

CENTRO
DE LA
IMAGEN
025





Portada: Autorretrato, 1939; esta página: Familia, 1946 y Vodka Smirnoff, 1968; página siguiente: Arabella Árbens para Viceroy, 1972. Las imágenes aquí publicadas son autoría de Tufic Yazbek y cortesía de la Colección Familia Yazbek, salvo cuando se indique lo contrario.





tufic yazbek

PRESENCIA SINGULAR

La primera década del siglo xx tuvo en México una heterogénea genealogía de fotógrafos que no sólo ayudaron a construir la identidad nacional, sino que nos heredaron un rico y complejo imaginario colectivo que definió en muchos sentidos nuestra educación visual y la forma en la que consumimos imágenes actualmente. Dentro de este universo existen verdaderos maestros de la lente como el cineasta y fotógrafo Tufic Yazbek (1917-1979), cuya obra fue consumida masivamente en su época, pero que tras su muerte cayó injustamente en el olvido.

Innovador en diversas técnicas de estudio aprendidas en Hollywood, Yazbek fue uno de los pioneros de lo que hoy se conoce como fotografía de moda o publicitaria, además de que su estrecho vínculo con la cinematografía lo convirtió en uno de los fotógrafos de cabecera de los ídolos del cine de oro mexicano, como Dolores del Río, Pedro Armendáriz, María Felix, Pedro Infante, Emilio *El Indio* Fernández o los hermanos Soler.

El legado de Yazbek ha sido celosamente resguardado por sus hijos, quienes actualmente trabajan en el estudio y conservación de un archivo compuesto por más de cinco mil imágenes de su vida personal, familiar, obra temprana, retrato de estrellas del cine, moda, publicidad y cinematografía. Dentro del acervo encontramos también cientos de pruebas y descartes, así como negativos e impresiones del proceso, que hoy adquieren otra dimensión que nos permite conocer a profundidad el trabajo de uno de los fotógrafos más prolíficos y creativos de su generación.

La presente selección de obra no aspira a ser una muestra exhaustiva o retrospectiva de Yazbek, ya que para ello aún se requiere un largo trabajo de investigación interdisciplinaria que posibilite una revisión amplia de su archivo y las repercusiones sociales y culturales que tuvo

su trabajo en la construcción de un imaginario colectivo. Lo que sí ofrece esta exposición es una mirada focalizada a tres temáticas recurrentes dentro de su producción: el retrato de estudio, la fotografía publicitaria y las imágenes de viaje o vida cotidiana. A partir de estos tres ejes se ofrece un panorama que introduce con solvencia al espectador en el universo visual de Yazbek, a la vez que despliega un cuadro muy puntual del proceso de consolidación del México moderno a mediados del siglo xx.

El retrato es central para acercarnos a la obra de Yazbek, pues es una de sus vertientes más conocidas debido a las numerosas tomas de este tipo que hizo de la élite del cine mexicano. Al mismo tiempo, fue uno de los trabajos que más lo acercaron a un público masivo, pues a su estudio llegaban centenares de clientes que buscaban ser fotografiados como sus ídolos de la pantalla grande. Las imágenes de personajes anónimos que posan igual que *la Doña* o *el Charro Cantor* son documentos invaluable para admirar la calidad y el detalle de este maestro de la lente.

La fotografía producida en estudio fue desarrollada por Yazbek en una época en la que nacía el prolífico mundo de la moda y el consumo de masas. Sus ingeniosas instalaciones y el eficiente uso del sistema *front projection*, con el cual producía fotos simulando cualquier escenario, lo convirtieron en el fotógrafo de cabecera de las principales marcas en el país. Esto le permitió retratar a las actrices y modelos más aclamadas de su época. De dicho trabajo destacan no sólo las fotografías terminadas para las campañas publicitarias, sino las numerosas pruebas, diagramas y descartes que se encuentran en el archivo y que nos abren una ventana a las entrañas de su proceso creativo.

La fotografía de viaje o vida cotidiana es otra ruta esencial dentro de la selección, ya que, como ocurre con la mayoría de los fotógrafos profesionales, la cámara se volvió para Yazbek una extensión de su cuerpo. Retrató con meticulosidad no sólo lo que hacía en su estudio, sino que aprehendió con la lente cualquier aspecto de su vida. Los años hicieron que afinara su ojo como productor de fotografías, pero sobre todo lo fueron educando en el interminable arte de capturar la realidad con luz.

Edgar Alejandro Hernández





Cerveza Superior, 1974

Verónica Castro para shampoo Splendor, 1974



cabellos
8000

SHAMPOO
SPLENDOR
con
aceite de almendras



De izquierda a derecha, de arriba a abajo: Pedro Infante, 1940; Martha Roth, 1958; Mauricio Garcés para camisas Manchester, 1970; Mujer no identificada, 1940; María Felix, 1940; Hombre no identificado, s.f.; Dolores del Río, 1944; Srta. Elio, 1944.





Farrah Fawcett para cerveza Superior, 1973



El caso de la Rubia Superior

La rubia que todos quieren

En el archivo del fotógrafo Tufic Yazbek son centenares las imágenes que permiten rastrear el nacimiento, desarrollo y consolidación de la campaña publicitaria que convocó a una decena de modelos y actrices, siempre de cabello rubio o castaño claro, a posar durante más de dos décadas para promocionar la cerveza Superior.

La actriz y modelo mexicana de origen judío Erna Marta Bauman (Ciudad de México, 1938) fue la primera Rubia Superior retratada por Yazbek. En el archivo se encuentra una imagen tomada en 1958 que resulta paradigmática, ya que ayudó a localizar la primera serie fotográfica en la que se conjuga una mujer rubia con el envase de la cerveza. Bauman ganó en 1956 el concurso de belleza Miss México, y dos años después conoció a Yazbek, quien la invitó como modelo para anunciar, entre otros productos, la cerveza Superior.

“La rubia Superior, la rubia que todos quieren” versa el *slogan* que durante años acompañó las campañas publicitarias. Sin embargo, en un inicio la frase promocional era: “Se vive mejor con cerveza clara Superior”, lo que demuestra que tanto el *slogan* como la producción tuvieron un largo y consistente proceso de transformación. Si bien hay una continuidad en el concepto, la producción de estas imágenes tuvo cambios importantes que fueron resultado de decisiones tomadas directamente por Yazbek, pero también de las convenciones sociales que imperaban a mediados del siglo xx.

Hay que ubicar el trabajo de Yazbek en un momento en el cual el desarrollo tecnológico de la fotografía y la impresión masiva a color vivían un auge, pero se mantenían en un circuito altamente especializado y no existía una industria que sostuviera grandes producciones fotográficas. Desde lo casero, el fotógrafo logró con mucho ingenio recrear todo tipo de escenarios que hoy pueden parecer muy elementales, pero que en su momento marcaban la pauta dentro de las campañas publicitarias. En sus imágenes encontramos lo mismo una cabina de avión que una fogata en la playa, un *ring* de box o una plaza de toros. El estudio fue su medio más prolífico y elaborado, pero siempre desde el cobijo de lo familiar.

Es justo esta peculiaridad tan íntima en la producción de Yazbek la que nos permite hoy identificar con precisión aquella imagen de Bauman. Sergio Yazbek, hijo del fotógrafo, reconoce al detalle la fotografía. No sólo porque se hizo en la sala de su apartamento, en la calle Varsovia de la Ciudad de México, sino porque él mismo aparece retratado con apenas tres años de edad. Hoy resulta difícil entender cómo esta imagen sirvió para vender cerveza en México en 1958. Así lo recuerda la propia Bauman: “¿Cómo pusieron a una niña de 18 años a anunciar cervezas? Todavía tenía la cara de niña, hasta parece que se me escurría la leche por la boca (risas)”?

Las imágenes que Bauman protagonizó para la marca Superior aparecieron de marzo de 1958 a enero de 1959 en la revista *Selecciones del Reader's*



Digest. Cada mes, dentro de los anuncios incluidos en la publicación, se podía encontrar una imagen firmada por T. Yazbek bajo el lema: “Se vive mejor con cerveza Superior”. En el número de marzo de 1958, Bauman aparece al centro del encuadre con un vestido largo color azul claro. La imagen se acompaña de un texto que explica la escena: una despedida de soltera en la que la única mujer rubia es Bauman, el resto de los personajes tienen el pelo negro o castaño oscuro. Todo transcurre en la sala de una casa y la única bebida presente es la cerveza Superior. El texto insiste en que se trata de una bebida familiar o para eventos hogareños. Aún no se asocia la palabra “rubia” con la cerveza ni con la modelo, pero la imagen es por demás elocuente al centrar toda la atención en Erna Marta Bauman.

La publicidad de Superior que aparece en el número de abril de 1958 de la revista podría considerarse un poco más atrevida, pero en esencia encontramos la misma construcción conservadora al reproducir un contexto familiar. En la imagen, Bauman aparece en la playa con un traje de baño completo, sosteniendo un envase de Superior, que

acaba de sacar de una hielera con el logo de la marca. Situaciones similares serán representadas en los meses siguientes, con variaciones en los escenarios (el bosque, la piscina, la sala de televisión, el restaurante, una trajinera en Xochimilco, la cocina o la barra de un bar), pero siempre se reitera en las imágenes y los textos que la cerveza es ideal para un ambiente familiar, sano y hogareño.

Dentro de esta serie de imágenes se produjo la fotografía encontrada en el archivo de Yazbek. Al compararla con la publicidad que aparece en agosto de 1958 en la revista *Selecciones del Reader's Digest*, vemos repetirse la misma escena, aunque algunos de sus integrantes toman otra posición y Sergio es sustituido por una niña de unos 10 años de edad.

En febrero de 1959 la campaña, cuyas fotos seguía firmando T. Yazbek, da un giro que seguramente pasó inadvertido, pero que fue crucial para su desarrollo y permanencia. Bauman es reemplazada por una modelo rubia de mayor edad y con una actitud sexualizada. Ya no se repite la escena de los amigos disfrutando sanamente de una cerveza, sino que ahora el personaje aparece en una situación romántica con un maquillaje recargado, ropa formal y elegante, un escote pronunciado, y en el texto, dedicado al día de los novios, se hace referencia a un momento agradable, donde está presente la cerveza clara Superior. Se omite la palabra familiar u hogareño y todo se concentra en brindar con satisfacción y deleite.

Fue durante la década de 1960 que la Rubia Superior cobró consistencia como personaje. Su construcción parte de un proceso de síntesis, donde los escenarios, personajes secundarios o historias que narra cada anuncio perdieron importancia. Sin grandes modificaciones, las imágenes se fueron reduciendo a retratos en *close up* de las modelos rubias sosteniendo junto a su rostro el envase de cerveza, acompañadas por el *slogan* “La rubia que todos quieren” o variantes como “La rubia de categoría”.

La campaña tuvo tal éxito que Yazbek no sólo logró contratar a un gran número de modelos mexicanas y extranjeras para promocionar la cerveza, sino que llegó a colaborar con estrellas de Hollywood como Farrah Fawcett, quien, cuando ya había debutado como actriz y estaba cerca de

protagonizar la serie *Charlie's Angels*, viajó a la Ciudad de México para ser retratada por Yazbek en su estudio de la colonia del Valle. Era el año de 1972. La sobriedad y eficiencia de la imagen muestran cómo, tras más de una década, la campaña publicitaria había sintetizado lo que catorce años atrás apenas esbozaron los retratos de Erna Marta Bauman. Farrah mira divertida a la cámara y ofrece una enorme sonrisa, al tiempo que con una mano se acomoda un poco su cabellera rubia y, con la otra, sostiene un envase de la cerveza Superior. El único elemento que completa la toma es una repisa blanca.

Otro caso que no se puede obviar, y que fue previo a Fawcett, es el de la actriz cubana Gina Romand, quien desde la década de 1960 posó para Yazbek en las campañas de la cerveza Superior y fue también una de las modelos que más se asoció con la marca. Su imagen, más vinculada al teatro de variedad o a las películas de ficheras, aparece no sólo en publicidad de medios impresos, sino que llegó a todo tipo de mercancía promocional que produjo la marca. Las imágenes resguardadas en su archivo dan cuenta de que Yazbek repitió esta fórmula, con ligeras variaciones, prácticamente hasta el día de su prematura muerte en 1979.

Puede parecer una obviedad, pero las modelos de cabello claro destacan en todas las campañas realizadas por Yazbek. Esto era una regla no escrita que se cumplía en prácticamente cualquier publicidad. “Todas eran rubias, en esos años no podía ser de otra manera”, explica Sergio Yazbek. Pero el asunto de fondo es que ese “no podía ser de otra manera” no es algo que pueda limitarse al trabajo de Yazbek o al desarrollo de la publicidad en México, sino que estamos ante un tema que ha definido el debate a lo largo de la historia de Occidente. Así lo explica Joanna Pitman:

Cada época ha rediseñado el cabello rubio a su propia imagen y lo ha investido con sus propias preocupaciones. La rubia se convirtió en un prejuicio en la Edad Media, una obsesión en el Renacimiento, una mística en la Inglaterra isabelina, un miedo mítico en el siglo XIX, una ideología en la década de 1930, una invitación sexual en la década de 1950 y una doctrina de fe a finales del siglo veinte. Su imagen distintiva de juventud, vitalidad y riqueza, construida durante

miles de años, se ha entretreído en los materiales más populares de la imaginación.³

Tanto Pitman como la escritora Jena Pitcott señalan que el cabello rubio se asocia con la juventud y por consiguiente con un cuerpo fértil, atributos gracias a los cuales se suele infantilizar a las mujeres. Quizás ahí se encuentre la raíz del prejuicio de que las mujeres rubias no son inteligentes.

En resumen, podemos decir que la exitosa publicidad de la Rubia Superior fue producto de un proceso de síntesis y del hecho de que tuvo la virtud de adaptarse a las convenciones y necesidades que imponía su época, así como a los cambios vertiginosos que ocurrieron en un periodo relativamente corto. La imagen familiar encarnada por Bauman rápidamente fue sustituida por modelos más producidas y sexualizadas —el caso más reconocible fue la cubana Gina Romand—, cuyas representaciones al final se fueron depurando para que sólo quedara el rostro de una modelo de cabello rubio al lado del envase y el *slogan* de la cerveza Superior. El resultado fue una campaña que logró fijarse en el inconsciente colectivo del mexicano.

El gran número de modelos nacionales y extranjeras que registra el archivo de Yazbek muestra que la producción de la Rubia Superior se estandarizó y al final el fotógrafo sólo la renovaba con rostros de perfiles diversos, que iban de las actrices famosas de Hollywood, como Fawcett, hasta las modelos que tuvieron sus cinco minutos de fama siendo parte de esta icónica campaña publicitaria.

Edgar Alejandro Hernández

1. El presente ensayo es una versión resumida de la conferencia *El caso de la Rubia Superior dentro del archivo Tufic Yazbek*, impartida el 27 de octubre de 2022 dentro de *Caleidoscopio: Moda, creación e identidad*, quinto ciclo del seminario permanente a distancia del Museo Universitario del Chopo.
2. Entrevista telefónica con el autor realizada el 21 de septiembre de 2022.
3. Joanna Pitman, *On Blondes*, Londres, Bloomsbury, 2003, p. 12.
4. Jena Pitcott, *Do Gentlemen Really Prefer Blondes?*, Nueva York, Delacorte Press, 2008, p. 102.

Imagen: Campaña de cerveza Superior realizada por Tufic Yazbek con la actriz Marta Erna Bauman, publicada en la revista *Selecciones del Reader's Digest*, febrero de 1958. Archivo Hemeroteca Nacional de México, UNAM.



Reflexiones sobre la obra temprana de mi padre

Sergio Yazbek

Me tomó muchos años acercarme a la obra fotográfica de mi padre, Tufic Yazbek. Principalmente porque había en mí una resistencia que surgía del dolor de haberlo perdido ya hacía tiempo; el encuentro con su archivo implicaba un nuevo brote de confrontación por su partida.

Un día tuve el valor y la energía de poner orden y cuidado en este magno fondo que recoge treinta años de producción de mi padre y comencé a trabajar pacientemente, revisando una infinidad de retratos y de publicidad. Después de algunos meses de hacer labores de selección y digitalización, apareció una caja amarilla de papel fotográfico Kodak que tenía escrita con su letra la frase “Negativos de 35 mm. Antiguas Tufic”. Al revisarla, descubrí cerca de cincuenta rollos hechos bola, algunos en botecitos metálicos Agfa, Kodak, etcétera. Cuando empecé a digitalizar este material, me di cuenta que se trataba del trabajo que realizó en la década de 1930, una mezcla de fotos familiares, de viajes, de amigos y novias, y ensayos de retratos. Esta suerte de diario visual, de sus años de juventud, nos ha producido una sorpresa formidable tanto a mí como a mis hermanos Mariana y Tufic.

Al transitar esta bitácora de imágenes, hemos reconocido a nuestro padre con una mirada nueva, personal y con un afecto indeleble que nos une internamente con este lado, un tanto desconocido, de su vida previa a la nuestra. Ha sido muy emocionante descubrirlo a través de su mirada, pues hay en ese trabajo una mezcla de aspectos íntimos, de un entrenamiento visual intenso que se mantuvo en proceso de maduración a lo largo de su vida, y de la necesidad de capturar momentos que tuvieron relevancia, con el objetivo de detener el tiempo. La entrega con la que realizó estas imágenes está manifiesta en la profundidad que expresan muchas de ellas. Los momentos capturados son honestos y con una intensidad poderosa, que expresa sin tapujos ni ornamentos las vivencias y situaciones significativas de su vida.





Mujer recostada, 1938
Silla eléctrica, 1939
Pelea de gallos, 1938
Disrupción, 1938
Salto al vacío, 1937



Tufic Yazbek

1915

La familia Yazbek Nader llega a México desde Beirut, Líbano, y se establece en el puerto de Tampico, Tamaulipas.

1917

Nace Tufic el 14 de octubre.

1924

La familia se muda brevemente a San Luis Potosí, donde Alfredo, el mayor de los siete hermanos, monta un estudio fotográfico. Tufic, de siete años, trabaja con él y se inicia en la fotografía.

1925

La familia se muda a la Ciudad de México. Tufic trabaja en el negocio familiar vendiendo *bloomers* en La Merced.

1930

Alfredo Yazbek monta su estudio en la Ciudad de México, en donde hace retrato de estudio a actores, actrices y público en general.

1932

Tufic ingresa a la Escuela Libre de Escultura y Talla Directa (hoy Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”), que abandona al poco tiempo.

1935

Los dos hermanos, Alfredo y Tufic, comparten estudio fotográfico.

1938

Reside en el estudio de George Hurrell, ubicado en Sunset Boulevard, en Los Ángeles, California. Ahí aprende la forma de trabajo de este gran fotógrafo quien, en pleno auge de su carrera, retrata a muchas estrellas cinematográficas de Hollywood.

1939

Participa en la filmación de *Rebecca*, de Alfred Hitchcock. El rodaje tiene lugar en Culver City Studios y en locaciones en California, así como en varios sets de grandes producciones cinematográficas de la época.

1941

Instala su estudio en el centro de la Ciudad de México, ubicado en un inicio en la calle de Independencia. Dos años más tarde es trasladado a la calle de 5 de febrero y, por último, llega a la calle de 20 de noviembre. Continúa produciendo principalmente retratos e incursiona esporádicamente en la publicidad.

1949

Incursiona en el cine como director de fotografía en dos filmes familiares: *Cuatro vidas*, dirigida por José Giacardi, y *El quiromántico*, dirigida por José Yazbek. Estas películas también fueron las primeras apariciones cinematográficas del actor Mauricio Garcés (Mauricio Feres Yazbek), sobrino de Tufic.

1953

Colabora como fotógrafo en la película *La red*, dirigida por Emilio El Indio Fernández, que se hizo acreedora a la Palma de Oro del Festival de Cannes por mejor fotografía, a cargo de Alex Phillips.

1959

Termina de construir su propio estudio en la calle de Ángel Urraza, en la colonia Insurgentes San Borja.

1960

Se dedica de lleno a la publicidad y abandona casi por completo el retrato.

1964

Precursor en la implementación del sistema de *front projection*, avance tecnológico que permitía producir fotos en estudio simulando cualquier escenario. Algo que resultaba extraordinario para su época.

1979

El 11 de noviembre muere en Avándaro, Estado de México, a los 62 años de edad.



Páginas anteriores: Revlon, 1968 ; esta página: Orange Crush, 1962 ; contraportada: Zaida Fuentes para Elizabeth Arden, 1971.

tufic yazbek

PRESENCIA SINGULAR

abril – julio de 2023

SECRETARÍA DE CULTURA

Alejandra Frausto Guerrero
Secretaria de Cultura

Marina Núñez Bepalova
Subsecretaria de Desarrollo Cultural

Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social

CENTRO DE LA IMAGEN

Johan Trujillo Argüelles
Directora

Edgar Alejandro Hernández
Concepto curatorial

Mariana Yazbek
Sergio Yazbek
Edgar Alejandro Hernández
Investigación

Agradecimientos Institución

Fototeca de Nuevo León

Particulares

Mike Counahan
Pilar Goutas
Gerardo González

© 2023, Secretaría de Cultura/
Centro de la Imagen

Centro de la Imagen
Plaza de la Ciudadela 2
Centro Histórico, Cuauhtémoc
06040 Ciudad de México, México
Tel. + 52 4155 0850
ci.cultura.gob.mx

 centrodelaimagen.mx

 @cimagen

 @cimagen





CULTURA

SECRETARÍA DE CULTURA