
Resumen: Estructurados como industrias, la moda y el cine comparten también la característica de estar atravesados por el arte y producir objetos especiales, con una carga simbólica. ¿Qué vínculo podemos establecer entre los objetos producidos por la moda y la fabricación de una “estrella”? La clave está en el concepto de “fabricación”. Hay que entender que la estrella es el centro de una constelación, el *star system*, que representó el modo de producción capitalista del mundo cinematográfico y se hallaba cristalizado en el corazón de la industria a partir de 1919. Más allá de la estelaridad, el espectador tenía y tiene un rol importante al establecer un fuerte vínculo de identificación con sus estrellas favoritas. El vestuario contribuye a generarlo fundiendo persona y personaje a través de la carga simbólica de la que se hace portador. Desde aquí se intentará analizar la simbiosis entre los diseñadores y estrellas como un modelo de interacción donde mercado, publicidad y medios son la escena principal de un juego en el que todos afirman su identidad e imagen.

Palabras clave: industria - moda - cine - arte - diseño - fabricación - identidad - imagen.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 45]

(*) Profesora en Historia y Licenciada en Antropología (UNLP). Fue Investigadora de la Universidad de La Plata en el área de Arqueología del NOA. Se especializó en la temática audiovisual escribiendo guiones para ficción y documental de carácter social e histórico.

Si hay una imagen que representa la relación entre moda y cine, es la de Audrey Hepburn en el film *Desayuno en Tiffany*, del director Blake Edwards. Vestida por Givenchy para ese trabajo, significó la afirmación de una relación que se extendió a su vida personal, ya que el diseñador se transformó en su modisto y amigo. El look de la actriz encarnando el personaje de Holly Golightly, marcó tendencia: el vestido de seda (reinterpretación de la Robe Noir de Chanel de la década del 20), el collar de perlas, la tiara, los guantes largos, unidos a la figura esbelta del personaje se convirtieron en símbolo de estilo, glamour y sofisticación y revolucionó el mundo de la moda. Sin embargo, esa colaboración había comenzado tiempo atrás, en la época en que Hollywood organizó los estudios en las primeras décadas del siglo XX. Estructurados como industrias, la moda y el cine comparten también la característica de estar atravesados por el arte y producir objetos especiales, con una carga simbólica. El sociólogo Frederic Godart señala que la moda se refiere “a la

industria de la indumentaria y del lujo, a la que se añade la industria de los cosméticos”. De los objetos producidos por el cine, nos interesa aquí uno en especial: “la estrella” (artista consagrado). ¿Qué vínculo podemos establecer entre los objetos producidos por la moda y la fabricación de una “estrella”? La clave está en el concepto de “fabricación”. El término surgió del corazón de los estudios y se le atribuye a Carl Laemmle, fundador de los Estudios Universal, inventor de las estrellas: “La fabricación de las estrellas es cosa primordial en la industria cinematográfica”. Ese proceso, conocido como “estelarización” dio por resultado un producto manufacturado que estuvo bajo el control de la fábrica fuera de los sets de producción. La vida privada de la estrella también se conformó a los estándares de esta industria particular. Dos elementos relacionados con la moda contribuyeron en esa tarea: el vestuario y el maquillaje. Los maquilladores de las estrellas de Hollywood, Max Factor y Elizabeth Arden, dieron impulso a la industria cosmética moderna en su tarea de trabajar en uno de los atributos de la estelaridad: la belleza, realizándola, perfeccionándola y, a veces, fabricándola.

Hay que entender que la estrella es el centro de una constelación, el *star system*, que representó el modo de producción capitalista del mundo cinematográfico y se hallaba cristalizado en el corazón de la industria a partir de 1919. Con altibajos y resurrecciones a lo largo del tiempo, tuvo su era gloriosa entre 1920 y 1932 (Edgar Morin, 1957). Si bien, la idea clásica de estrella surgida en esos momentos fundacionales se ha modificado profundamente, el modelo de interacción entre cine y moda permanece vigente y se verifica a través de dos dimensiones: el diseño de vestuario para los diferentes films y los maestros de alta costura llamados a colaborar, siguiendo la premisa de Cecil B. de Mille: “no deseo que en mis películas aparezcan vestidos que uno podría encontrar en una tienda”. Veamos esa interacción por separado.

Diseño y looks de cine

Cuando los estudios de Hollywood organizaron sus departamentos, reservaron en el de Artes un lugar para el vestuario y el maquillaje. Los diseñadores de vestuario comprendieron con rapidez que su tarea era doble. Siguiendo los dictados del guión y conociendo al artista que debía vestir, las particularidades físicas y su personalidad, delineaban al personaje requerido, interviniendo muchas veces, fuertemente, en las decisiones del realizador. Pero también tenían clara consciencia de que de la interacción del actor o actriz y el papel que debía representar, de héroe o heroína, estaba surgiendo un fenómeno diferente: el artista consagrado que se revestía de la espiritualidad emanada de la heroicidad de los personajes representados. Pidiendo prestadas sus virtudes, la mitología del héroe se trasladaba del set y la pantalla a la vida privada de la estrella, vivida como una obra cinematográfica. “El sistema del estrellato dependía de estructuras elaboradas de construcción de imagen, manejo de publicidad y manipulación de medios” (Carol Dyhouse, 2011). Algunas estrellas entraron en rebeldía en el centro de la tensión entre su vida pública y privada. Joan Crawford se lamentaba diciendo “Soy una persona, no una maldita imagen”, mientras que Bette Davis decía de ella: “La señorita Crawford es una gata glamorosa. Yo soy una actriz”. En ese límite de lo público y lo privado trabajaron los diseñadores componiendo persona-

jes y haciendo que sus atributos se trasladen a la vida privada de las estrellas. El diseñador Adrian fue el responsable del aire de misterio y seducción de Greta Garbo. William Travilla ayudó a que Marilyn Monroe fuera un sex symbol. Pero en la construcción de un film y sus personajes es donde se comienza a apreciar la importancia de un artista del diseño. Edith Head contratada por la Paramount en 1923, desarrolló una carrera que incluyó 8 Oscars, cientos de películas y célebres colaboraciones, entre ellas con el director Alfred Hitchcock. Es precisamente una de sus películas, *Vértigo* (1958), que representa uno de los ejemplos excepcionales de la importancia del diseñador: Head logró que el vestuario se convirtiera en un elemento constitutivo de la narración. Kim Novak en su doble rol de Madeleine/Judy, permite a través del vestido, la reconstrucción de su presencia. Los zapatos con taco, el traje sastre, son objetos con significado por sí mismos, que el personaje de James Stewart, “Scottie”, aprende a reconocer como sus fetiches. Otro caso excepcional es reciente: el vestido verde esmeralda que Keira Knightly llevaba en *Expiación* (Joe Wright, 2007), considerado como el mejor atuendo de la historia del cine –desplazando al de A. Hepburn que mencionamos arriba–. La particularidad es que este vestido, de la diseñadora Jacqueline Durran, está concebido como un personaje en sí mismo.

Más allá de la estelaridad, el espectador tenía y tiene también un rol importante al establecer un fuerte vínculo de identificación con sus estrellas favoritas. El vestuario contribuye a generarlo fundiendo persona y personaje a través de la carga simbólica de la que se hace portador. Se dice que Bette Davis comentó: “Los actores podemos ensayar nuestros textos, movimientos y gestos, pero hasta que no nos ponemos la ropa no nos convertimos en los personajes”. Varios films marcaron tendencia en este sentido y el vestuario de sus protagonistas tuvo gran influencia en los hábitos del público en diferentes momentos. En la década del 30 en las playas americanas se impusieron los pareos y bañadores de estampados vivaces, aquellos que lució Dorothy Lamour en *The Jungle princess* (Wilhelm Thiele, 1936). Audrey Hepburn interpretando a la princesa Anne (*Vacaciones en Roma*, William Wyler, 1955) con sus pantalones pitillo, bailarinas y jerseys entallados afirmó su elegancia y puso de moda inmediatamente este estilo entre las mujeres de la época. También en *Cara de Ángel* (Stanley Donen, 1957), Hepburn provocó la emulación de las mujeres con el vestuario que representaba la bohemia francesa, con atuendos negros y leggings combinadas con zapatos bajos. Los diseñadores del film *Rebeca* (Alfred Hitchcock, 1940), trataron de hacer ver a la protagonista, Joan Fontaine, tímida e introvertida, adaptando un cardigan de lana, abierto por delante con botones y sin cuello, que usaban las aldeanas como elemento principal de su vestuario. El éxito de la película hizo que esa prenda adoptara el nombre de “chaqueta rebeca” y se convirtiera también en un éxito de ventas. Del mismo modo, a otros personajes estelares se les atribuye la virtud de imponer el uso de determinadas prendas y accesorios: los guantes que Rita Hayworth usó en *Gilda* se convirtieron en símbolo de elegancia y un accesorio común en los guardarropas desde entonces, ocurrió lo mismo con la boina y los pañuelos de seda que usó Faye Dunaway en *Bonny and Clyde* (Arthur Penn, 1967).

Otras veces un film o personaje parece imponer usos y hábitos ya que se inserta en la corriente principal de cambio social de una época. Ilustramos con dos ejemplos: el “look flashdance” y el “look Annie Hall”.

Jennifer Beals ataviada con sudaderas que dejaban ver sus hombros, polainas (calentadores), leggings, zapatillas de colores anunciaba el nuevo estilo femenino de los ochenta: mujer decidida, independiente, trabajadora a la par del hombre en un mundo de hombres y en oficios y puestos reservados tradicionalmente para los hombres. De hecho, su personaje Alex (*Flashdance*, Adrian Lyne, 1983) trabajaba en una fábrica como soldadora. El diseñador Michael Kaplan aprovechó el apogeo de la lycra para la confección de sus atuendos deportivos y quiso remarcar que el personaje, fuera del salón de baile, debía luchar para existir en un mundo dominado por hombres. De ahí el uso de prendas masculinas: abrigos oversize, chaquetas estilo militar con parches e insignias bordadas, botas de suela gruesa. Su look deportivo traspasó los gimnasios y pasó a ser parte de actividades cotidianas y el aire masculino de la vestimenta, asociado a un mensaje de independencia y poder, se mantuvo como opción hasta la actualidad.

Annie Hall (Woody Allen, 1977) marcó un hito en la definición del look masculino. Iniciado por Marlene Dietrich y Katherin Hepburn en la época dorada de Hollywood, se impuso como modelo ya que el estilo que Diane Keaton ayudó a componer resulta amigable y adaptable al uso cotidiano. El diseño estuvo en manos de Ruth Morley y Ralph Lauren pero la propia actriz se encargó de decidir cuál sería su apariencia final: trajes de tres piezas, chalecos, camisas, corbatas y sombreros. Talles grandes, camisas fuera de los pantalones, mangas y patas de pantalón dobladas. Complementaba con bolsos grandes, bijouterie de madera, cerámica y metal pintado.

Como señalamos antes, la vida privada de las estrellas también era asunto de los diseñadores de vestuario de sus películas. La nombrada Edith Head diseñó tres vestidos de boda para Elizabeth Taylor (a la que vistió en varias películas y a la que adaptó el New Look de Dior) y Nathalie Wood y Helen Rose fue la encargada de vestir para su boda a Grace Kelly, Debbie Reynolds y Jane Powell.

El vestuario masculino fue cambiando influenciado por lo que ocurría en la pantalla. Se definió la vestimenta de los jóvenes, atravesados por la idea de rebeldía: ¿“Contra qué te rebelas, Johnny?”, le preguntaron a Marlon Brando en *Salvaje* (Laszlo Benedek, 1953), el personaje de Johnny Strabler impuso la chaqueta de cuero, gafas de sol y sus infaltables vaqueros.

El look de James Dean en *Rebelde sin causa* (Nicholas Ray, 1955), una combinación de pantalón de jean, camiseta básica, botas desgastadas y chaqueta de cuero semiabierta, pasó a ser parte del guardarropa básico de los jóvenes. Un cambio de hábitos en la población juvenil propiciado por la imagen de rebeldía asociada a esa prenda, la cazadora de cuero. Mucho más cerca films como *Fiebre del sábado por la noche* (John Badham, 1977) *Footloose* (Herbert Ross, 1984), *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), *Matrix* (Hnos Wachowsky, 1999) aportan estilos y elementos a la vestimenta de los jóvenes y ciertas subculturas juveniles. En la primera, John Travolta en el papel de Tony Manero, rey de la noche de la música disco, con sus zapatos con plataforma, pantalones acampanados, camisa de cuello en V, selló un estilo seguidos por los jóvenes, enfundado en conjuntos de lycra y con el típico traje blanco con camisa negra que marcó época. En *Footloose*, Kevin Bacon en su rol de Ren Mac Cormack, un joven que viene a revolucionar la vida de un pueblo de EE.UU con su baile y su música, ataviado con chaqueta de cuero, jean pitillo desgastado, zapatillas Converse y anteojos de sol Ray Ban, marca tendencia en la juventud de los ochenta. Blade

Runner representa una gran influencia en la cultura cyberpunk y otras tribus urbanas inspiradas en el neogótico y futurismo y que acabaron por ser parte de la moda cotidiana y actual ya que se prefirió un corte clásico para el personaje de Harrison Ford, Rick: camisa y corbata oscuras, gabardina de telas ligeras. Se usó el cuero como material fundamental para la vestimenta de los replicantes: chaquetas largas, botas altas con elemento metálicos. Vestidos ajustados a la cintura con hombreras, colores plateados u oscuros y las faldas tubo son el estilo femenino básico del film. El caso de *Matrix* es peculiar, escasos de presupuesto, los hermanos Wachowski decidieron escatimar recursos para el vestuario. La diseñadora Kym Barrett se vio obligada a trabajar con materiales baratos. El cuero no es cuero sino un tejido vegetal que permitía el movimiento por acción del viento. Lycra, piezas de goma y PVC delinearon la figura de Trinity dándole un toque sensual y femenino. Sin embargo la chaqueta de cuero larga “matrix” se impuso junto a los zapatos o botas Doc Marten. Los anteojos negros fueron una creación especial de Richard Walker de la firma Blinde.

Más allá de la influencia en el mundo juvenil, ciertos films marcaron tendencia en ciertos estilos masculinos. Marlon Brando, ícono de belleza, contribuyó a popularizar el uso de varias prendas usadas por su personaje de Stanley Kovalsky en *Un tranvía llamado deseo* (Elia Kazan, 1951) ataviado con ropa interior, una camiseta mangas cortas o de tiras (musculosa) combinada con vaqueros, fue un modelo a seguir por muchos hombres. En *Para atrapar a un ladrón* (Alfred Hitchcock, 1955) Cary Grant presenta un look que crea estilo para los hombres: jerseys a rayas de colores sobrios, pañuelos llamativos, sin corbata, zapatos náuticos y un bronceado particular.

Una prenda originalmente ideada para los trabajadores rurales, para protegerlos de la lluvia y el frío, y que luego se adaptó a las necesidades de los oficiales británicos en la primera guerra mundial, la Gabardina que Thomas Burberry creó en 1880, se nutrió de los atributos de los personajes que la usaron y tuvo su historia particular en Hollywood. Pero sobre todo, fue adoptada por el gran público. Apareció por primera vez en el cine en 1937, vestía al personaje de Dick Tracy, protagonizado por el actor Ralph Byrd y a partir de allí fue la prenda de los detectives, envuelta en misterio, ambigüedad y soledad. Pero fue popularizada por Humphrey Bogart cuando la usó en *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942), convirtiéndose en un imprescindible de los armarios.

Parejas estelares: el diseñador y su musa

En base a la idea de que la estrella no usa ropa sino que “es vestida”, los estudios comenzaron a buscar en los maestros de alta costura la colaboración necesaria. Lo que finalmente ocurrió es que surgió una relación estrecha con los artistas. Comenzaron a vestirlos fuera del set, contribuyendo a cimentar su imagen en una interacción recíproca. El caso más representativo es el ya mencionado como modelo al comienzo del artículo, Audrey Hepburn - Hubert de Givenchy. La primera colaboración fue *Sabrina* (Billy Wilder, 1954) y le siguieron la mítica *Desayuno en Tiffany's* (Blake Edwards, 1961), *Charada* (Stanley Donen, 1963), *Como robar un millón de dólares* (William Wyler, 1966), *Encuentro en París* (Richard Quine, 1966). El glamour que se asocia a su figura proviene en parte de esta cola-

boración con su modisto de cabecera aunque Yves Saint Laurent y Valentino se ocuparon de su vestuario prêt-à-porter. Pelo corto, pantalones pitillos, jerseys de cuello bajo, blusas, bailarinas, grandes anteojos negros, tocados y sombreros, collares de perlas constituían su estilo imitado hasta el día de hoy. El glamour para la noche incluía la moderación: paleta neutra, sin texturas, amplias faldas, corte asimétrico, hombro descubierto. La sencillez de la belleza natural era su marca.

Otros diseñadores de los estudios son los responsables de trajes icónicos de la historia del cine o del estrellato, autores de “ropas que hacen soñar”, tal la premisa del star system. Nombraremos solo algunos a modo de ejemplo. Comenzaremos por Adrian Adolph Greenburg, jefe de los vestuarios de la Metro Goldwyn Meyer, nunca ganó un Oscar pero es recordado por célebres trabajos, entre ellos *El mago de Oz* (Fleming, Vidor, LeRoy, 1939) e *Historias de Filadelfia* (George Cukor, 1940), para la que vistió a Katherine Hepburn. Su nombre se asocia a una de las bellezas más enigmáticas de la escena mundial: Greta Garbo. La vistió en 17 de sus films. Fue el responsable de crear su imagen. Aprovechó su cuerpo extremadamente delgado como un recurso, resaltó su figura con trajes ajustados a su cuerpo como si hubieran sido cosidos sobre él. Pero sobre todo ayudó a crear ese aire de misterio, magia y sensualidad que la caracterizaba. El glamour y la intemporalidad asociada a su nombre comenzó a desaparecer cuando esta relación personal y profesional terminó. Sólo se recuperó con su prematuro retiro.

Marylin Monroe inspiró a William Travilla a realizar los vestidos de escenas memorables del cine mundial, entre ellos el famoso color crema, falda plisada que se levanta sobre la rejilla de la esquina de 54 y Avenida Lexington, en New York. Fue un truco publicitario del director William Wyler que ordenó encender los ventiladores que empujan hacia arriba la falda que una avergonzada –falsamente– Marylin intenta volver a su lugar. La escena fue parte de la película *La tentación vive arriba* (1955). Aunque fue su modisto de cabecera, no fue el responsable del vestido que lució al cantar el feliz cumpleaños al presidente Kennedy. Ese fue obra de Jean Louis Berthault, recordado por el célebre vestido de satin negro de Rita Hayworth en *Gilda* (Charles Vidor, 1946) y el vestuario para los espectáculos de cabaret de Marlene Dietrich.

Grace Kelly fue vestida espléndidamente para la pantalla por dos mujeres. Edith Head realizó los trabajos para *La ventana indiscreta* (Alfred Hitchcock, 1954) y *Para atrapar al ladrón* (Alfred Hitchcock, 1955). Helen Rose fue la responsable del fastuoso vestuario de *Alta Sociedad* (Charles Walters, 1956) y *El Cisne* (Charles Vidor, 1956), pero sobre todo fue la diseñadora del vestido más imitado de la historia: el que Grace Kelly lució el día de su boda con el príncipe Rainiero de Mónaco.

La simbiosis entre los diseñadores y estrellas en el star system selló un modelo de interacción donde mercado, publicidad y medios son la escena principal de un juego en el que todos afirman su identidad e imagen. Cuando los costosos vestuarios de las producciones hollywoodenses quedaron desfasados de los diseños europeos, los visionarios del negocio convocaron a los maestros de alta costura para sincronizar la pantalla con los requerimientos de la moda. Desde entonces, diseñadores, estrellas, modelos conformaron un sistema adaptado a los dictados de la industria capitalista moderna.

Quiero aclarar que la selección de los nombres de estrellas, diseñadores y films estuvo fuertemente influenciada por una afinidad personal. Es apenas un esbozo y unos pocos ejemplos.

Bibliografía

- Croci, P. (Comp.) (2011) *Los cuerpos dóciles: hacia un tratado sobre la moda* (3a ed.). Bs. As.: La marca editora.
- Dyhouse, C. (2011). *Glamour: mujeres, historia y feminismo*. Bs. As.: Claridad.
- Godart, F. (2012). *Sociología de la moda*. Bs. As.: Edhasa.
- Morin, E. (1964). *Las estrellas de cine*. Bs As: Eudeba.

Summary: Fashion and cinema industries are crossed by art producing special objects with symbolic meaning. What link can be established between fashion products and the process of making a “star”? At this point “manufacture” is the key. The star is the center of a constellation -the star system- which represented the capitalist model of film production and was crystallized in the heart of the industry since 1919. Beyond “starring” the audience has an important role in establishing a strong identification with their favorite stars. Costume has the function of melting person and character through symbolism. From here we will try to analyze the symbiosis between designers and stars as an interaction model where market, advertising and media are the main scenario in which all consolidate their identity and image.

Key words: industry - fashion - cinema - art - design - production - identity - image.

Resumo: Estruturados como indústrias, a moda e o cinema compartilham também a característica de estar atravessados pela arte e produzir objetos especiais, com uma carga simbólica. Que vínculo pode-se estabelecer entre os objetos produzidos pela moda e a fabricação de uma “estrela”? A chave está no conceito de “fabricação”. Temos que entender que a estrela é o centro de uma constelação, o star system, que representou o modo de produção capitalista do mundo cinematográfico e que estava cristalizado no coração da indústria a partir do ano 1919. Além da característica de estrela, o espectador tinha e tem um papel importante ao estabelecer um vínculo estreito de identificação com suas estrelas favoritas. O vestuário contribui à geração fundindo pessoa e personagem através da carga simbólica da que se faz portador. Desde aqui se tentará analisar a simbiose entre os designers e estrelas como um modelo de interação onde mercado, publicidade e meios são a cena principal de um jogo no qual todos afirmam sua identidade e imagem.

Palavras chave: indústria - moda - cinema - arte - design - fabricação - identidade - imagem.
