
Resumen: El presente ensayo aborda el tema de la imagen y la vestimenta como parte del proceso de construcción por parte de quien compone el relato cinematográfico. La que sigue es una investigación del proceso, que incluye la mirada del reconocido Director de cine argentino Marcelo Piñeyro y de Cecilia Carini, una talentosa diseñadora de vestuario, quien trabajó en dos de sus películas más reconocidas: *Plata Quemada* (2000) y *Cenizas del Paraíso* (1997). Ambos films galardonados con numerosos premios internacionales. Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de noviembre y diciembre de 2012, por la autora del presente artículo. Ensoñación y ropaje confluyen en el imaginario del espectador.

Palabras clave: cine - espectador - imaginario - moda - narración - vestuario.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 98]

(*) Doctora en Comunicación Social y Licenciada en Publicidad (USAL). Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación, integrante del Equipo de Evaluación de Proyectos de Graduación y miembro del Comité de Posgrado y del Doctorado en Diseño. Profesora en el Doctorado en Diseño en la Universidad de Palermo. Es Profesora Titular de Marketing de la Moda y Sociología de la Moda y ha sido Profesora Titular de Posgrado en otras Instituciones. Es Miembro del Comité Editorial de la Revista ZoneModa Journal, Università di Bologna, Italia, desde julio de 2013.

La vestimenta en el cine como relato

Mucho se ha discutido acerca del discurso indumentario. ¿Es comunicación? ¿Cuál es su papel en el cine? ¿Cómo su diseño, más allá del específico de época, provoca el imaginario de quien lo viste y de quien observa?

¿Hasta que punto el ropaje viene a definir un momento, un personaje, una historia? ¿Puede la vestimenta llegar a ser determinante, no sólo en la historia que se quiere contar (ficticia ó no) y al mismo tiempo influir en el imaginario del espectador?

“Todo objeto es en sí mismo un discurso” (Aumont et al., 2008, p. 90). Para comprobarlo, basta con observar –aseveran los autores– cualquier fotografía: mirarla ya implica leer una historia que el mismo retrato cuenta. En el cine –las imágenes en movimiento al contener en su misma esencia tiempo y narración de modo más obvio que en una quieta– el discurso es más evidente.

El cine es en sí mismo relato, y para él contribuyen todos los aspectos que lo conforman, tanto aquellos que construyen lo estrictamente narrativo como los específicamente técnicos.

Narrar consiste en relatar un acontecimiento, real o imaginario. Esto implica por lo menos dos cosas: en primer lugar, que el desarrollo de la historia se deje a la discreción del que la cuenta y que pueda utilizar un determinado número de trucos para conseguir sus efectos; en segundo lugar, que la historia tenga un desarrollo reglamentado a la vez por el narrador y por los modelos en los que se conforma (Aumont et al., 2008, p. 92).

La vestimenta de los personajes es uno de los aspectos narrativos del film que contribuye a otorgar dramatismo al discurso no proclamado en boca de los personajes. Refiere a su psicología, personalidad y contribuye de modo más o menos fidedigno a la historia que se pretende contar.

La imagen del intérprete es un delicado proceso de construcción por parte de quien compone el relato y al mismo tiempo de comprensión por parte del espectador. Es uno de los tantos “trucos” del que se vale quien relata para lograr ciertos efectos en el espectador.

La que sigue es una investigación del proceso, que incluye las miradas del reconocido Director de cine argentino Marcelo Piñeyro y la de Cecilia Carini, una talentosa diseñadora de vestuario, quien trabajó en dos de sus películas más reconocidas. Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de noviembre y diciembre de 2012, por la autora del presente artículo.

Marcelo Piñeyro

Marcelo Piñeyro fue galardonado con numerosos premios desde sus inicios como director y guionista. Su primer éxito de taquilla fue *Tango Feroz - La Leyenda de Tanguito*. Acusa en su haber 21 en casi todas sus películas (entre otros, dos Premio Goya, dos Cónдор de Plata y varios de Festivales de Cine Latinoamericano). Inició su carrera cinematográfica como Director de Producción en el año 1985 para *La Historia Oficial* de Luis Puenzo (ganadora de un Oscar de la Academia de Hollywood). Dirigió: *Tango Feroz* (1993), *Caballos Salvajes* (1995) *Cenizas del Paraíso* (1997), *Plata Quemada* (2000), *Kamchatka* (2002), *El Método* (2005) y *Las Viudas de los Jueves* (2005) Además, fue guionista de varias de ellas: *Tango Feroz*, *Caballos Salvajes*, *Cenizas del Paraíso Plata Quemada* (junto con Marcelo Figueras) y *El Método*.

De imaginarios, personajes y moda en el cine

Para este director la indumentaria de un personaje tiene relación directa con los aspectos narrativos. Sostiene que es el modo en que el público puede ver al personaje de determinada manera y que lo reconozca no solo dentro de un nivel social sino que además, le permita evidenciar sus características particulares más allá de las puramente psicológicas. El tema del vestuario involucra también carices narrativos, es decir, no son independientes de la historia que se está construyendo, significa contar acerca de un personaje.

Piñeyro afirma que en ocasiones, y en ese sentido, la moda es un aspecto significativo, y que juega tanto a favor como en contra, ya que puede contribuir con el armado del personaje que se pretende contar. En ocasiones, la moda también sirve en aspectos que tienen relación y contribuye a la construcción general de una época determinada. Es decir, para especificar aquello que hace al relato en general y a cómo se quiere narrar el contexto.

El director lo ejemplifica del siguiente modo:

—Si querés hacer una película que va a transcurrir a comienzos de los años sesenta cuando los sesenta eran todavía los cincuenta, cuando todavía había toques de la década anterior, hay una manera para trabajarlo que implica una construcción hiperrealista. Esto es: ir a archivos y fijarse exactamente como se vestía la gente. Es un modo. Pero otras veces, lo que se pretende es subrayar más; es decir, reconstruirla a partir del imaginario de lo que queda de ella. También se puede recurrir como fuentes de investigación a otras que ya tenían un proceso de estilización sobre la época y que si bien no eran una foto directa de ese tiempo, tenían una creación sobre ella y, en ocasiones, son del mismo presente de ese período.

O sea, si quiero hacer una película del año 1964, voy a encontrar que hay cine de ese período, revistas de moda de la época que tienen una mirada sobre ésta pero ya estilizada, no documental. Se puede también partir de esos elementos para construir tu propia estilización de ese período. A veces la estilización te importa que esté adelante porque tiene que ver con la narración que estás armando y otras necesitás lo contrario: que esté totalmente detrás, que no sea para nada evidente, que permanezca muy sumergida y darle a la película un aspecto (por decirlo de alguna manera) más documental en el sentido de cómo has realizado la construcción, la reinención de la época. Pero siempre, y en definitiva, lo que se pone en el cuadro es una reinención, ya que nunca es la realidad aunque estés filmando un documental. Es siempre una representación de la realidad. Mucho más con el cine de ficción. Es claramente una representación de la realidad donde vos construís cada uno de los elementos que colocás en el cuadro y esos elementos, como el de la vestimenta, no es un factor menor porque ella te está contando lo que ese personaje ha elegido vestir.

MV: —La vestimenta, ¿es comunicación?

MP: —Absolutamente. Es relato, es narración pura. No es lo mismo decidir que un personaje esté vestido de una manera que de otra. Porque aunque uno lo haga con el nivel de conciencia cero y realmente le ponga lo primero que encuentre, el espectador al ver la película va a estar decodificando.

MV: –El proceso de identificación del espectador con el personaje, ¿tiene que ver con su vestuario?

MP: –A veces hay procesos de identificación y otras no los hay, pero de igual forma existen procesos de reconocimiento. Más que de identificación yo te diría de comprensión o de deconstrucción del personaje para volver a construirlo. El estudio de la ropa es un elemento más, no es el único. Y cuando la ropa está trabajando en contra de la construcción del personaje que se pretende dar, es necesario superarlo. Y el espectador tiene también que hacerlo. Porque la vestimenta da información. Es decir, uno, inevitablemente ante imágenes tiene una lectura que la da el ver cómo están vestidos los personajes y si esa lectura va en la dirección de lo que se le quiere remitir a la imagen del personaje, ayuda. Cuando está hecho con conciencia a veces dificulta. En ocasiones, se puede trabajar para que la ropa oculte, disimule o exponga. Son elecciones que tienen que ver con lo que se pretende contar.

En el caso de *Las Viudas de los Jueves* como en *El Método* eran elecciones más obvias. En *El Método* era toda ropa de diseño: de marcas como Armani, etc. Los personajes eran como escaparates, como vidrieras realmente. No fueron esponsoradas por diseñadores, sino hechas por diseñadores pero elegidas por nosotros. Porque eran personajes que compraban la ropa hecha en un negocio caro. Tiene que ver con cómo se presentan ellos: usaban trajes de 3000 euros. En las figuras femeninas se podía jugar con el color más que en los hombres.

MV: –En *El Método* cuando se produce el intercambio de las camisas en el baño. ¿Fue azarosa la elección del azul claro y el oscuro?

MP: –No, no fue para nada azarosa. Menos en una película como *El Método* donde los personajes visten la misma ropa durante todo el film. Nada estuvo librado al azar, ni las medias. La única nota de color era un top rojo que tenía la mujer de mayor edad, que jugaba esta cosa de la atracción sexual en el trabajo mientras la otra, la más joven tenía una competencia más en plano. Eso se ve claramente cuando el tipo mayor también quería correr a la más joven por ahí, ella iba también por ese lado, pero no de manera femenina, sino de modo masculino. Es decir, más fuerte.

Allí se contaban muchas cosas y también tenía que ver con el rol de la mujer en el mundo laboral. Y como generacionalmente ellas tenían cosas distintas. La mayor y su generación todavía, con esta cosa de la atracción sexual que la jugaba en el trabajo. Y el top rojo tenía que ver con buscar el atractivo por ahí. Y justamente el tipo joven la destruía diciendo que era una persona vieja. Pero en cada elemento de la ropa, como en cada uno de los objetos de decoración, de utilería estaba todo perfectamente pensado. Era una película muy minimalista por ende, cada elemento estaba pensado y diseñado para la película.

Pero de pronto pienso en películas como *Plata Quemada*, donde el tema del vestuario era sumamente importante, pero al haber una época y querer contarla de determinada manera y el poner a nuestros protagonistas como recortados en esa época que eran los 60 pero cuando todavía eran una continuidad de los 50... Ponerlos como algo más *hipster*, es

decir para que se los viera como algo más moderno que su contexto, todo ese trabajo de cómo vestirlos, como moverse, todo fue muy pensado con un objetivo determinado que tenía que ver con el relato.

MV: –¿Y en *Cenizas del Paraíso*?

MP: –En los personajes masculinos la vestimenta sí tienen un nivel social muy claro, son los tres muy diferentes entre sí y cada cual tenía que ver con su rol. En ellos había una elección más conservadora de la ropa, en como serían estos chicos. Mientras que en la protagonista –que es del mismo sector social– se evidencia en su vestuario que es de un ascenso social más rápido, se muestran estos sectores que subieron de algún modo rápidamente desde la dictadura para acá y particularmente durante el menemismo.

En ella también había una cosa de la moda del momento de ese sector social, pero dos puntos más arriba, más subrayada, más trabajada. No porque fuese una mujer, sino por las características del personaje. Para el vestuario de ella (Ana) se llamó a una diseñadora de modas. Mientras que para todo el resto de la película se llamó a una diseñadora de cine. Si bien trabajaron en conjunto porque la responsabilidad final estaba en la diseñadora de cine, se la convocó porque una diseñadora de modas tiene necesariamente cierto tipo de información, relacionada con esa cuestión de la moda, de mirar más adelante. No era ropa comprada, fue toda diseñada y creada especialmente para la película.

MV: –¿En qué se diferencia la formación de una diseñadora de moda y una de vestuario?

MP: –Por ejemplo, y tomando el caso de Ana, la protagonista de *Cenizas del Paraíso*, llamamos a Jazmin Chebar. Ella venía de estudiar diseño de indumentaria en New York con una formación muy específica para la moda que me pareció lo indicado en el momento, y la verdad que el trabajo realizado por ella me lo corroboró. Era muy buena la ropa que ella diseñó. Era sorprendentemente adelantada a la moda en el momento de la película. Todo lo que tenía el personaje femenino la usaron las chicas al año siguiente. Tenía que ver con lo que sucede en el espectador al ver la película. Preguntas como: “¿dónde sacó la ropa esta mujer?” ó “se viste en un lugar que no conozco, esta ropa no está en ninguna parte”. Su vestuario era muy aspiracional. Todo el resto de los personajes usaba ropa que se podía comprar un cualquier parte. Sin duda estaba elegida también narrativamente pero esa diferencia tenía que ver con lo que contaba la película.

La diseñadora de cine tiene una formación que tiene que ver con lo dramático, con la narrativa. Obviamente tiene conocimientos de la moda, de historia de la moda, pero otra es lo puntual del diseño de la moda del año que viene, de la tendencia exactamente de lo que hay, de aquello que está oculto pero que va a salir, etc. Eso tiene más que ver con un diseñador de moda de ropa concreta. Tenía necesariamente otra data diferente en la cabeza de la que tenía la vestuarista de la película.

En *Tango feroz* los personajes si bien estaban vestidos como en la época, (porque fue una reconstrucción de ese período), la película para su momento fue muy poco convencional ya que no tenía nada que ver con ciertas tradiciones que se venían desarrollando en el cine

argentino. El vestuario fue hecho más en base a documentación y al imaginario que uno tenía de ese momento. Porque la película transcurre a finales de los años 60, exactamente el año 1969. Si ves documentación del año 1969 en la Argentina es una cosa determinada. Ahora bien, en el imaginario de uno (el 69 son los 60) pensás en *Woodstock*, pensás en *Easy Rider*. Y si bien todo eso todavía no había estallado en nuestro país, en el imaginario está. Por otro lado apelaba a una leyenda, no apelaba a: “esta es la verdad de lo sucedido”. Por el contrario: apuntaba a agigantar la leyenda. Había que trabajar sobre los elementos. Pero a partir de allí el imaginario era la clave. Por eso creo que al vestuario, en ese punto le faltó una vuelta de tuerca.

En los decorados la cuestión pasaba por otro lado: carecían de todo realismo, casi todos ellos tenían grandes frescos detrás. Pero era una estilización determinada, con el modo de pensar una época que para nada pretendía ser una reconstrucción realista sino todo lo contrario. Y el vestuario estaba más dentro de los parámetros de una construcción realista.

MV: –¿Qué tanta importancia le das al vestuario en tus películas?

MP: –Es un tema tan grande como todo el resto de los temas que están detrás del cuadro.

MV: –¿Qué creés que necesita un personaje para traspasar la pantalla y convertirse en referente de la moda? Pienso en *American Gigoló* y Armani, o en aquello que afirmaban Horkheimer y Adorno (1994):

La pequeña estrella debe simbolizar a la empleada, pero de tal forma que para ella, a diferencia de la verdadera empleada, el abrigo de noche pareciera hecho a medida. De ese modo, la estrella no solo encarna para la espectadora la posibilidad de que también ella pueda aparecer un día en la pantalla, sino también, y con mayor nitidez, la distancia que las separa. Solo a una le puede tocar la suerte, solo uno es famoso, y, pese a que todos tienen matemáticamente la misma probabilidad, ésta es para cada uno tan mínima que hará bien en cancelarla enseguida y alegrarse en la suerte del otro, que bien podría ser él mismo, y, que con todo, nunca lo es (Horkheimer y Adorno, 1994, p. 190).

MP: –La ropa tiene que ver, pero me parece que no es solo una cuestión de ropa. Yo no hice nunca una película con esa pretensión. Tiene que ver con elementos de identificación y aspiracionales.

Tiene que ver con el ascenso y con el llegar. Creo que ese ejemplo (la de la empleada y el tapado) vale para el ejemplo que mencionaste de Armani y *American Gigoló*. Si bien el personaje era como un villano, la ropa tenía que ver con el éxito y con gustar a las mujeres y con estar súper en onda, etc. Es decir, aspiracionalmente, no tenía nada que ver con que el personaje sea un villano o un pobre tipo. Tiene con una imagen que se pueda proyectar de tal cosa. En una película como *Wall Street*, son todos villanos. Pero sin duda instalan algún tipo de moda: me acuerdo el tipo de corbatas de Michael Douglas en los 80, todos los tipos de la City andaban vestidos iguales. Y, sin dudas, un poco les gustaba ser como Gordon Gekko.

MV: –¿Influye el cine en la moda?

MP: –Sí, y antes mucho más el cine claramente imponía modas. A veces hay películas estupendas, con historias estupendas y ropa estupenda que no generan nada; y de pronto películas que tienen un personaje con una cosa muy particular y aunque la ropa no tenga nada en particular, la gente quiere parecersele.

Recuerdo películas como *Titanic* que estaba ambientada en los años 20 y en personajes tan aspiracionales para toda una generación; supongo que también habrán generado alguna tendencia en su momento. No sé si en diseñadores, pero por ahí sí en la gente.

Eso sucede a veces: que un personaje del cine o de la televisión tienen esa cosa que si la película “pega” “comenzás a verlo en pequeños detalles en la calle y no tiene que ver con los diseñadores que largan una línea determinada pero sí en la gente que busca elementos “que la remiten a esa figura”.

Piñeyro transparenta entusiasmo cuando habla de su próxima película: *Ismael*, en la que toda la acción transcurre en menos de 24 horas. Cuenta que es una historia contemporánea y trata de un viaje. Aclara que si bien no habrá cambios de ropa, el vestuario está pensado en función narrativa y obviamente en función a los personajes. Todos ellos son muy diferentes, de extracciones sociales distintas, concepciones y tipos de vida diversas y que eso va a estar evidenciado en la indumentaria.

Cecilia Carini

Cecilia Carini es una exitosa vestuarista de cine y teatro argentina que trabajó con prestigiosos directores. Sus diseños más recientes fueron para obras teatrales dirigidas por Juan Carlos Gené (*Hamlet*, 2012) y Daniel Dalmaroni (*Los Opas*, 2012). En cine se destacan sus intervenciones en las películas *La puta y la ballena* (Luis Puenzo, 2006), *Cenizas del Paraíso* y *Plata Quemada* (Marcelo Piñeyro, 1997 y 2000 respectivamente), *Eva Perón* (Desanzo, 1996), *Sol de Otoño* (Mignona, 1996) y *Geisha* (Eduardo Raspo, 1995).

Su infancia transcurrió rodeada de telas, mientras veía a su abuela coser. A los ocho años ella misma les hacía los vestidos a sus muñecas; y remarca: “a los doce aprendí a hacerlo en serio”, bajo la atenta mirada de una modista italiana. Más tarde, estudió corte en *Delego y Lagarrigue*. Para ella, una sólida formación es fundamental, pero también lo es la práctica. Confiesa que la riqueza de las películas del director argentino Marcelo Piñeyro –en el área de vestuario– reside en la variedad de personajes que integran los elencos de sus *films*, más allá de los protagonistas.

Para encarar su labor sobre la imagen, la vestuarista parte de un concepto principal y de dos o tres características psicológicas de cada personaje, que surgen a partir de un diálogo con el director y de un primer acercamiento a través de una minuciosa lectura del guión. Así puede comenzar a percibir y captar a los personajes. Para Carini la primera impresión, esa primera aproximación a la obra –más allá de toda cuestión conceptual–, es fundamen-

tal ya que, en definitiva, es lo que va a captar el público. Es decir, la vestimenta tiene que contar *per se*—más allá de las palabras— el perfil del personaje.

Sostiene que el vestuario es fundamental en el proceso narrativo del film y refiere con pasión innumerables anécdotas de sus películas con Piñeyro y con otros directores.

Revela que cuando camina por la calle toma fotos mentales de la gente, observa, agudiza los sentidos, ya que cada detalle es material precioso para los personajes que tendrá que construir con sus trajes.

Si bien se recibió de profesora y de Licenciada en la Universidad de La Plata, aclara que “nadie se recibe de artista”. Asegura que en las cuestiones del arte de vestir actores hay algo innato, de sensibilidad, que no se aprende. Para Carini, el talento es una cuestión animal, congénita.

El vestuario para Cecilia Carini es primordial en el relato y no solo por lo dramático o lo psicológico que pueda transmitir una prenda. “Es todo un conjunto”, sostiene, ya que, para realizarlo, es necesario basarse no solo en la psicología del personaje sino también en el mismo actor.

Explica que hay figuras que tiene presencia *per se* y recuerda a Sophia Loren, a Marcello Mastroianni y a Federico Luppi. Cualquier prenda con la que se vista a actores de esa talla se adapta inmediatamente. Y como el camaleón, se transforma.

La imagen es primordial. Aquello que transmiten las prendas ayuda a la escena. Recuerda las leyes de la Gestalt, de la forma, del modo de lograr un mayor contraste, de enaltecer lo que se pretende transmitir, y, que a veces, es necesario lo opuesto. Lo explica a partir de una anécdota de la película *Plata Quemada*: en una de las escenas, uno de los personajes femeninos es torturado por la policía. Vistió a la actriz con una delicada blusa rosa que mostraba un discreto borde tejido. La ternura dada por del color y el diseño contrastaban con su cara maquillada por los golpes, llorando. De este modo Carini revela lo que significa trabajar con opuestos. Asegura que si hubiese vestido de negro a la actriz, el efecto logrado no hubiera sido el mismo.

Sostiene que para encarar el trabajo hay que “ver” toda la película, estudiar minuciosamente todas las escenas, conocer todo el proceso de los personajes porque hay algunos que se mantienen igual en toda la película, en todo el guión. Como mucha gente en la vida.

Hay que ir de lo más general a lo particular. Vuelve a otra de las leyes de la Gestalt: la variedad en la unidad. Es decir, todo tiene que tener coherencia. Ir armando el mismo personaje de acuerdo a su trayectoria psicológica y de lo que va a ir viviendo éste a largo de la historia.

Plata Quemada: entre la época y la actualidad

Cuenta que trabajar con Piñeyro implicó un gran desafío. En *Plata Quemada* se trabajó la época, ya que la historia se basó en hechos reales acontecidos en el año 1968, pero el director no quería que la historia se alejara de la realidad del espectador, sino que éste la aprendiera y al mismo tiempo la tuviese cercana.

Y explica la razón: “Él siempre relaciona la historia con el momento actual. La de Piñeyro, es una cuestión política y social”. Asegura que esto tiene que ver con el imaginario del espectador.

Es importante mantener la línea, sostiene, porque cada época tiene la suya. Tiene su forma, su corte. Hay un imaginario colectivo de cada período. Cuenta que no es lo mismo tomar una revista de actualidad, más popular de la época donde se observa a la gente en la calle, que una específica de modas, como la *Vogue*. Porque afirma: “nadie anda por la calle vestida de *Vogue*. Por eso es muy cuestionable (salvo casos excepcionales) que los diseñadores de modas hagan una película”.

La vestuarista realizó un desglose de cada personaje, de la transformación que iban sufriendo a lo largo del *film*, para que el vestuario acompañara las metamorfosis.

Carini parte del color ya que esencialmente es pintora. La pintura y el vestuario son sus dos grandes amores. Explica que ambos están estrechamente relacionados. Necesita asignárselos al total de la película y a cada personaje para comenzar a realizar el armado. Explica que el concepto total del vestuario de la película está relacionado con el arte, con la luz y con la dirección, con la historia, con los personajes y el actor.

A veces sucede que no hay un equilibrio entre la persona del actor y el personaje, entonces hay que buscar otros elementos que no eran los que se habían pensado. En esos casos hay que apoyarlo con los tonos, con los colores, con la forma. Si el actor tiene un cuerpo armónico y el personaje no lo es, hay que hacer que la ropa no le quede perfecta, pero, aclara, que no debe quedar deforme. “Si hay colores que le calzan perfecto, hay que cambiarlos. También hay que hacerlo con las telas si fuese necesario y tener en cuenta que además tenga que ver con la época”.

Carini ejemplifica: el año 1968 es el límite con los 70, porque no es lo mismo 1968 que es casi la década del 70 que 1962. Nada que ver. En el año 1968 está presente el germen de lo que va a explotar en los '70. Para la vestuarista los años '70 no son los revolucionarios: los años revolucionarios fueron los de la década del 60.

Sintetiza: “De la época se arma el concepto, es decir, el estilo”. Todo eso se construye con documentación tomada de diarios, fotos de archivos, de las revistas más populares y del cine de la época (entre ellas, para trabajar con la película *Plata Quemada*, vio las de Melville, las preferidas de Piñeyro).

A partir de ahí –cuenta– se comienza a pensar en los personajes. Luego de disponer aproximadamente los colores, y teniendo los actores (aunque a veces después haya que realizar ajustes) y su relación con el personaje y con la forma de la ropa, del diseño, se arman unos bocetos para poder observar en una primera instancia el diseño de la prenda y una gama de colores. Se realiza un collage de impresión de colores, preferentemente de imágenes de revistas para armar la gama que va a tener el personaje, ya que estas son lo más cercano al filmico. También se puede hacer con témperas pero no es lo mismo (Comunicación personal, diciembre 2012).

Especifica que si cada uno va a tener un proceso de deterioro, o si se va producir un cambio total se puede hacer un mínimo pasaje de color, por lo menos de tres, es decir, un intermedio. Y, por supuesto, bocetos del diseño: si el personaje va a usar traje, corbata, camisa, si va a llevar gemelos y dentro de qué tono podrían ser. Se va de mayor a menor. Los accesorios son fundamentales ya que terminan de cerrar al personaje.

Carini asegura que trabajar para una época determinada o para la actualidad implica el mismo desafío, y que armar el vestuario es como componer. Es lo mismo que tener una paleta con todos los colores y comenzar a pintar. Primero hay que buscar los elementos (como para pintar es necesario elegir qué tonos se usarán). Eso lo da el concepto de lo que se desea transmitir.

Cine y moda: ¿quién influye a quién?

Carini opina que la moda en el cine se empezó a manifestar con las grandes divas de Hollywood. Las vestían y seguían siendo ellas aunque muchas veces no estaban tan de acuerdo al personaje.

Sostiene que, en ese sentido, quien marcó un cambio fundamental fue Piero Tosi, el vestuarista de Visconti. Cuenta que cada vez que viaja a Roma lo visita y mantienen largas charlas donde el reconocido vestuarista recuerda sus desafíos para vestir época; entre otras películas: *La muerte en Venecia* y *El Gattopardo*. Tosi Incursionó con los corsets (incluyendo en los ensayos) aunque ello elevara los costos de producción y la incomodidad de los actores. Para el italiano fue fundamental hacerlo, ya que, dice –“no es lo mismo usar un vestido con o sin corset cuando los actores están ensayando, porque en esa instancia ya se está dentro de la película”.

Trabajar con época es ir más allá de ella. No es solamente remitirse a hacer un vestuario de un período determinado.

Carini lo explica diciendo que la época puede parecer perfecta a simple vista, pero que el vestuario no emociona. El secreto está en el talento, si es una película de época es imprescindible ajustarse a ella, pero al mismo tiempo tener la libertad y dejar que el vestuario “vuele”. La vestuarista piensa que en algunos casos la calle también copia al cine (como en el caso de la película de María Antonieta, de Sofía Coppola).

Explica que para realizar el pasaje del arte de la pintura a un vestido se vale también de los artistas de una época, más allá de los colores. Esto se da inevitablemente, debido a sus conocimientos de historia del arte. Aunque no lo quiera, al ver un personaje o leer un libro enseguida lo relaciona con pintores: podrían ser los colores de Mondrian o el universo de Rembrandt, por los contrastes y los claroscuros.

A modo de cierre: de ropajes y ensoñaciones

En el espectador de cine sucede algo similar al sueño, a la hipnosis. Esta cuestión viene debatiéndose en las diversas teorías del cine desde los años 50 hasta hoy.

Los modos de abordar el estudio del espectador de cine son también variados y abundantes: autores como Souriau (*El Universo Fílmico*, 1953) Morin (1956) (*El Cine o el Hombre imaginario*), Barthes (*S/Z*, 1970), Münsterberg (*Un Estudio Psicológico del cine*, 1970) lo han abordado desde diversas disciplinas como la filosofía, la estética, la psicología, y la semiología. Con las entrevistas realizadas al Director de cine Marcelo Piñeyro y a la vestuarista Cecilia Carini publicadas en el presente ensayo se ha pretendido continuar reflexionando acerca de la cuestión del imaginario del espectador, y de cómo la vestimenta contribuye a la identificación de este último con el ó los protagonistas, muchas veces a través de lo aspiracional. Marcas, estilos de vida y colores contribuyen, por lo tanto, a ese estado de ensoñación al que invita el cinematógrafo.

(...) Toda la realidad percibida pasa por la forma imagen. Luego renace en recuerdo, es decir, en imagen de la imagen. Ahora bien, el cine, como toda figuración (pintura, dibujo), es una imagen de imagen, pero como la foto, es una imagen de la imagen perceptiva y, mejor que la foto, es una imagen animada, es decir, viva. Como representación de una representación viva el cine nos invita a reflexionar sobre lo imaginario de la realidad y la realidad de lo imaginario (...) (Morin, 1977 en Aumont, J et al., 2008 p. 240)

A través de la imagen cinematográfica, ropaje y moda se retroalimentan mutuamente permitiendo rescatar por un lado el pasado –cuando se trata de un film de época– como así también de aspectos de la contemporaneidad a través de experiencias universales. Es decir, contribuyen a un proceso de identificación con los personajes por parte del espectador (lo cual –obviamente– tampoco excluye los tiempos pretéritos.)

La construcción de la imagen en el cine incluye la pintura, las telas, los colores, la música, la luz y las calles por donde circulan los actores, el estudio minucioso de aquellos que trabajan en un film y por donde –sigilosa y discreta– se inmiscuye la mirada quimérica del espectador.

Bibliografía

- Aumont, J; Bergala, A.; Marie, M.; Vernet, M. (2008). *Estética del Cine: espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.
- Horkheimer, M.; Adorno, T.; (1994). *Dialéctica de la Ilustración, Fragmentos Filosóficos*; 3º edición, Valladolid: Simancas.

Morin, E. (1972). *El cine o el hombre imaginario*, Barcelona: Seix y Barral.
Veneziani, M. (2012). *Entrevista personal a Cecilia Carini*, Buenos Aires, 5 de diciembre.
(2012). *Entrevista personal a Marcelo Piñeyro*, 1º de Noviembre.

Summary: The paper approaches image and clothing as part of the construction process of the film story. The research includes the contribution of the Argentine film director Marcelo Piñeyro and Cecilia Carini, a talented costume designer who worked on two of his most important films which won numerous international awards: *Plata Quemada* (2000) and *Cenizas del Paraíso* (1997).

Keywords: cinema - costume - fashion - imaginary - spectator - story.

Resumo: A imagem e a vestimenta fazem parte do processo de construção do personagem que faz aquele que compõe o relato cinematográfico. Este escrito faz uma pesquisa do processo, que inclui a mirada do diretor de cinema argentino Marcelo Piñeyro e de a figurinista Cecilia Carini, que trabalhou em dois filmes do diretor: *Dinheiro Queimado* (2000) e *Cinzas do Paraíso* (1997), ambos os com prêmios internacionais. As entrevistas foram realizadas durante os meses de novembro e dezembro de 2012. Devaneio e roupa confluem no imaginário do espectador.

Palavras chave: cinema - espectador - imaginário - moda - narração - vestuário.
