

La fotografía de moda está consolidando su fuerza en el ámbito del arte contemporáneo, alcanzando precios récord en subastas y protagonizando importantes exposiciones históricas y actuales. En este contexto hemos elegido a un transgresor, el inglés Jim Lee, para la primera exposición de fotografía de moda en la Galería Moriarty. En concreto, la selección reunida bajo el título **69** que presenta imágenes y modelos de finales de los sesenta y principios de los setenta en plena efervescencia del "Swinging London". Lee ha expuesto en los últimos cuatro años en el Victoria & Albert Museum y en galerías de Milán, París, Nueva York y Moscú. **69** acaba de exponerse en la Hamiltons Gallery de Londres. El crítico de arte **Barry Schwabsky** en el último número de Mayo de la revista **Art Forum** se pregunta a propósito de esta serie de Jim Lee: ¿Puede la fotografía de moda ser verdaderamente radical o sólo radicalmente chic? Esta exposición nos da la respuesta.

Un artista tiene que tener algo de vagabundo y mucho de explorador. A esto, si hablamos de un fotógrafo, debemos añadirle una necesidad de observar, mirar, y modificar la realidad. Tiene que existir un deseo de desentrañar las imágenes que ante los demás pasan suavemente sin ser cuestionadas, una inevitabilidad en ese gesto que busca el doble fondo, lo escondido. Jim Lee pertenece a la raza de los vagabundos exploradores. A los 16 años dejó el colegio y se embarcó en busca de fortuna y aventuras a Australia; dos años después dejó ese país con la fortuna, las aventuras, y la formación recibida en el Webber Douglas School of Drama además de una cámara al cuello que ya no le abandonaría. De vuelta en Europa, se convirtió en uno de los fotógrafos de moda a tener en cuenta; Estableció una relación de colaboración permanente con la hoy gran gurú de la moda, Anna Wintour y la revista que dirige el Vogue en su versión estadounidense. Destacaba por el discurso, la capacidad narrativa de sus imágenes y la intensidad que imbuía a lo retratado. En ese momento comenzó a combinar su vocación por la fotografía con el desarrollo del mismo concepto en *spots* de publicidad, haciendo así un tratamiento completo para sus clientes. Esto implicaba la definición de un concepto que iba más allá de la moda y de la imagen. El ojo del fotógrafo definía la realidad a desear. Su pasión por el cine le ha llevado a involucrarse de lleno en proyectos como *Loosing Track*, *The Home Front* y *Hey Diddle Diddle*. En 2004 seis imágenes suyas formaron parte de la exposición *Ossie Clark* en el Victoria & Albert Museum y hoy forman parte ahora de su archivo. En septiembre de 2005 Nikon y London Fashion Week patrocinaron una exposición dedicada a la primera etapa de su carrera (1968-1978) bajo el nombre *Eye for Images*. El éxito ha obligado la itinerancia de la muestra, a Milan, París, Nueva York y Moscú. Hamiltons Gallery le representa en la actualidad, y el Victoria & Albert acaba de comprar

diez imágenes más del fotógrafo para sus archivos. Es su primera exposición en Madrid.

editorials: yves saint laurent · valentino · gianni versace · commes des garçons · paul smith · katherine hammet · french connection · joseph · alexander moqueen · zandra rhodes · ossie clark · issey miyake · harpers/anna wintour ·  
vogue · nova · elle · viva · sunday times · deliciae vitae ·

<b>Credits</b>	
<b>Editorials</b>	<b>Advertising</b>
Yves Saint Laurent	Elizabeth Arden
Valentino	Coca Cola
Gianni Versace	Dunhill
Comme des Garçons	Guinness
Paul Smith	British Airways
Katherine Hamnett	American Express
French Connection	Visa Card
Joseph	Esso
Alexander McQueen	Shell Oil
Zandra Rhodes	BMW
Ossie Clark	Lindt
Issey Miyake	Saab
Harpers/ Anna Wintour	Levi's
Vogue	Johnnie Walker
Nova	Selfridges
Elle	Austin Reed
Viva	Aquascutum
Sunday Times	Saks 5th Avenue
Deliciae Vitae	Bloomingdales