

Varios grados de consanguinidad

Gustavo Reyes Rodríguez



o es casual, si aceptamos con Freud que las casualidades no existen, que cine y moda hayan nacido prácticamente al mismo tiempo y, además, en Francia, justo al despuntar el siglo XX. ¿O sí? Descifrar quién fue el huevo y quién la gallina en esta aventura es un muy tentador desafío porque, de una u otra forma, en este proceso hay buena parte del material que contribuyó a moldear la imagen de la historia moderna.

En principio cine y moda parecen inseparables, pero ¿lo son en realidad? En la superficie, tal vez, ninguna producción cinematográfica puede prescindir de ella, pues la ropa, aun en el caso extremo del cine porno, es, desde el guión, parte esencial de la película. Se trata de una relación simbiótica, en la medida en que éste suele inspirarse en la realidad y la reproduce bajo distintas miradas, ella, la moda, interpreta su tiempo, porque de no hacerlo nunca se transmutaría en moda. Esto significa que tiene diversas manifestaciones dependiendo de los gustos y estilos de su presente histórico, o de otros ya pasados. Ahora bien, puesto que cada película es en sí misma un universo, ella crea su *moda personal* y es entonces, a partir de su propio carácter vestimentario, que se transforma en un medio susceptible de innovar y modificar sensibilidad estética de la vida real, aunque no necesariamente deba ocurrir así.

Esta relación de pez y rémora data de sus mutuas infancias. Han estado ahí, uno al lado de la otra compartiendo épocas, momentos, glorias y personajes, ropajes y penas, siempre juntos, lo cual no significa de manera mecánica que hayan sido afectados de la misma manera, pero sí que se trata de vidas paralelas.

La alta costura francesa hace su debut en la Feria Universal de París, en la fabulosa pasarela del *Pavillon de l'élégance*, ante un público proveniente de todo el planeta. A partir de aquellos



Marlene Dietrich sentenció alguna vez: “Nos reímos de la moda de ayer, pero nos emociona la de anteaayer cuando está en vías de convertirse en la de mañana.”

desfiles, firmas como Worth y Doucet convierten la Ciudad Luz en la capital mundial de la moda, aunque compartía con Londres una indiscutible vanguardia en los oficios de la sastrería y la costura. La moda en sí, se denomina “moda” a partir del momento en que, llevado por su ego, Charles Frederick Worth decide firmar sus creaciones a la manera de los verdaderos artistas. Desde luego que la elevada consideración en que Worth se tenía a sí mismo, estaba sustentada en que era el modisto de dos emperatrices. La primera, Isabel de Austria, pasaría a la historia con el nombre de Sissi, y se convertiría en el tema de una célebre serie fílmica interpretada por la inefable Romy Schneider, protagonista de un fin tan doloroso como el del personaje que encarnó hasta hacerse su arquetipo. Su otra cliente era la esposa de Napoleón III, Eugenia, famosa por su elegancia. El talento de Worth, hoy convertido en una especie de Galileo del diseño de modas, quedó capturado en las pinceladas de Winterhalter, quien pintó a sus serenísimas modelos para la posteridad luciendo sus brillantes atavíos. De esa alianza entre la regia elegancia y el arte de vestirla nacería la denominación “Alta Costura”.

El cine viene al mundo con el desfile apresurado de *La salida de los obreros de la fábrica* (1895) donde los hermanos Lumière producían sus películas y los componentes para hacerlas. Aquella filmación, de 46 segundos, 800 fotogramas y 17 metros de película fue hecha el 19 de marzo de 1895 y constituye la primera sílaba del séptimo

arte. Con esta escena de una sola toma, sin guión, actores ni decorados, sus creadores instauraban una nueva cultura universal, que incidiría a nivel planetario en la forma de pensar y actuar de millones de seres humanos. Paralelamente, y sin siquiera pensarlo, fundaban un nuevo género, y el primero del cine: el documental.

Aunque los propios Lumière no confiaban mucho en el éxito de su primera exhibición, el público abarrotó el *Salon Indien du Grand Café* de París cada vez que se realizó alguna función. Entre aquel primer público había un invitado, Georges Méliès, un técnico mecánico y mago que de inmediato les propuso la compra de un *cinematógrafo*, como los hermanos llamaban a su filmadora y proyector de imágenes móviles. Pero ellos consideraron que su invento no estaba en venta aun, de modo que Méliès, que no tenía tiempo que perder, al ver rechazada su oferta construyó su propia cámara. En 1902, siete años después, el ilusionista estuvo listo para hacer saltar décadas al cine con *Viaje a la luna* su obra cumbre, basada en la novela *De la Tierra a la Luna* de Julio Verne. La secuencia en la que el cañón dispara el cohete, con los astrónomos, hasta una luna que tiene rostro y les habla, muestra, desde ya, las bases de la continuidad y la libertad de la narrativa cinematográfica.

El cine surge en pleno apogeo de los grandes narradores decimonónicos, por ello, después de que los espectadores de los hermanos Lumière vencen el pánico a ser atropellados por la locomotora avanzando hacia la cámara;



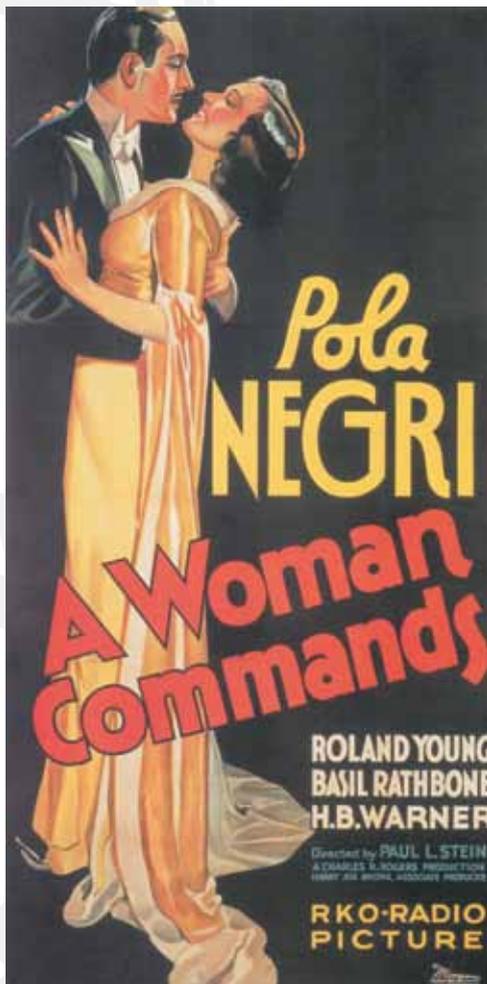
► Marlene Dietrich fue una luminaria de verdad, le brillaba el cabello. Edith Head le enseñó a usar oro en polvo, de verdad, rociado sobre el peinado. Afiche de *Blonde Venus* (Josef von Sternberg, 1932)

cuando comprenden que el primer plano de un rostro no significa que el personaje hubiera sido decapitado, el nuevo arte estuvo listo para absorber la herencia de Sthendal, León Tolstoi, Emile Zola, Charles Dickens y Fedor Dostoievski, entre otros, porque sus novelas eran una mina, rica y pródiga, de recursos narrativos. Gracias a ellos, pioneros como David Wark Griffith y Eric Von Stroheim, el primero estadounidense y el segundo alemán, encuentran su propio lenguaje cinematográfico, porque heredan —al tiempo con otros iniciados— el punto de vista neutro del naturalismo, las acciones paralelas dikensianas, la prolongación dramática y los saltos hacia el pasado dostoiévskianos, por ejemplo, además de “un vocabulario para contar”, por supuesto.

Las damas primero

Fueron las damas quienes primero cautivaron un público de fans desde las pantallas luminosas. En Europa y Estados Unidos, entre 1914 y 1919, las precursoras de lo que luego sería el firmamento estrellado del celuloide adquirieron fama y fortuna. El público las amó y ellas forjaron su propia mitología. Fue así como el cine mudo produjo fenómenos como Clara Bow, quien convirtió en sensación multitudinaria sus labios pintados, sus peinados y zapatos, intensamente imitados. Hija de una prostituta ocasional y de un padre fronterizo e irresponsable Bow tiene, a casi un siglo de su debut, una estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood y un lugar en las memorias del cine y la moda. En los ocho años que fulguró su carrera hizo más de cuarenta películas. Dentro y fuera de la pantalla su vida fue una montaña rusa de alcohol, sexo y desajustes que, sin embargo, culminaría en una vejez que, tan inesperada como su pobreza, fue de una relativa tranquilidad familiar.

Corrían los años locos de Zelda y Scott Fitzgerald, de la Generación Perdida, y bailar era parte del espíritu



► Pola Negri fue la primera mujer europea aceptada en Hollywood. Fue la actriz mejor pagada de su tiempo. Puso de moda las uñas pintadas de rojo y los turbantes. Afiche de *María Dragma* (*A woman commands*) (Paul L. Stein, 1932)

de la época y, claro, los zapatos de baile hacían furor. Hubo modelos de calzado célebres como el T, que en algunos casos tenía broches con diamantes. Ocurrirían cosas tan terribles como que a Theda Bara, primer producto del *star system*, se le ocurriera introducir el beso en la boca. Mary Pickford fue promovida y convertida en la Novia de América y todo el continente se enamoró perdidamente de ella. Pola Negri, la mujer más deseada del cine mudo, atravesó un océano para llevarle a Hollywood las creaciones de Jean Patou, su modisto de cabecera. Gloria Swanson fue la única capaz de rivalizar con ella en elegancia y buen gusto, gracias a que Coco Chanel le hizo unas cuantas sugerencias y vestidos. Después de ser declarada “La peor vestida de las estrellas”, Swanson acabó siendo un icono capaz poner de moda el *tweed* escocés, el sombrero de campana, los brazaletes de Chanel y los vestidos de crespón de China.

Aunque la mayoría de los casos a que se acude aquí para ilustrar el *tándem* moda-cine hablan de mujeres, no necesariamente éste es un terreno de su exclusividad. Los hombres, los caballeros, los muchachos, también han sucumbido a la moda cinematográfica, sólo que esto se admite con el pudor masculino que representa aceptar la incidencia de una expresión considerada afeminada... o, bueno, femenina. Aun así Valentino, ídolo femenino por excelencia, es indudablemente el gran precursor de los metrosexuales actuales, con sus trajes dentro y fuera de la escena, diseñados por su mujer, Natalia Rambova. En cambio, Humphrey Bogart impactó de inmediato al poner en boga la gabardina que luce en *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942) hechizando a los hombres en todo el mundo. Fred Astaire se hizo famoso no sólo como actor y bailarín sino como árbitro de la moda, ya que podía bailar en la pantalla elegantemente vestido con frac y corbata blanca, pero durante los ensayos se





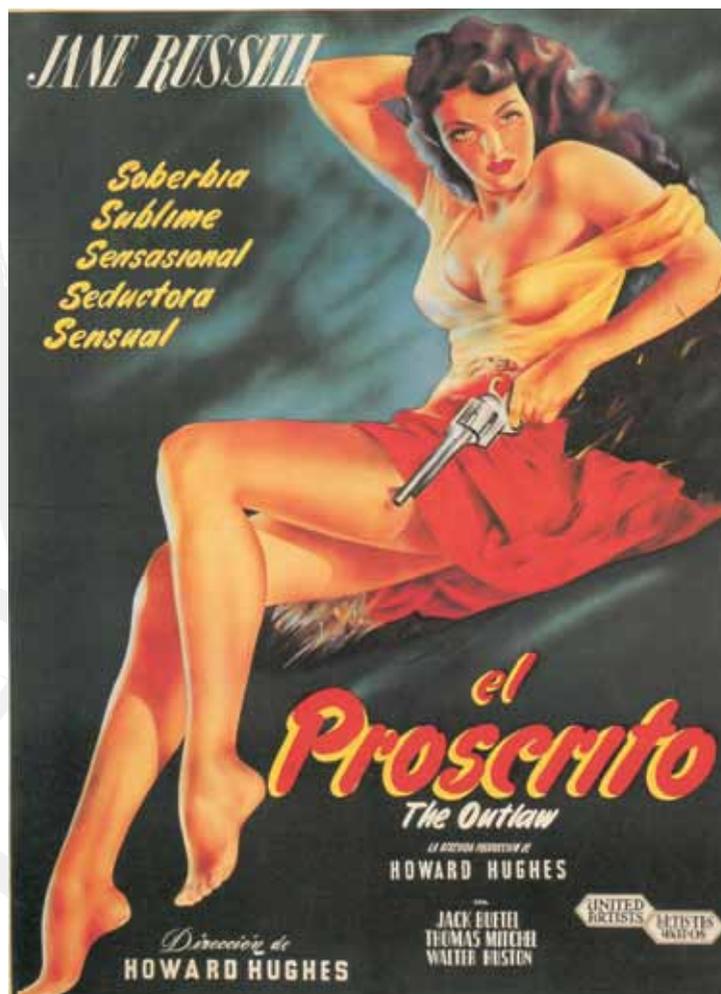
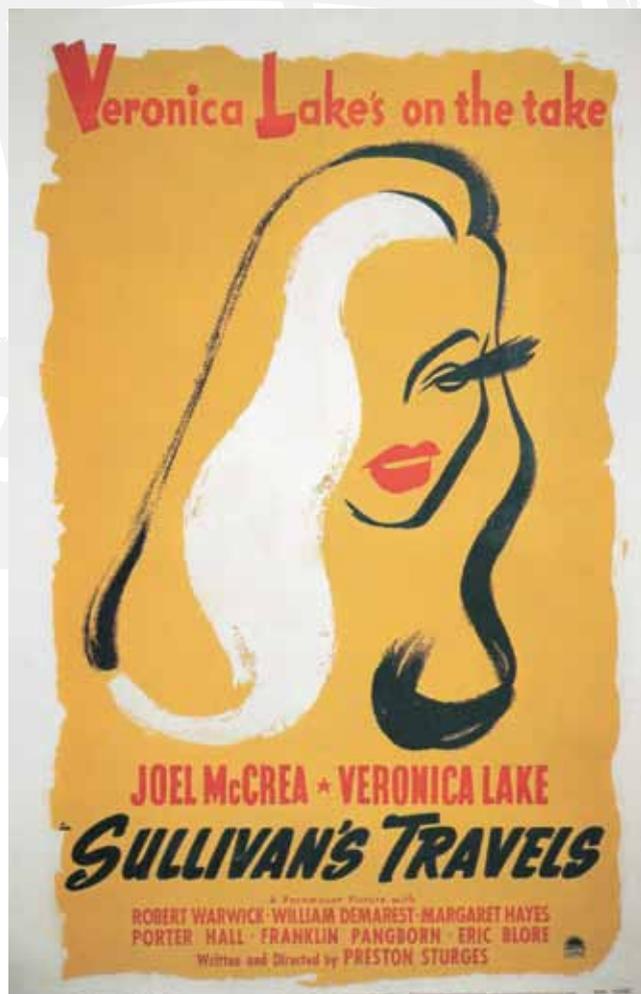
► El sombrero de copa se identifica con Fred Astaire por esta película. Aunque su estereotipo de “antimacho” lo combinaba con ropa sencilla, pero elegante, le gustaba ponerse las corbatas viejas de cinturón. Afiche de *Top Hat* (Mark Sandrich, 1935), diseño de Frederick C. Madan.

► Clark Gable y Carole Lombard se casaron el 29 de marzo de 1939. Fue la pareja más representativa de la “meca” del cine y, su intimidad, la más explotada por los tabloides. Afiche de *Al servicio de las damas* (*My man Godfrey*) (Gregory La Cava, 1936), diseño de Karoly Grosz.

enfundaba en polos y pantalones anchos que se impusieron entre los caballeros de la época como sinónimo de descuidada elegancia.

Desde entonces, los actores siempre han encontrado seguidores de su atuendo artístico y personal, si bien no con la misma frecuencia que sus colegas femeninas sí con la suficiente fuerza como para hacer de ellos modelos a seguir a través de las generaciones. El jersey que usa Anthony Perkins en *Psicosis*, que Hitchcock filma en 1960, se pone en boga con el nombre de “cuello Perkins”. Un lustro más tarde la moda son las casacas, que llegan de la Rusia en la que se desarrolla el *Doctor Zhivago* (David Lean, 1965) interpretado por Omar Sharif. Más recientemente Tom Cruise es la figura a imitar. Lle-

vando la chaqueta de cuero y las gafas ahumadas que luce Cruise en *Top Gun* (Tony Scott, 1986) muchos jóvenes se sintieron legendarios. La camiseta en reemplazo de la camisa, combinada con elegantes chaquetas deportivas, fue popularizada por Don Johnson en *Miami Vice*. Los largos abrigos negros de *Matrix* (Andy y Laurence Wachowsky, 1999) son los mismos que van a llevar los asesinos de *Bowling for Columbine* (Michael Moore, 2002) e innumerables adolescentes tocados por la ambigua figura de Keanu Reeves. Pero la imitación no se restringe a la ropa, igualmente los cortes de pelo, sus colores y diseño, los bigotes, el largo y la forma de la barba o, por el contrario, su absoluta ausencia, han sido repetidos por millones de hombres de todas las lati-



- La historia de Veronica Lake es triste, como su mirada y media cara escondida en su cabellera. Ese “look” particular, encarna el mito de la diva que cae en desgracia. Afiche de *Los viajes de Sullivan* (Preston Sturges, 1942)
- Howard Hughes, el famoso magnate de la aeronáutica, dirigió esta película en la que la sensacional Jane Russell aparece recostada en el heno con un amplio escote y sin brasier. Afiche en español de *The outlaw* (1946) diseño de Zoe Mozert.

tudes que, de esa manera, pretenden encarnar en la cotidianidad anónima de sus vidas a sus héroes de cine ficción.

El sonido y la tela

Tal como fue promocionada el 6 de octubre de 1927, *El cantante de Jazz* (Alan Crosland, 1027) pasaría a la historia como el “primer largometraje hablado y cantado del principio al fin”. Años antes de que los espectadores escucharan la canción de Al Jolson que los dejó atónitos, se habían presentado los noticieros *Movieton* y varios cortos con sonido, pero ese día, por primera vez, los actores hablaron. Y las cosas cambiaron otra vez en el cine y en la moda.

Y es que la aparición del cine sonoro señaló el ingreso del diseño de vestuario al medio porque, paradójicamente, el habla reveló el fortalecimiento de la identidad de los personajes y se consideró, con acierto, que ésta no quedaba completa del todo sin un estilo de vestir propio. Muy pronto los vestuaristas, hasta ese momento prácticamente inexistentes, adquieren relevancia dentro del equipo. Cómo vestían los personajes era un expediente tan insignificante que entonces era normal, incluso, que las propias actrices diseñaran su vestuario, que no era más que una reproducción de la ropa que llevaba cualquier mujer en la calle. Con el sonido, el vestuario deja de ser un trámite sin importancia a cargo de sastrerías y tiendas de disfraces, ahora tiene significado, entre otras porque forma parte





- Rita Hayworth fue “la reina del glamour”, según la revista *Look Magazine* “sus vestidos creaban la ilusión de mostrar más de lo que realmente se veía.” Afiche en italiano de *The lady from Shanghai* (Orson Welles, 1948) diseño de Anselmo Ballester.
- Del *star system* a un cuento de hadas, Grace Kelly se casa con el Príncipe Rainiero de Mónaco y ésta, la llamada Boda del Siglo, es considerada literalmente la unión de dos realezas. Afiche de *High society* (Charles Walters, 1956)

del relato fílmico. La voz acerca los actores a la vida, a lo cotidiano, modifica la actitud del público y, en consecuencia, la de los productores: es, entre otras cosas, la puerta de ingreso de la moda al plató y por ahí mismo a las salas de cine. La reacción del público favorable al sonido es casi inmediata a la exitosa exhibición de *El cantante de Jazz*. Por falta de inercia, el cine mudo va desvaneciéndose vertiginosamente y para la década siguiente es cosa del pasado.

El cine parlante absorbió actores y artistas de todas las pelambres, y entre los torrentes provenientes de todas partes, el de las chicas de Broadway trajo consigo joyas que embelesarían a Hollywood y luego al mundo, convirtiendo a su diseñador, Erté, en sinónimo de sofisticado cosmopolitismo. Romain de Tirtoff, verdadero nombre de Erté, (cuyo alias proviene de la pronunciación de las letras iniciales R. T., con las que suele firmar sus dibujos) se da el lujo de tener entre

sus clientes a Buster Keaton, Laurel y Hardy, Joan Crawford, etc. Erté se encargó de cubrir con joyas, en grandes producciones como *Ben-Hur*, a cientos de extras y docenas de estrellas, estableciendo con su estilo rutilante una nueva manera de lucir la belleza y la opulencia. Ello le permitiría abrir las puertas de una industria de lujo internacional que todavía hoy se mantiene en primera línea.

Los elementos de una estrella

La desaparición del silencio trae aparejado el fenómeno del estrellato. Las estrellas de Hollywood surgieron de una mezcla entre actor, o actriz, y personaje, en la que ambas identidades se traslapan, y esa especie de superposición es la que fascina a los cinéfilos. El filósofo francés Edgar Morin define así el proceso: “La estrella es el producto de una dialéctica de la persona-

lidad: un actor impone su personalidad a sus héroes y sus héroes imponen su personalidad al actor. De esta sobreimpresión nace un ser mixto: la estrella.”

Desde los albores de la industria fílmica alcanzar el estrellato significaba, entre otras cosas, la fama y la riqueza. Dependiendo de su prestigio, actrices como Mary Pickford, por ejemplo, logran contratos que les garantizan cuatro mil dólares semanales, en 1914. Para 1918 una estrellita como Colleen Moore fue capaz no sólo de desatar estampidas de fanáticos sino de embolsillarse la astronómica suma de 12 mil dólares entre el lunes y el domingo de cada semana. Un cronista de la época la define como frívola, emancipada, una casquivana con piernas, axilas y cejas depiladas. “Yo estaba de moda, moda, moda, moda, y mientras fui estrella nunca tuve vacaciones” declaró Moore cuando ya había pasado su cuarto de hora. En su momento, el pelo corto y sus impúdicos vestidos, dejando ver las pantorrillas, fueron el modelo de unas muñecas que sacaron con su imagen, llamadas Colleen, que escandalizaron e invadieron el comercio. Moore fue una precursora de las actuales superestrellas, cuyos salarios alcanzan niveles inimaginables. Para entonces el cine aun no cumplía la mayoría de edad, sin embargo se había convertido en una de las cinco más poderosas industrias del mundo y en un innegable influjo para la moda. Francia había desarrollado empresas como *Pathé frères*, que manejaba toda la cadena del proceso: producción, distribución y exhibición, y era la

más grande en el mundo. No obstante, Estados Unidos encabezaba la nueva fuente de ingresos y pronto iba a desplazar a Francia como epicentro del séptimo arte al absorber a Pathé y a Méliès por intermedio de la *Motion Pictures Patents Company*, de Thomas Alva Edison.

El star system

El cine, un arte tan joven que apenas sobrepasa los cien años de vida, ha jugado un papel indiscutible

en la configuración mental del mundo actual, quizá la moda no pueda adjudicarse una huella igual de profunda, pero no ha sido propiamente un convidado de piedra en el siglo del Genoma Humano, la bomba atómica y el sida. La moda no sólo no ha escapado a la influencia cinematográfica sino que se ha nutrido y enriquecido con sus aportes. Esa consanguinidad, aunque ha sido de varios niveles, fue de primer grado en las décadas que van del 30 al 50 en virtud del *star system*, creación del magnate cinematográfico William Fox. Ambicioso y audaz Fox inaugura esta nueva época creando a Theda Bara (Theodosia Goodman), a quien promueve bajo el slogan de “la mujer más perversa del

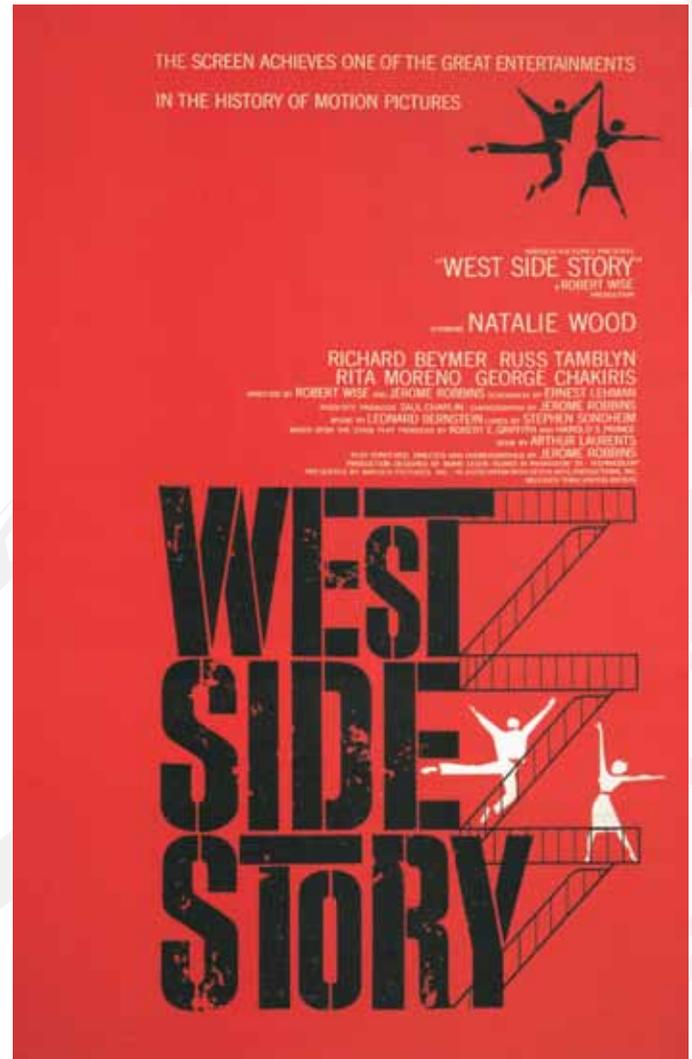
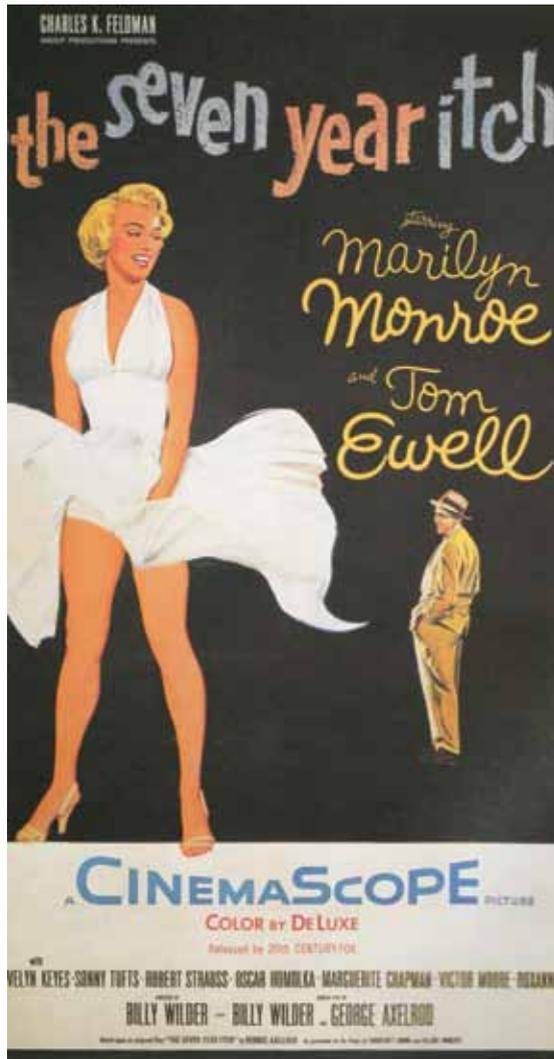
mundo”. Le inventa, para sustentar la impresionante definición, una vida por completo ficticia, incluido el nombre artístico, modalidad que en adelante y hasta hoy hará parte de la identidad de dichas criaturas — productos— concebidas y desarrolladas en los estu-



► Humphrey Bogart pone de moda el Fedora, sombrero de media ala y cintillo, con el que aparece en este afiche. Versión en francés de *The enforcer* (Bretaigne Windust y Raoul Walsh, 1951)



El estilo de la ropa y la belleza única de Nathalie Wood se convierten en el modelo a seguir por quienes fueron influenciados, en 1961, por su papel en *West Side story*.



- ▶ La imagen de Marilyn Monroe con la falda vaporosa al aire, se ha vuelto a lo largo del tiempo en un símbolo de la libertad sexual. Su vida es, hoy, el mito que representa la carga de ser tan bella. Afiche de *La comezón del séptimo año* (Billy Wilder, 1955)
- ▶ “Lo que sucede entre portorriqueños y gringos en las calles Sesenta y ocho y Ciento diez de una barriada de Nueva York encuentra jóvenes imitadores en todo el mundo.” El autor. Afiche de *West Side story* (Robert Wise, 1961)

dios. Estos mismos seres generaron en proporción geométrica inmensas fortunas para ellos y los productores de sus filmes.

Pero con todo y el frío cálculo de una industria cinematográfica, que persigue ante todo resultados cada vez más rentables en la taquilla a través de sus *staffs*, los comportamientos del público siempre generan oscilaciones tan impredecibles como un terremoto, de modo que pueden hacer inesperados recorridos en pro o en contra de la moda. En 1934 se exhibe una película llamada *Sucedió una noche* (Frank Capra, 1934) en la cual Clark Gable se quita la camisa y bajo ella no hay camiseta. Ese pequeño detalle tuvo un negativo alcance para los productores de camisetas, que vie-

ron como sus ventas se desplomaban de inmediato. Exactamente lo opuesto ocurrió con el níveo y vaporoso traje, de grandes mangas, que lució Lauren Bacall durante el estreno de *Letty Linton* (Clarence Brown, 1932) dos años antes. El *look* de la futura esposa de Humphrey Bogart generó una disparada de pedidos en los almacenes Macy's, de Nueva York. Como si ese modelo se estuviera regalando, en pocos días la cadena vendió medio millón de copias de aquel vestido. Ahora, en éste, como en muchos otros casos, antes y después, no se trata exclusivamente de un capricho emocional de las espectadoras capturadas por el fulgor de su estrella favorita, no: esos ropajes han sido cuidadosamente concebidos por diseñadores que forman



CASINO ROYALE
 IS TOO MUCH
 FOR ONE JAMES BOND



CASINO ROYALE
 IS TOO MUCH
 FOR ONE JAMES BOND



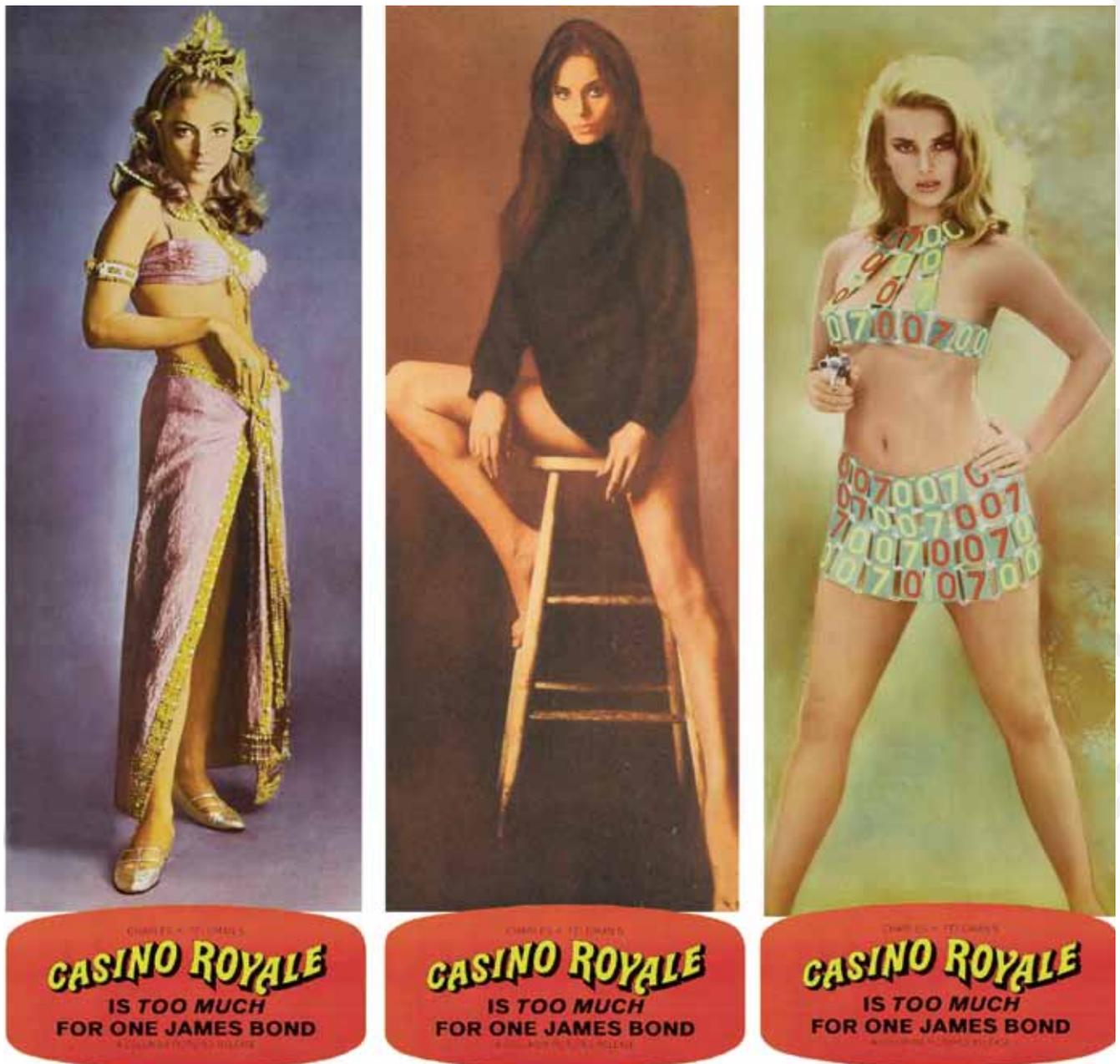
CASINO ROYALE
 IS TOO MUCH
 FOR ONE JAMES BOND

► Las chicas Bond son tan de moda como el modelo de los carros, los relojes, el smoking, el *Dry Martini* y los juguetes de James Bond. Piezas promocionales de *Casino Royale* (John Huston y otros, 1966).

parte de la historia de la moda. La socióloga Isabel Rech Oliván expone con mucho tino este hecho cuando advierte que el cine “no solamente tiene la capacidad de proponer una moda que puede ser interesante y atractiva para el espectador sino que la misma moda y la frecuencia de su aparición dentro de un espacio de tiempo, determina una reacción específica: la necesidad del espectador de modificar su identidad para asimilar la de un personaje determinado a través del vestido.”

A lo largo de cientos de filmes se verá esa alianza estética y semiológica mediante la cual nombres sobresalientes de la moda y el cine hacen equipo. Así pueden estar en una misma atmósfera nombres como el de Sir Cecil Beaton, Edith Head, Gilbert Adrian, Paul Iribe, Natacha Rambova, Beatrice Dawson, Alfred Hitchcock y Cecil B. de Mille, por mencionar algunos. Tal combinación de talentos no es una historia aislada, se repite en la génesis de la moda y el cine de manera reiterada.



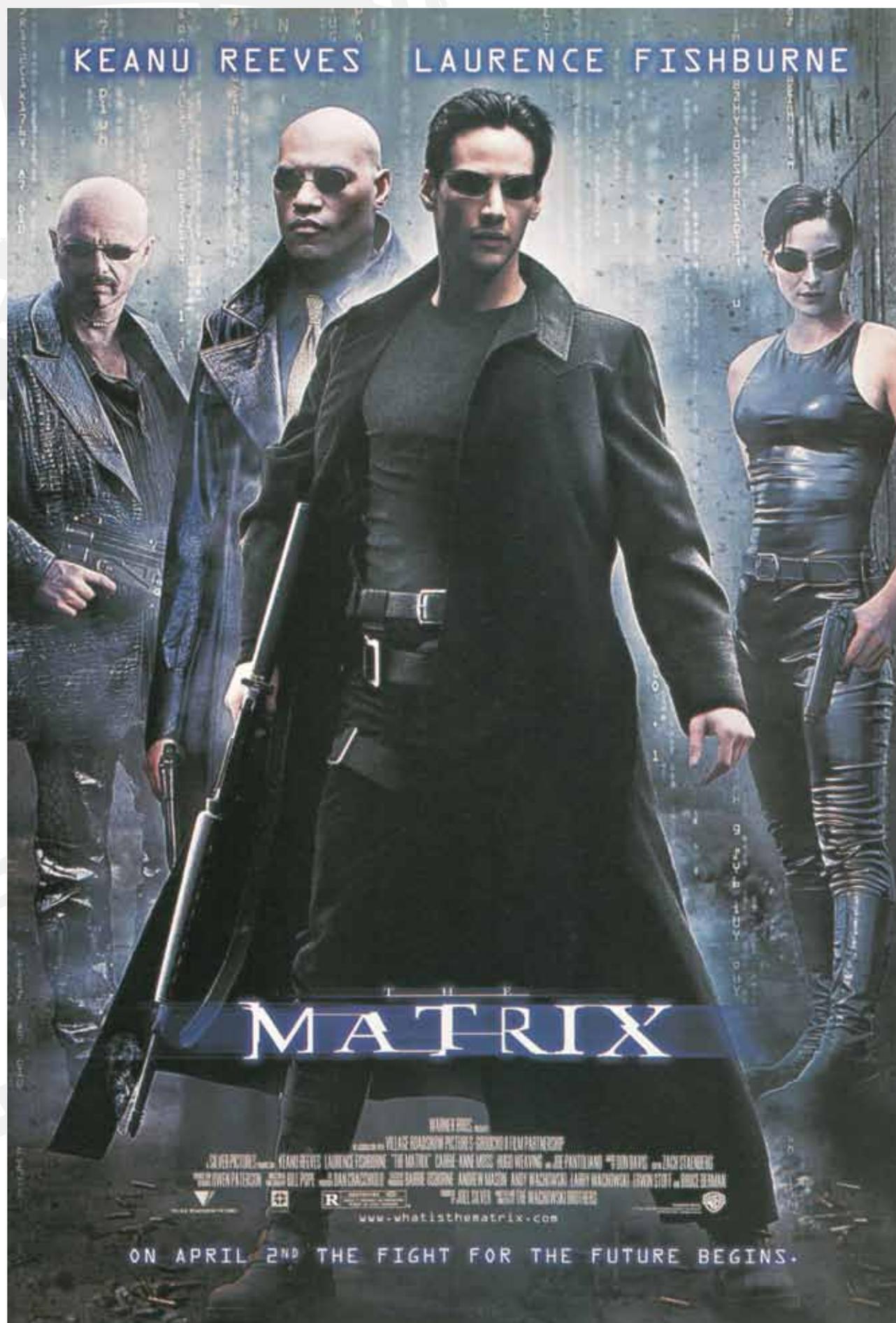


► (continuación). Las chicas Bond. Piezas promocionales de *Casino Royale* (John Huston y otros, 1966).

¿Vestuario no es lo mismo que moda?

El mágico proceso de identificación mediante el cual el individuo solitario en la sala de cine va transformándose en la imagen que tiene en frente, aunque en realidad ésta no sea más que ficción, se reproduce una y otra vez desde que las películas tuvieron una historia para contar. Vestimentas, gestos, maquillajes, abalorios y formas de hablar, y actuar, irrumpen en medio planeta a través del cine a cada tanto.

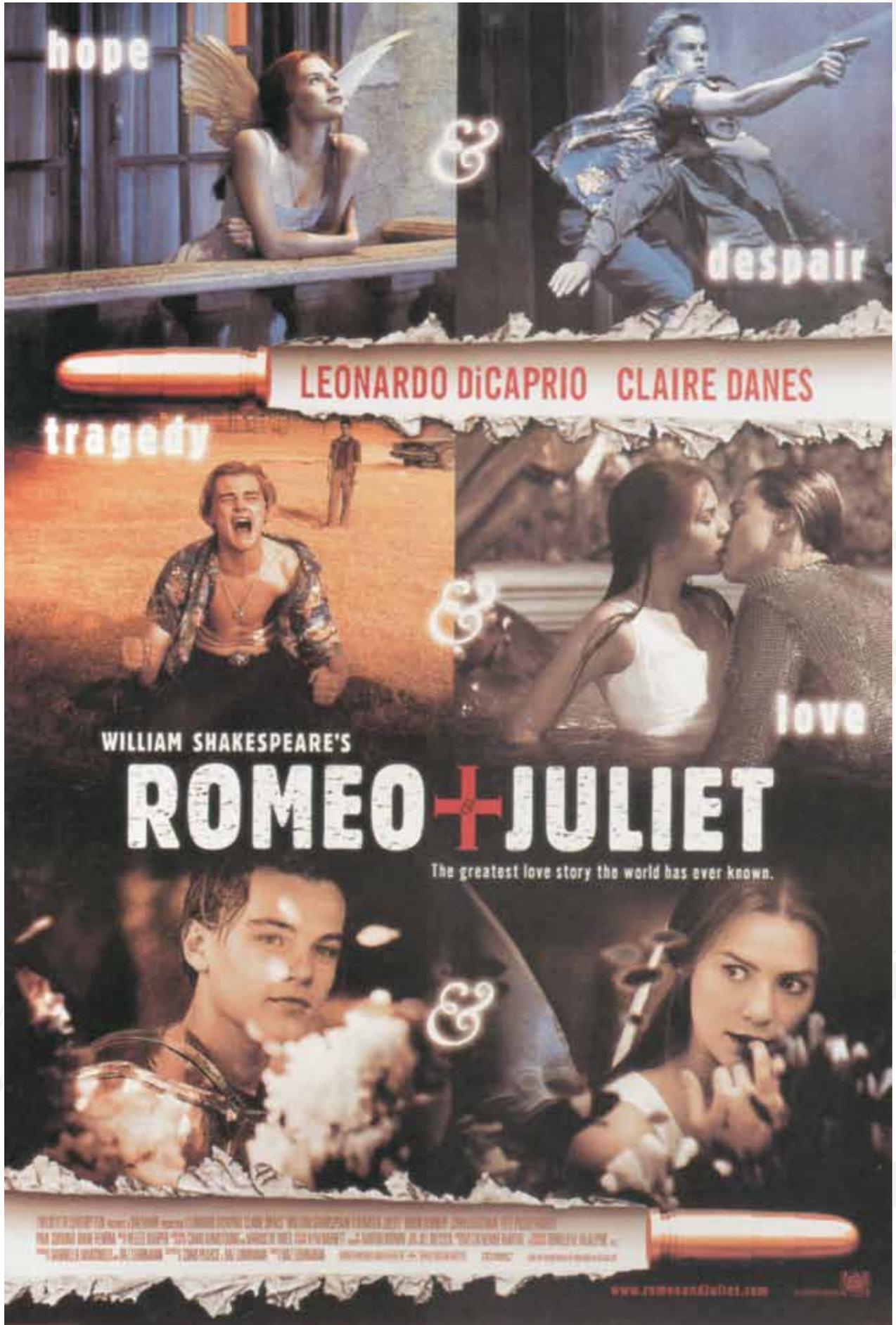
El cinematógrafo opera como una fuente de experiencias subliminales lícitas, entonces, en el momento menos pensado, de la pantalla a la realidad salta un nuevo estilo de individuo. *West Side story* (Robert Wise, 1961), *Fiebre de sábado en la noche* (John Badham, 1977), *Fame* (Alan Parker, 1980), *Grease* (Randal Kleiser, 1978), para mencionar sólo algunos títulos en la línea de musicales que generaron estilos y comportamientos entre la juventud, y que contribuyen a la filmoteca de subculturas que utilizaron la ropa del cine como lenguaje y distintivo.



► Esta película logró influir en el comportamiento de la juventud. No fueron sólo los abrigos negros y las gafas oscuras, sino el reforzamiento en los hábitos femenino y masculino que se han venido homologando. Afiche de *The Matrix* (Hermanos Wachowsky, 1999) diseño de Joel Wayne.



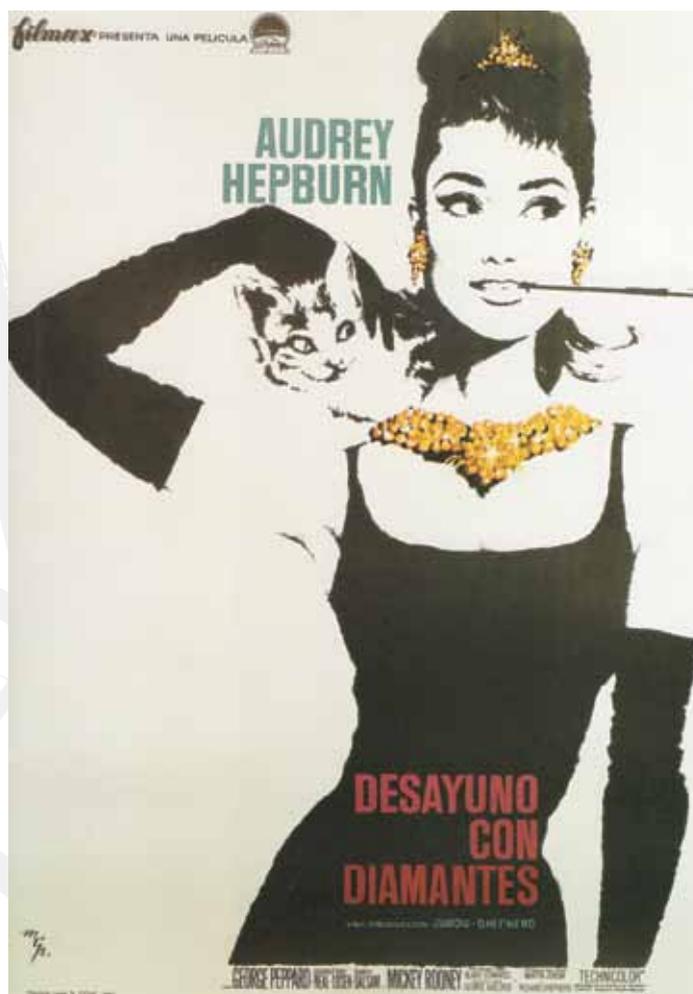
► *Remake* en el que todo brilla por su diseño: las hebillas, los herrajes de las botas, el cuero, las cachas de las armas; los logotipos de ambas familias hasta en los rines de los carros. Sin embargo, ante tanta híper-realidad se mantienen los diálogos en el inglés clásico shakespeariano. Afiche de *Romeo + Julieta* (Baz Luhrmann, 1996) diseño de Steve Parani.



Entre navajas, amores y pandillas *West Side story* es a la vez una representación del empuje que ejerce la necesidad de cambios en una sociedad rica, pero discriminadora, enfrentada a la fuerza invencible del amor. Lo que sucede entre portorriqueños y gringos en las calles Sesenta y ocho y Ciento diez de una barriada de Nueva York encuentra jóvenes imitadores en todo el mundo. Esa mimesis se expresa en la forma de vestir chamarras y jeans que se convierten en símbolos de rebeldía. El corte de pelo, el color de la mirada y la belleza única de Nathalie Wood se convierten en el modelo por excelencia. En la vida real el jean adquiere un nuevo status y la Academia de Artes y Letras consagra el film con diez premios Oscar, mientras que en París *West Side story* se mantiene en cartelera, en una misma sala, durante seis años continuos.

Edith Head es considerada la gran dama del diseño de vestuario de Hollywood. Su impresionante filmografía supera el millar de películas e incluye éxitos con casi todas las grandes estrellas femeninas de su tiempo, Bette Davis en *Eva al desnudo* (*All about Eve*) (Joseph Mankiewicz, 1950), Gloria Swanson en *el Crepúsculo de los dioses* (*Sunset Boulevard*) (Billy Wilder, 1950), Elizabeth Taylor en *Un lugar en el sol* (George Stevens, 1951), Audrey Hepburn en *Vacaciones en Roma* (William Wyler, 1953), y Marlene Dietrich en *Testigo de cargo* (Billy Wilder, 1957). Para cualquiera esto representaría una vida profesional absolutamente realizada, pero Head, como esos dramaturgos y escritores del Siglo de Oro español cuya producción sobrepasa cualquier cálculo, no se conforma con su asombrosa prolijidad, y va más allá, se convierte en la diseñadora favorita de Alfred Hitchcock. Head hizo del vestuario un arte, y aunque nunca pretendió que lo suyo fuese la alta costura, con su trabajo para el maestro del suspenso traspuso las fronteras del vestuarismo al convertir en clásicos de la moda muchas de las prendas concebidas para sus heroínas; entre ellos los inolvidables vestidos de Grace Kelly en *La ventana indiscreta* (*Rear window*) (1954) y *Atrapar al ladrón* (1955). Pero es en *Vértigo* (1958) donde la gran dama, aparte de su infalible olfato estético, demuestra cuánto sabe del relato cinematográfico al convertir el vestuario de Kim Novak, la protagonista, en parte de la narración. Head recibió a lo largo de su carrera ocho premios Oscar, pero fue nominada a treinta y cuatro.

No obstante lo anterior, hay que decir que vestuario y diseño de moda no son la misma cosa. El primero sólo es susceptible de convertirse en moda cuando trasciende las fronteras de las salas de exhibición y se



► Los pantalones tipo Capri, el cuello de tortuga negro, las zapatillas sin tacón, los sombreros voladizos, las pañoletas de seda y las perlas, todo lo que Audrey Hepburn usaba se convertía en moda. Afiche en español de *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961) diseño de la firma MCP.

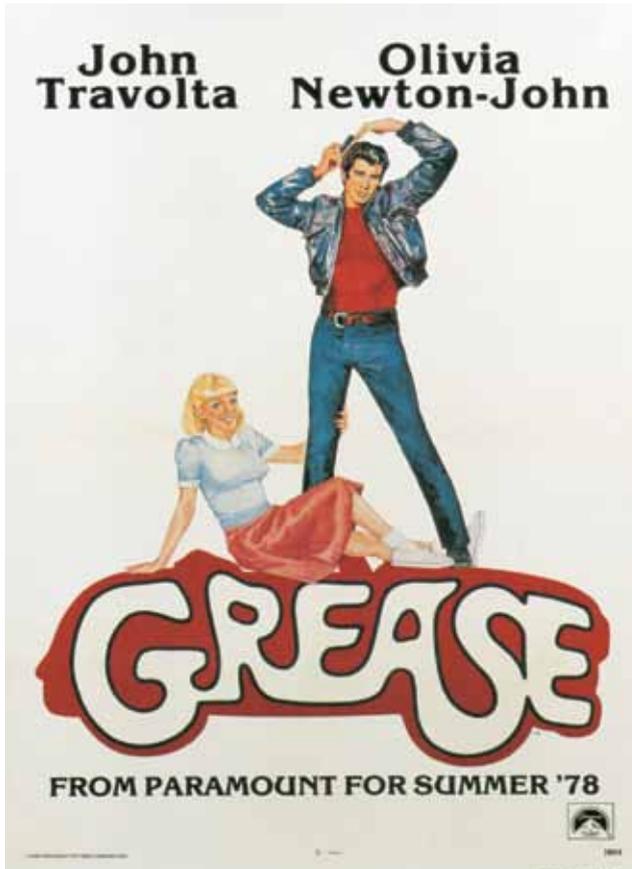
expande por calles y ciudades sin que nadie, realmente, pueda predecir cuándo ni por qué sucederá. Al respecto Rech Oliván, observa que “desde mediados del siglo XX, psicólogos y sociólogos se han preocupado por la relación entre cine y moda particularmente por las influencias recíprocas entre ambos. Se ha analizado el cine como medio de legitimación, generación e imposición de gustos y valores. También se ha afirmado que el cine y la moda son manifestaciones culturales que han operado compenetrados sincronizadamente”.

Volver al pasado

Marlene Dietrich, una de las grandes divas de todos los tiempos, sentenció alguna vez: “Nos reímos de la moda de ayer, pero nos emociona la de anteayer cuando está en vías de convertirse en la de mañana”.



Ocurrirían, durante los años locos de la Generación Perdida, cosas tan terribles como que a Theda Bara, primer producto del *star system*, se le ocurriera introducir el beso en la boca.



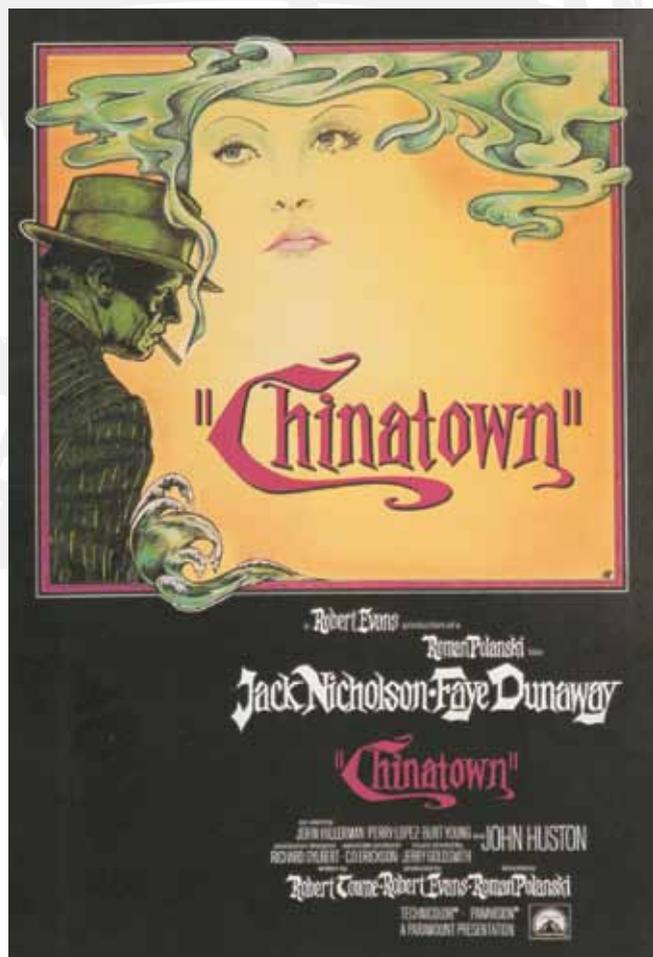
- ▶ La gomina, los pantalones apretados de cuero, el copete, los encendedores Zippo, el Rock and Roll, los autocines, las medias tobilleras, los zapatos combinados... la moda de los sesenta en *Grease* (Randal Kleiser, 1978)
- ▶ “La belleza se gana. Puedes usarla o abusar de ella cuando estás joven, mientras aprendas a no obsesionarte con la diversión, ni volverte narcisista.” Charlotte Rampling. Afiche en alemán de *Portero de Noche* (Liliana Cavanni, 1974)

na”. En los años 70 Theodora van Runkle recupera la distinción del género policiaco con el filme de Arthur Penn *Bonnie and Clyde* (1967). Su concepto del vestuario hace lucir a Faye Dunaway tan violentamente atractiva que las modistas y las ventas de segunda son invadidas por jovencitas, y otras mujeres no tan jovencitas, en busca de esos sastres justos. Todas quieren llevar la *evasse*: falda a media pierna —pariente directa de la maxifalda de Mary Quant— que Dunaway lucía con un donaire trágico irresistible. La fiebre retro multiplicó los pedidos de telas a cuadros y los trajes de “rayado diplomático”. Las boinas de Nino Cerruti, remembranzas de la Dietrich, de la Divina Garbo, de la Bacall, se instalaron en los closets de las mujeres.

Otra película inevitable produce un efecto semejante y, al mismo tiempo, se adelanta al futuro, haciendo que nos preguntemos ¿en qué momento Charlotte Rampling, la estilizada y misteriosa Rampling, se convirtió en la inspiración de una generación de punks sin futuro? Porque aunque suene un poco bizarro así fue

luego de que Liliana Cavani presentara su clásico *Portero de noche*, en 1973. Luciendo unas calzonarias que hacían poco para cubrir sus pechos, amplios pantalones y una gorra de oficial nazi, ella y sus ojos verdes escandalizaron a un público curado de espantos. Haciendo el papel de una judía sometida sexualmente en un campo de concentración alemán, Rampling reveló que bajo la degradante sumisión militar el erotismo tiene un papel que jugar en pro de la sobrevivencia.

Otra inspiradora figura, mezcla de mito, realidad y ficción, la pintora mejicana Frida Kahlo, devino personaje del cine y, a través de él, de la moda. De las tres películas existentes sobre Frida Kahlo, probablemente la más valiosa cinematográficamente hablando sea la propuesta de Paul Leduc, en la que Ofelia Medina, la mayor parte del tiempo desde una silla de ruedas, presenta al espectador una perspectiva semejante a la que debió tener la artista durante buena parte de su intensa y dolorosa existencia. Empero, la compenetración y el parecido físico de la actriz con Kahlo, más el



► Faye Dunaway fue de las primeras mujeres reconocidas como parte de la cultura de la cirugía estética. Hoy, los labios inyectados, el cuello y los párpados estirados no causan tanta extrañeza entre las otrora divas del cine. Afiche de *Chinatown* (Roman Polansky, 1974)

► “Llevando la chaqueta de cuero y las gafas ahumadas que luce Tom Cruise en esta película, muchos jóvenes se sintieron legendarios.” El Autor. Afiche de *Top Gun* (Tony Scott, 1986)

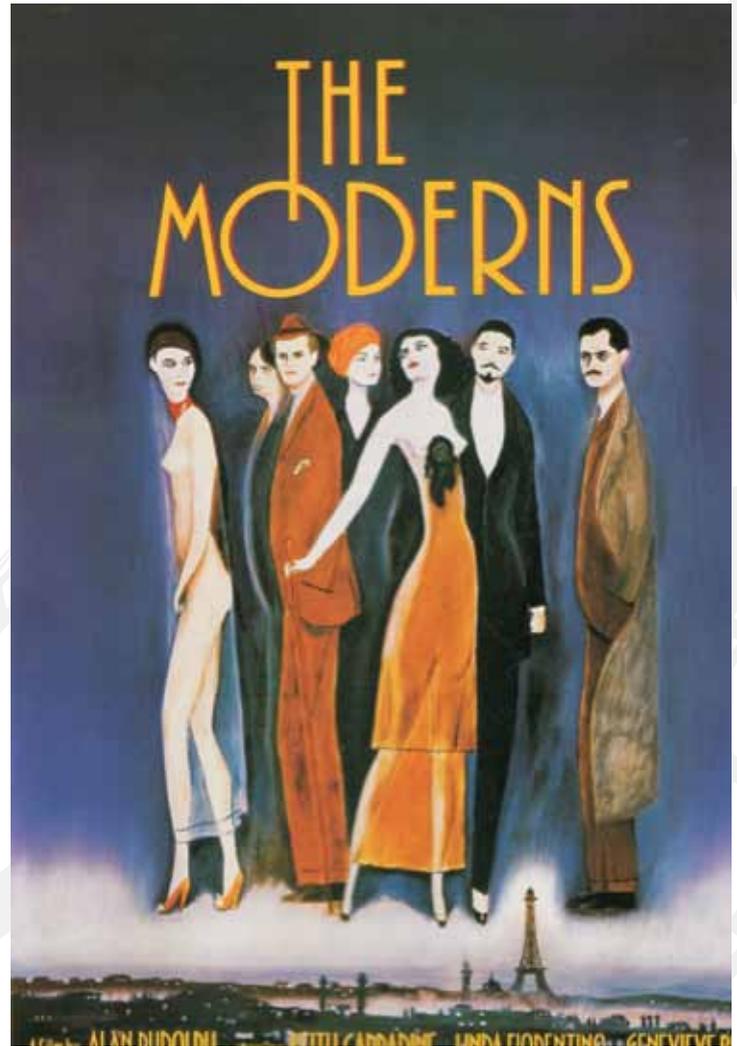
trabajo inteligente de Leduc y su director de fotografía Ángel Goded, no bastan para superar la popularidad lograda por la versión comercial de Julie Taymor, en la que Salma Hayek interpreta a Kahlo. Sin mucho más que aprovechar comercialmente la fama del personaje, la película merecería seis nominaciones al Oscar y popularizó el atuendo de la pintora. Esos ropajes, que provienen de un coctel vestimentario preparado por la artista, mediante la combinación de los textiles orientales, chinos e indios, que mandaba bordar, con los típicos trajes de las mujeres tehuanas, llevan a muchas mujeres a vestirse como ella. Kahlo siempre mandó a hacer su ropa, de modo que su estilo único es lo que buscan en las tiendas de México y Estados Unidos y buena parte de América y Europa sus seguidoras, miles de las cuales se enteraron de su existencia gracias al film de Taymor.

La reina del glamour

Si fuera necesario definir el prototipo perfecto que combine felizmente cine y moda, con seguridad una de las figuras que de inmediato acudirán a la mente es la de Audrey Hepburn: su estilizado cuello, las elegantes cejas y ese inocultable aire aristocrático que la envuelve como un halo de los pies a la cabeza. La percepción se refuerza con dos hechos paradójicos que, sin embargo, son la clave de esta alianza: por un lado se identifica a la anglo-belga como un icono de la moda y, al mismo tiempo, el American Film Institute la considera la tercera mejor actriz de cine de todos los tiempos. De modo que aquí la asociación moda/frivolidad por obligación se disuelve ante la contundencia del talento. Bailarina y modelo, Hepburn alcanza la fama muy pronto, tras un par de películas que



En la película, *Gia*, el submundo de la moda sale a flote y el glamour y la sofisticación se transforman en antecámaras de la degradación, del viaje sin retorno que es para muchos la fama.



- ▶ El guardarropa, el carro, el apartamento y el estilo de vida de Richard Gere se identifican, a comienzo de los 80, con la vida del “prostituto” californiano. Afiche de *American gigolo* (Paul Schrader, 1980)
- ▶ La moda bohemia del París de los 20, una sociedad de artistas dedicados al placer como estilo de vida, a la manera de París era una fiesta de Ernest Hemingway. Afiche de *The moderns* (Alan Rudolph, 1988)

hoy estarían en el olvido de no ser por ella. Durante la filmación de una de ellas fue elegida protagonista del musical *Gigi* (Vincente Minelli, 1958), por el cual obtiene el Theatre World Award. A continuación hace *The secret people* (Thorold Dickinson, 1952), su primera película importante según la crítica, sin embargo es *Verano en Roma (Roman holiday)* (1953), con Gregory Peck y dirigida por William Wyler, la que la convierte en estrella.

Contrario a lo que cabría suponer dada su natural elegancia clásica, a Hepburn se le atribuye haber impuesto la tendencia del *look* casual sobre el glamoroso, convirtiéndose así en la primera de las “muchachas no divas”, en contra de lo que dictaba el *star system*. No obstante su fulgurante carrera como actriz, modelo

y bailarina, la película que estableció esa reputación de desenfadada exquisitez fue *Desayuno con diamantes (Breakfast at Tiffany's)* (Blake Edwards), basada en la novela de Truman Capote, que ella definió como “el papel más jazz de mi carrera”. Hubert de Givenchi impuso un estilo al que los críticos denominaron la “elegancia sofisticada” a través de Cara de ángel, como se conoció a Audrey Hepburn en el mundo. El modisto francés, contrario a cualquier asomo de extravagancia, perfilaría con sus diseños el delicado espíritu de la época, cuyo modelo insuperable fue la actriz. De hecho *Desayuno con diamantes* provoca en 1961 tantas tendencias que el Museo de Washington la selecciona entre las películas norteamericanas que constituyen un testimonio de época.

El público sin discriminación de sexo sucumbió ante su delicada gracia en clásicos como *Sabrina* (1954) y *Ariane* (1957), de Billy Wilder; *My fair lady* (1964) de George Cukor; o *Funny face* (1957) y *Charada* (1963) dirigidas por Stanley Donen. *Always* (1989) de Steven Spielberg, sería la última película de su vida, que acabó a los 62 años.

El influjo del *look* Hepburn continúa teniendo sorprendente vigencia. El pelo recogido, sus grandes gafas ahumadas, los pañuelos en la cabeza y los amplios sombreros, son sinónimos del "glamour Audrey" tan vivo aun.

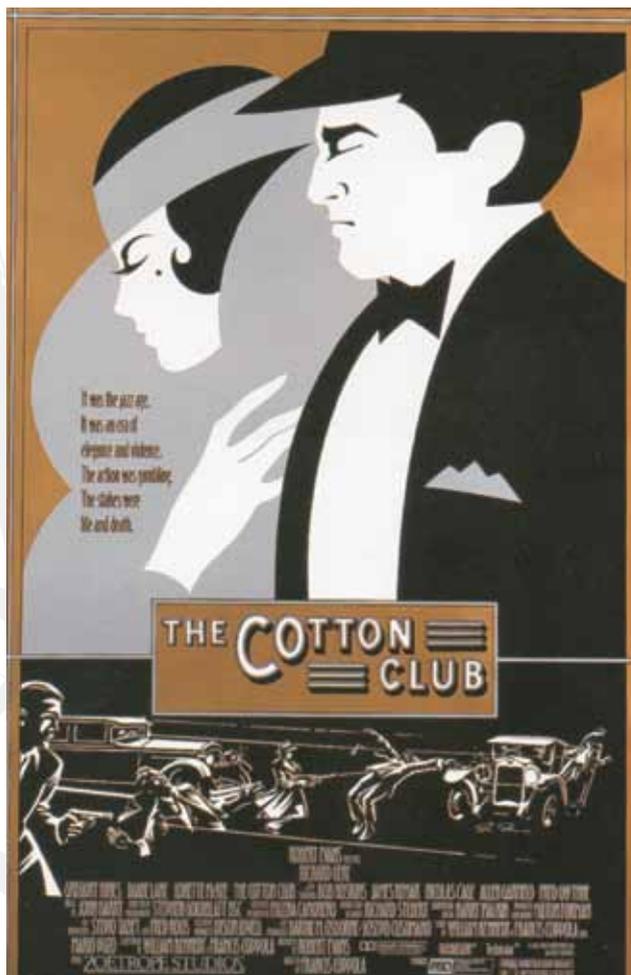
Al finalizar la primera década del siglo XXI es posible encontrar en las revistas *light* y de diseño de moda su manera de vestir, e incluso de peinarse y sonreír, multiplicada en las calles, pasarelas y eventos de los llamados *fashion*.

El mundo de la moda en la gran pantalla

En una relación tan estrecha como la que hemos visto entre el cine y la moda sería ilógico que la segunda no fuese tema del primero y viceversa. Hay muchos ejemplos al respecto, pero no cabe aquí una relación pormenorizada, por tanto bastará citar algunos filmes que, ocupándose del tema, han alcanzado el reconocimiento de los espectadores y el público, puesto que como observa Andrea Martínez Maugard "[...] en cada generación aparece alguna visualización sobre el mundo de la moda en la gran pantalla. Ya sea con elementos *fashion*, con personajes importantes o uno que otro detalle, ambos mundos se benefician totalmente."

En plena era del *Swingin' London* y basada en un cuento de Julio Cortázar (*Las babas del diablo*), Michelangelo Antonioni hace una de sus más memorables películas: *Blow up* (1966). Tomando como modelo a David Bailey, un profesional que durante décadas trabajó para *Vogue* y otras revistas de moda, Antonioni retrata el diario vivir de un fotógrafo. David Hemmings, Vanessa Redgrave, fabulosos modelos y un inesperado asesinato entretejen una historia en la cual participan Verushka y Peggy Moffitt, verdaderas supermodelos del momento. *Blow up* constituye, por varias razones, un fresco de la época.

Cuando Stanley Donen rueda *Funny face* con Audrey Hepburn, ella es transformada en modelo y Fred Astaire, el fotógrafo que la descubre, imita a Richard Avedon, uno de los maestros de la fotografía de moda. Entre desfiles de Christian Dior, tiendas de moda y románticos bulevares parisinos surge el amor y el público



► Harlem, Nueva York, el blues y el jazz como espectáculo de élite en los años 20, mezclados a la cultura de la mafia y el brillo del dinero mal habido. Afiche de *The Cotton Club* (Francis Ford Coppola, 1984) diseño de Ron Brant.

se rinde cautivado no sólo por las dotes de los protagonistas sino por los atuendos negros y los *leggings* combinados con los famosos zapatos bajos de Hepburn. Al evocarla, resulta imposible no hablar del charme y el talento derrochados en el filme.

Prêt-à-Porter, de 1994, no obtuvo las mejores críticas en su momento, sin embargo hoy se la empieza a comprender de otra manera. Como sea, una película de Robert Altman que aborda las múltiples facetas del mundo de la moda, y las desenmascara, no podía ser inocua. Aunque Altman entreteje con sus personajes varias historias la protagonista es la moda, tanto que aparte de Anouk Aimée, Sophia Loren y Marcello Mastroianni, por la pantalla desfilan el París chic de siempre y Claudia Schiffer, Christy Turlington, Carla, Linda Evangelista y Naomi Campbell. Es decir, lo más resplandeciente del modelaje de la Alta Costura.

Gia Marie Carangi fue la supermodelo de los años 80, la pasarela parecía haber sido inventada para ella;



Los largos abrigos negros de *Matrix* son los mismos que van a llevar los asesinos de *Bowling for Columbine* e innumerables adolescentes tocados por la ambigua figura de Keanu Reeves.



► ¿Quién influencia a quién? Esta es una de las muchas películas en que los actores, en este caso Alain Delon, usan la gabardina al estilo de Humphrey Bogart. Afiche de *Le samourai* (Jean-Pierre Melville, 1950) diseño de René Ferracci

diseñadores, fotógrafos y editores la adoraron tanto como el público, pero eso no sirvió para salvarla de la soledad y las drogas. Su dolorosa historia, paradójicamente, fue el trampolín hacia la fama para Angelina Jolie, que la interpretó en 1998, bajo la dirección de Michael Christopher. En la película, *Gia*, el submundo de la moda sale a flote y el glamour y la sofisticación se transforman en antecámaras de la degradación, del viaje sin retorno que es para muchos la fama.

La cinematografía actual, al menos la occidental, podría definirse como una suerte de post *star system*, en el cual la estrella surge por generación espontánea y de igual manera desaparece. Las nuevas tecnologías y conceptos comerciales son algo así como la depuración de los propósitos de William Fox hace casi un

siglo, de modo que hoy una superproducción puede costar cientos de millones de dólares y multiplicar esa inversión hasta alcanzar cifras que servirían para alimentar varias generaciones de comunidades tercermundistas. También los salarios de las estrellas se han incrementado en la misma proporción, de tal forma que los 12 mil dólares que Moore ganaba a la semana, una actriz como Angelina Jolie los gana por minuto. Concebidas para el consumo masivo, este tipo de películas no suele tener ninguna pretensión artística, lo que no obsta para generar moda, puesto que al fin y al cabo esta tampoco hace ninguna exigencia intelectual.

De 1900 a hoy el centro de gravedad del cine se ha desplazado definitivamente a los Estados Unidos, pero Francia, París en particular, continúa siendo un referente universal de la *Haute Couture*. La influencia mutua entre cine y moda también ha variado, por lo menos en su mecánica de intercambio. En todos los continentes se filman películas, las salas y las pantallas han cambiado, los productores siguen teniendo nuevos campos de acción y la moda vive una historia semejante en cuanto a su expansión, pero el fulgor de las estrellas no parece deslumbrar con la misma intensidad ni de la misma manera a los espectadores. Ahora nuevos directores de cine y diseñadores de moda dominan el panorama, y por esos vaivenes del gusto y sus circunstancias la historia de esta pareja y su público tiene como punto de encuentro los festivales de cine y la ceremonia de entrega del Oscar. Desde cuando Gianni Versace comenzó a vestir a las actrices, la alfombra roja incide más en la moda que cientos de largometrajes.

Difícil predecir el porvenir de esta alianza, no sólo porque cada día se cierran salas de cine en todo el planeta sino porque la moda ha escapado de las pasarelas y ahora también proviene de las estrellas del rock y otras expresiones multitudinarias. Como sea, en esta génesis que ya sobrepasa el siglo es posible concluir algo que quizá a Freud le hubiese sorprendido: que el nacimiento y origen de estas dos artes, pese a que las casualidades... no existen, parece puramente casual.

GUSTAVO REYES RODRÍGUEZ

Periodista egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Ha ejercido como creativo publicitario, editor, columnista, profesor universitario y conferencista especializado en periodismo y temas culturales.