

TENDENCIAS

Hari Nef, el transexual que está revolucionando el mundo de la imagen

El Ciudadano · 19 de agosto de 2015



Es el primer modelo transgénero que ha firmado con la agencia IMG y actualmente rueda la segunda temporada de la serie de Amazon «Transparent»



Hari Nef (a la derecha) en la nueva campaña de &Other Stories

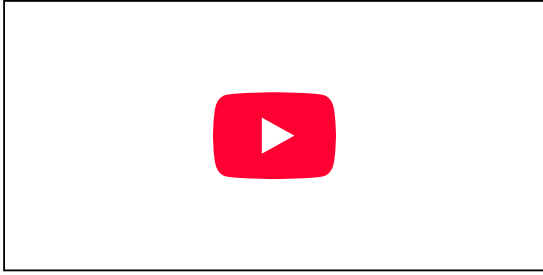
“Todos somos conscientes de los progresos que están logrando gays y lesbianas en lo que respecta al matrimonio, pero parece que la T de las siglas LGBT se está quedando un poco atrás”. Hace poco más de un año, Barney’s, el famoso centro comercial neoyorquino, emitía un comunicado para explicar por qué su nueva campaña global (titulada ‘Hermanos, hermanas, hijos e hijas’ y fotografiada nada menos que por Bruce Weber) estaba protagonizada por 17 modelos transexuales. Aquellas imágenes abrieron el camino hacia la visibilización (y normalización) de todas esas personas que, desde siempre, han estado asociadas a la vertiente más kitsch e histriónica del mundo del espectáculo. Porque, sí, existen RuPaul o Amanda Lepore, pero también la actriz Laverne Cox o la modelo Lea T. Y, por supuesto, hay vida más allá de Caitlyn Jenner.

Basta con echarle un vistazo a la última campaña de **&Other Stories**, la marca hermana de H&M, para darse cuenta de que la moda está abriéndose por fin a la diversidad y a los códigos no binarios. Fotografiada por la fotógrafa transgénero Amos Mac, vestida por la estilista transgénero Love Bailey, maquillada por la maquilladora transgénero Nina Poon y protagonizada por Valentijn de Hingh y Hari Nef; las primeras modelos transexuales que han firmado (en sus sucursales de París y Nueva York, respectivamente) por IMG, la agencia de modelos más prestigiosa del mundo. Ambas son, además, activistas por los derechos LGBT y ambas se encuentran en pleno proceso de transición hormonal. “A veces, para difundir un mensaje político, puede ser necesario el apoyo de una marca comercial. Pero me preocupa que esto sea visto como algo pasajero, que esto sea visto como una moda y desaparezca en dos temporadas”, ha comentado de Hingh con respecto a su participación en la publicidad del gigante sueco. Lo cierto es que, pese a adorar el extremismo y la diferencia, la industria de la moda no ha abrazado la fluidez de género hasta hace muy poco tiempo sueco.

Lo cierto es que, pese a adorar el extremismo y la diferencia, la moda no ha abrazado la fluidez de género hasta hace muy poco. Con excepción de Lea T, musa de Givenchy y hoy imagen de la firma cosmética RedKen, en cuestiones identitarias, esta industria ha preferido la apariencia a la realidad: Stav Starshko, pese a desfilarse en pasarelas femeninas, es un hombre; Casey Legler es una mujer y Andréja Pejic se ha sometido al cambio hace escasamente un año. La fama le llegó cuando se llamaba Andrej y se declaraba hombre.

Junto a la actriz Gaby Hoffman en el rodaje de 'Transparento

Sin embargo, la fugaz popularidad que está alcanzando Hari Nef, la segunda de a bordo en esta campaña, hace presagiar un cambio de paradigma. Tras ser descubierta en un desfile de Hood by Air el año pasado, la modelo ha protagonizado un vídeo de The Drums, una campaña filmada para Selfridges y hasta ha sido elegida por la revista *Dazed and Confused* uno de los cien personajes más influyentes de la moda actual. Ahora se prepara para dar el salto a la tele participando en la segunda temporada de *Transparent*, la serie de Amazon que trata, precisamente, del proceso de cambio de género al que se somete un padre de familia.



Lo curioso (o lo que debería ser especialmente relevante) del caso de Hari Nef no es su transexualidad, sino el hecho de que la modelo se declara fluída; es decir, no sometida a la identidad masculina ni femenina. Basta con ver su cuenta de Instagram o su perfil de Tumblr para comprobar que su fama viene, quizá, de saber apropiarse de atributos estéticos de ambos géneros y fusionarlos hasta crear una identidad radicalmente individualista.»Lo que me atrae de la moda son las posibilidades que brinda para construir, reconstruir y deconstruir las visiones normativas», declaró hace poco en la revista [The Coveteur](#). Y si una enseña tan masiva como H&M la ha elegido por estos atributos, es que al cánón hombre-mujer pueden quedarle los días contados. Al menos, encima de una pasarela.

Fuente: [Tentaciones](#)

Fuente: [El Ciudadano](#)