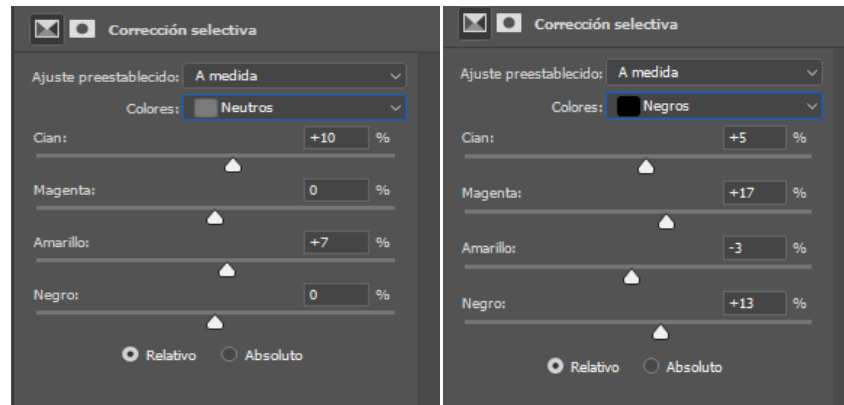


3) *Capa niveles*: para mejorar contraste, aumento la presencia de los negros.



4) *Capa corrección selectiva*: para aumentar la intensidad de rojos, amarillos y negros.

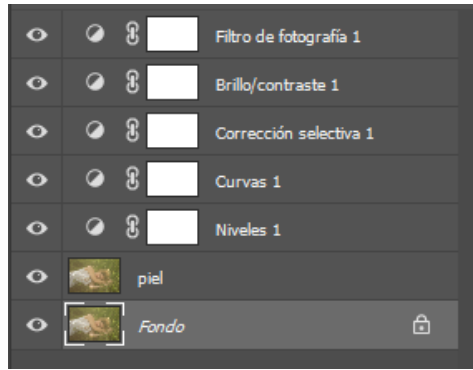




SET 4



Pasos seguidos para conseguir el resultado final:



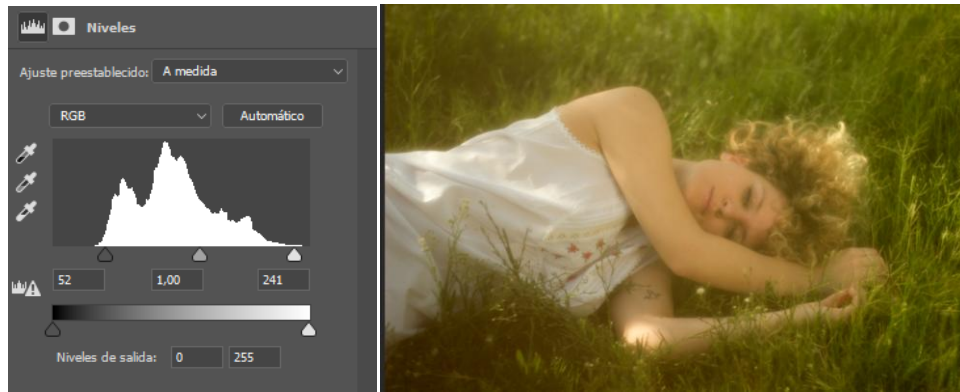
1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 160 y velocidad 1/4000s.



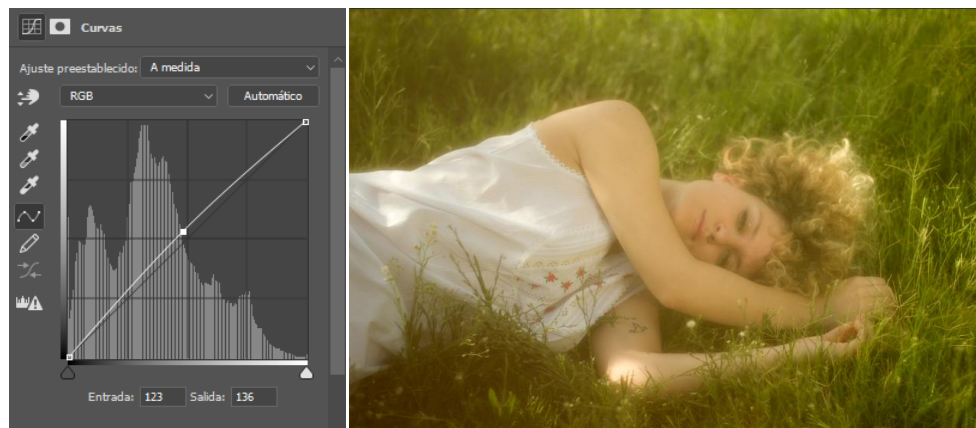
2) Capa *piel*: herramienta *parche* para eliminar la herida de la modelo sobre el labio.



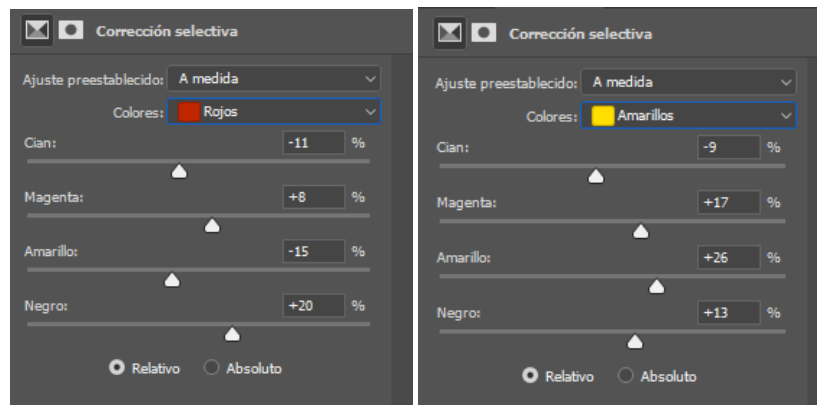
3) Capa *niveles*: destinada a potenciar los negros en la imagen.

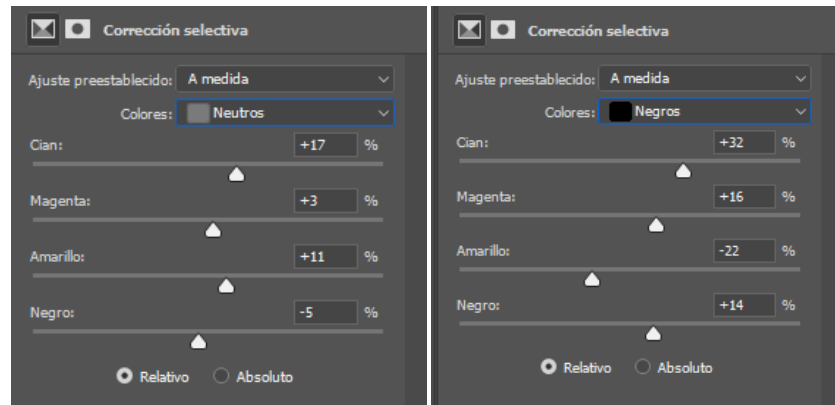


4) *Capa curvas*: para aumentar la luminosidad.

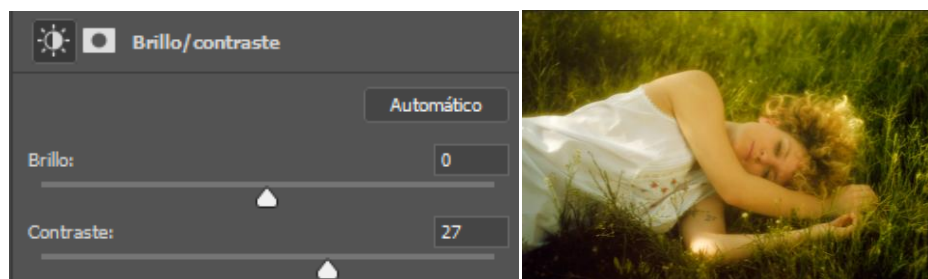


5) *Capa corrección selectiva*: mediante esta capa se han potenciado los tonos oscuros, verdes y amarillos.

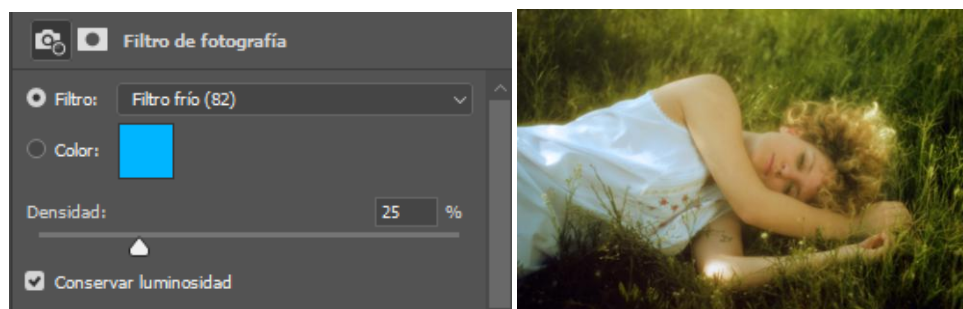




6) *Capa brillo/contraste*: para aumentar el contraste.



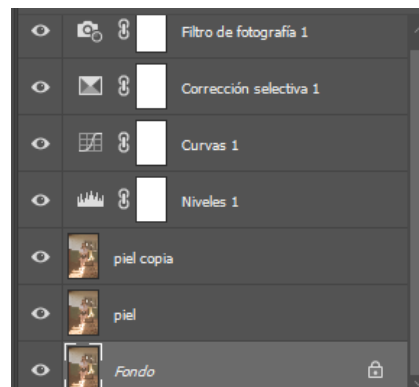
7) *Capa filtro de fotografía*: para matizar las tonalidades amarillas, he empleado un filtro frío con lo que restar esa calidez.



SET 5



Para conseguir este resultado, estos han sido los pasos seguidos:



1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 640 y velocidad 1/4000s.

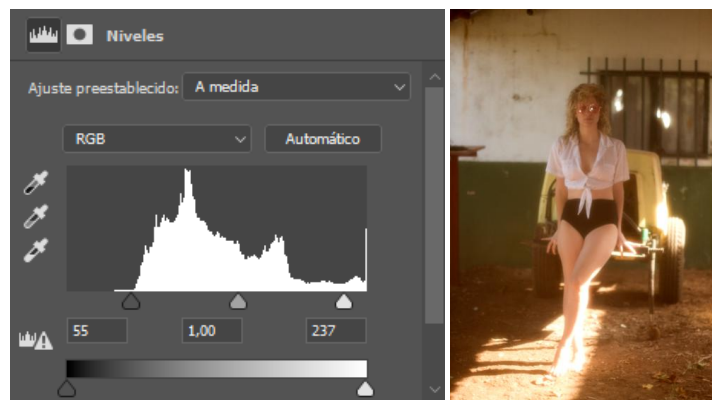


2) Capa *piel*: con la herramienta *parche* se ha borrado la herida del labio de la modelo.

3) Capa *piel copia*: con la misma herramienta se ha difuminado la forma de la ventana al fondo, pues me reflejaba tomando la foto.



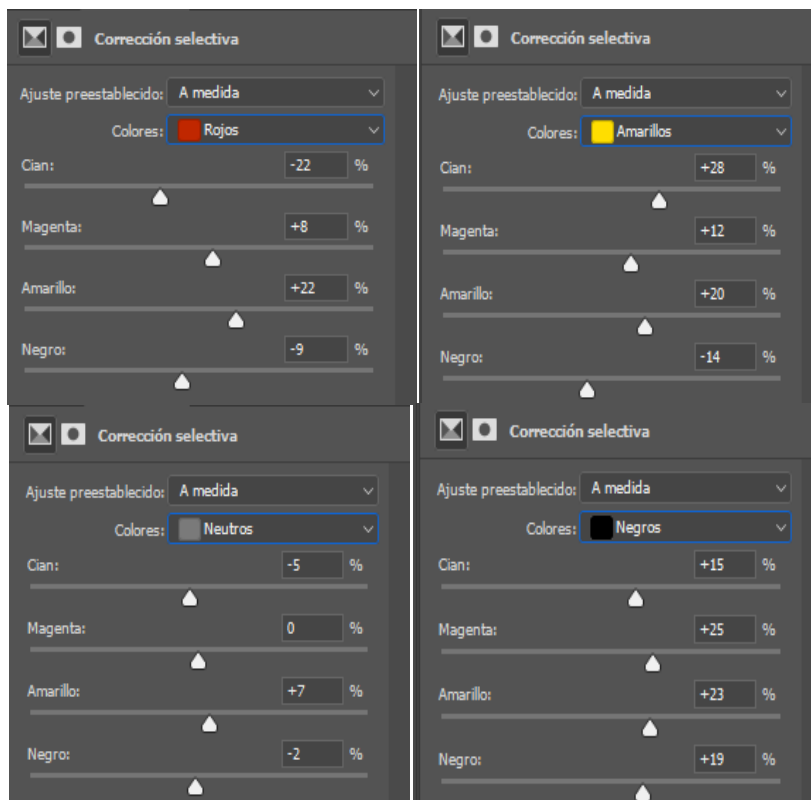
4) Capa *niveles*: ajuste de niveles para mejorar el contraste.



5) *Capa curvas*: para aumentar la luminosidad de la foto.

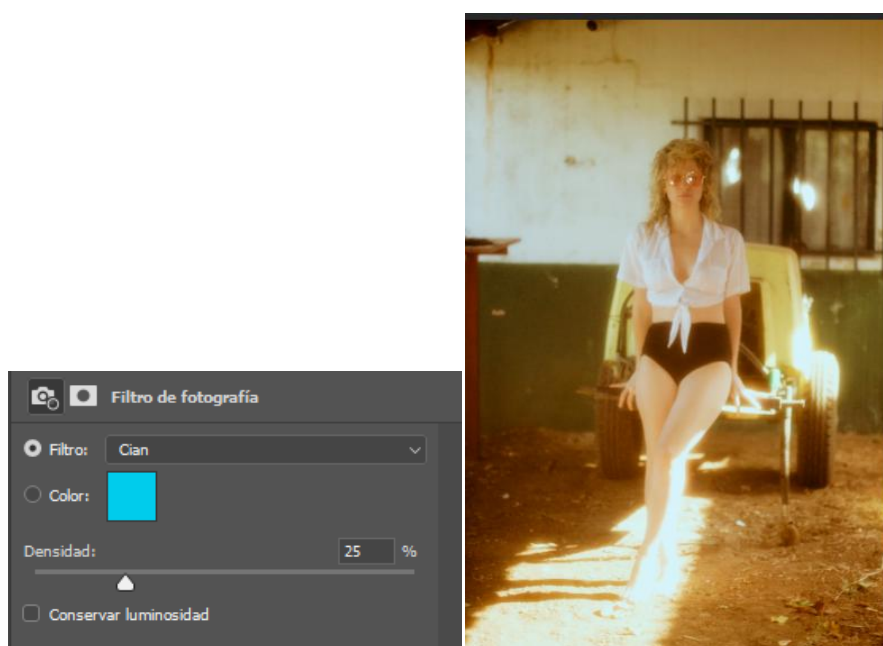


6) *Capa corrección selectiva*: ajustada para acentuar los rojos, amarillos, verdes y negros presentes en la imagen.





7) *Capa filtro de fotografía*: por último, y para matizar y suavizar la tonalidad cálida de la imagen, se ha aplicado un filtro cian.



VALORACIÓN DEL RESULTADO

Estoy particularmente satisfecha con el resultado de esta serie por diferentes motivos. Uno de ellos, es la modelo, que ha sido de gran ayuda además para encontrar la variedad de vestuario que se muestra y ha sabido darme con sus poses

exactamente lo que le pedía. Por su actitud tan colaborativa, conseguimos finalizar las fotos en pocas horas y con un resultado excelente.

De grandísima ayuda fue también la asistente que me ayudo con la iluminación, tan imprescindible en series como ésta, donde la iluminación es muy directa y crea sombras demasiado oscuras en las formas. Gracias a ella pude suavizar ese contraste de sombras e incluso iluminar de manera principal, como en el SET 3 donde la iluminación del sol nos llegaba a contraluz, siendo ella, sosteniendo el reflector, la encargada de iluminarle el rostro.

En definitiva, opino que con estas fotografías he conseguido crear la atmósfera que buscaba: granulosa, difusa y con la naturaleza y el sol como principales puntos. Utilizando estos elementos en beneficio de las imágenes.

Para completar esta serie, también tomé varias fotos con una cámara desechable analógica. Pero una vez reveladas, debido al mal estado en el que se encontraba el carrete, las imágenes no podían ser digitalizadas con una calidad que considerase óptima, por lo que han sido dejadas fuera de la serie.

MEMORIA DE PRODUCCIÓN: SERIE #006

MODELOS: Elena Arroyo, Serena Muñoz.

ASISTENTE: Andrea de la Torre.

LOCALIZACIÓN: apartamento, Parque de Castelar, ambos en Badajoz.

FECHA: 24/11/2017

ATTREZZO: sofá, cráneo.

VESTUARIO: usando una base común, se han empleado dos vestuarios diferentes para cada set, con pequeñas variaciones.

Elena:

- Set 1: vaquero negro y sudadera deportiva.
- Set 2: vaquero negro, jersey negro, botas y americana gris.

Serena:

- Set 1: vaquero azul, camiseta burdeos.
- Set 2: vaquero azul, jersey gris, botines negros y abrigo negro.

PELUQUERÍA: ambas llevan su pelo natural.

MAQUILLAJE: como en vestuario, se han empleado dos estilos diferentes.

Elena:

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier
- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Longlasting eye pencil. 01 Black Fever. Essence.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora
- Everlasting Liquid Lipstick. Vampira. Kat Von D. (Solo para el set 2)

Serena

- BB Cream Miracle Skin Perfect. Tono Claro. Garnier

- Polvos Compactos Matificantes All About Matt!. Essence.
- Eyebrow Sculpt Automatic Pencil. 06 Blackhaired. KIKO Milano.
- Máscara de pestañas Lash Plumper. Negro. Sephora
- Pintalabios crema nude mate. Primark

EQUIPO

- Canon 600D
- Objetivo 50mm F/ 1.4
- Cámara desechable.
- Reflector.

SOFTWARE DE EDICIÓN

- Adobe Photoshop CC 2017

CONCEPTO E INSPIRACIÓN



El objetivo de esta serie era conseguir la ausencia de edición fotográfica posterior (salvo la necesaria para los ajustes de color), la naturalidad y la combinación de las técnicas analógica y digital.

La serie se compone de imágenes en blanco y negro, en digital y analógico. Para conseguir esa naturalidad, vestuario, maquillaje y peluquería son sencillos y sin artificios. Las poses y los diferentes escenarios son espontáneos, sin ninguna preparación previa y luz natural salvo por el flash empleado en las fotos tomadas con la cámara desechable, sin más pretensión que la de mostrar el momento sin artificios.

Es la única de todas las series en la que las modelos fotografiadas son dos y no una. El motivo de utilizar a dos modelos fue la posibilidad de poder jugar con las interacciones entre ellas. Interacciones éstas de manera sutil e íntima, pero mostrando un vínculo entre ambas.

En cuanto a la edición posterior, ésta se ha limitado a pasar todas las imágenes digitales a blanco y negro y a editar ligeramente su color. Las modelos de las fotografías carecen de edición completamente en lo referente a la corrección de imperfecciones cutáneas y otras modificaciones corporales.

Todas las imágenes se han tomado con el diafragma abierto, ISO bajo y velocidades medias y altas.

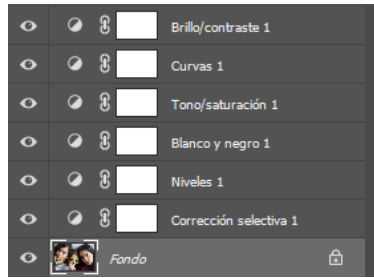
EDICIÓN

Como se refleja anteriormente, la edición se ha centrado en transformar las fotos a blanco y negro y alterar algunos valores para conseguir el efecto deseado, mientras que otras modificaciones comunes en la fotografía de moda, como aquellas relacionadas con la piel y las formas corporales, están ausentes en estas imágenes.

En esta ocasión, además del blanco y negro, se han modificado otros valores (como la luminosidad y el contraste) para conseguir contrastes que resalten el negro por encima de los demás y completar las imágenes con zonas planas de color, restando importancia a pequeños relieves y diferencias de color en la imagen.

Toda la serie ha recibido los mismos ajustes, porque lo que, a modo de ejemplo, mostraré con una imagen los pasos seguidos para conseguir el resultado deseado.

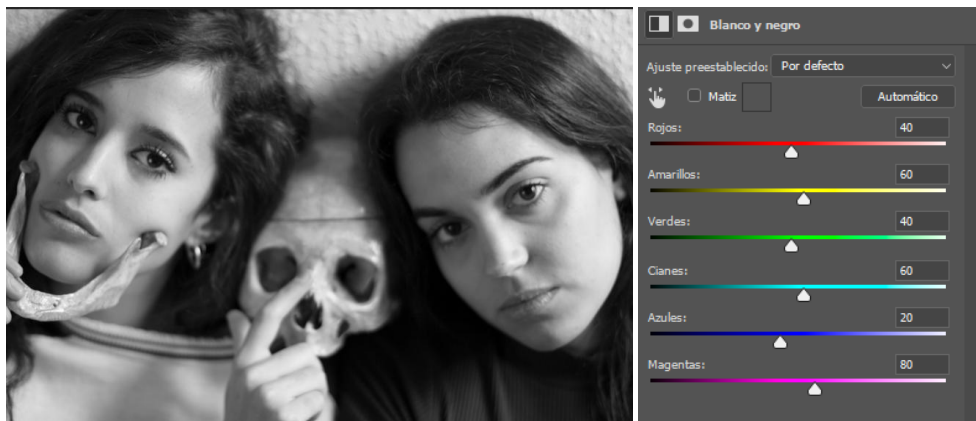




1) Capa *fondo*: imagen original. Tomada en formato RAW de Canon, distancia focal 50mm, diafragma f/ 1.4, ISO 200 y velocidad 1/60s.



2) Capa *blanco y negro*: en esta capa, se ha transformado la imagen en color a blanco y negro.



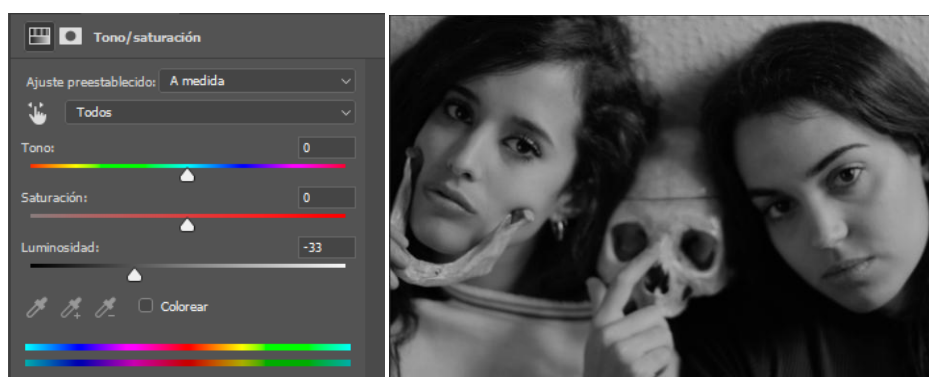
3) Capa *corrección selectiva*: ajustando los negros, se ha conseguido aumentar el contraste entre el negro y el resto de tonalidades claras de la imagen.



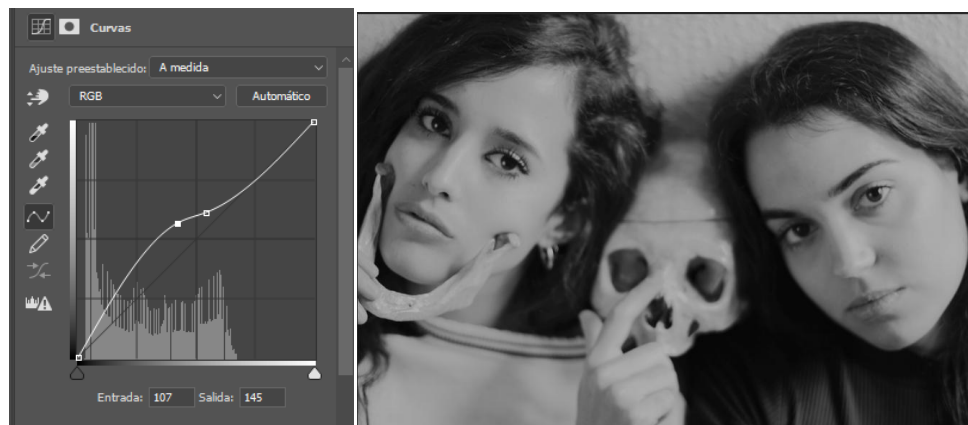
4) *Capa niveles*: ligero ajuste para dar más luminosidad a la imagen.



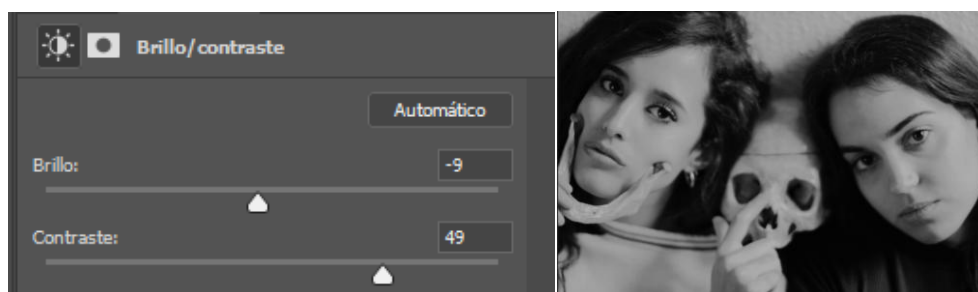
5) *Capa tono/saturación*: para conseguir una tonalidad grisácea general que aplane las superficies y los diferentes colores, se ha reducido la luminosidad de la imagen.



6) *Capa curvas*: al igual que la capa anterior, su objetivo es crear superficies planas de color, restar contraste y aportar luminosidad.



7) *Capa brillo/contraste*: por último, para potenciar los negros y evitar que la imagen presente solo diferentes tonalidades de gris.



VALORACIÓN DEL RESULTADO

Esta serie es, sin duda, la que más me ha obligado a salir de mi zona de confort y experimentar nuevas técnicas y maneras de fotografiar.

Es la primera vez que mi objeto a fotografiar han sido dos modelos y no una, lo que suma dificultad para conseguir un buen resultado deseado, pues debes tener el doble de aspectos a tener en cuenta. Ya no solo porque es más complicado conseguir que las dos personas salgan bien en la misma imagen, sino porque además tienes que conseguir que entre las dos personas haya química y no muestren signos de incomodidad entre ellas.

Además, es necesario hacer entender que deben ser generosos a la hora de posar en pareja, pues no se trata de conseguir buenas imágenes para cada uno, sino de conseguir una buena fotografía grupal.

Por suerte, las dos modelos utilizadas para esta serie han hecho el trabajo muy fácil, entendiendo los objetivos en pocas indicaciones y con rapidez.

Por otro lado, esta serie ha sido la primera en la que he fotografiado en analógico, a través de una cámara desechable. Debo decir que ha sido una sensación agradable el hecho de no tener segundas oportunidades y no poder revisar el resultado hasta una vez revelado el negativo. Esta técnica recoge la idea de capturar el momento, la crudeza, la naturalidad y la espontaneidad tan característica de un estilo como el “Heroin Chic” mejor que cualquier fotografía que puedas hacer con una cámara digital.

En definitiva, esta serie ha sido una buena manera de cerrar esta sucesión de series fotográficas donde he explorado diferentes técnicas, conceptos y maneras de entender ese estilo ecléctico que es el “Heroin Chic”.

CONCLUSIONES

Para mí, la parte más gratificante de este trabajo ha sido la elaboración de las fotografías. A lo largo de su proceso de producción he aprendido muchas cosas en poco tiempo. He conocido mejor mi manera de trabajar y me he ido acercando poco a poco a la creación de mi propio estilo.

Este trabajo me ha permitido también experimentar con diferentes técnicas, como es la fotografía analógica, jugar con la iluminación de diferentes colores para crear distintos ambientes o viajar a distintos exteriores y jugar con ellos para transformar una idea en realidad. Así mismo, he aprendido a trabajar con modelos diversas y saber adaptarme a las necesidades de cada una, según sus habilidades, para poder conseguir el resultado deseado.

Sin embargo, también he cometido errores que me han llevado a descartar series por no considerarlas de calidad suficiente, pero que me han enseñado dónde están mis límites y hasta dónde puedo llegar con el equipo fotográfico que poseo.

En definitiva, me ha ayudado enormemente a conocerme a mí misma como fotógrafa, a sacar a la luz los puntos fuertes y débiles de mi técnica y a ir conformando mi propio estilo, de manera más profesional.