

**Cómo citar:** Cruz Pérez, Danny. 2024. Construyendo iconos. Diseñadores de moda y diseño de vestuario en el cine de los años 60: Chanel, Givenchy y Saint Laurent. *Alejandría* 3, 79-100.  
[www.um.es/cepoat/alejandria/archivos/6651](http://www.um.es/cepoat/alejandria/archivos/6651)

# Construyendo iconos. Diseñadores de moda y diseño de vestuario en el cine de los años 60: Chanel, Givenchy y Saint Laurent

## Building icons. Fashion designers and costume design in the 60s cinema: Chanel, Givenchy and Saint Laurent

Danny Cruz Pérez<sup>1</sup>  
Universidad de Murcia

Recibido: 14-11-2023 / Aceptado: 30-2-2024

### Resumen

El presente trabajo aborda las relaciones entre diseño de moda y vestuario de cine, tomando como marco cronológico la década de 1960. Para el estudio de dichas conexiones se parte de una aproximación al oficio del diseño de vestuario, donde se subrayan cuestiones como la capacidad de la indumentaria para singularizar personajes y construir identidades, o su carácter narrativo. En segundo lugar, se plantea una breve historia del diseño de vestuario en la que se pone especial atención a los entrecruzamientos entre *couturiers* y el séptimo arte. Seguidamente, se aborda la labor de tres de los grandes modistas del siglo XX: Gabrielle Chanel, Hubert de Givenchy e Yves Saint Laurent. De cada uno de ellos la investigación analiza la gramática de su estilo; sus respectivas trayectorias como diseñadores de vestuario, desde los inicios hasta sus últimas participaciones en el medio cinematográfico; y se estudia una selección de cinco películas en las que trabajan. Dichos títulos son: *L'année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961), *Il lavoro* (Luchino Visconti, 1962), *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961), *Charade* (Stanley Donen, 1963) y *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967).

Palabras clave: Chanel, cine, diseño de vestuario, Givenchy, Saint Laurent.

### Abstract

This work addresses the relationships between fashion design and film costumes, taking the 1960s as a chronological framework. The study of these connections is based on an approach to the craft of costume design, which highlights issues such as the ability of clothing to single out characters and build identities, or its narrative character. Secondly, there is a brief history of costume design in which special attention is paid to the intersections between *couturiers* and the seventh art. Next, the work of three of the great *couturiers* of the twentieth century is addressed: Gabrielle Chanel, Hubert de Givenchy and Yves Saint Laurent. From each of them the research analyzes the grammar of their style; their respective trajectories as costume designers, from the beginning, until their last participations in the cinematographic medium; and a selection of five films in which they work is studied. These titles are: *L'année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961), *Il lavoro* (Luchino Visconti, 1962), *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961), *Charade* (Stanley Donen, 1963) and *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967).

Keywords: Chanel, cinema, costume design, Givenchy, Saint Laurent

<sup>1</sup> [danny.cruzp@um.es](mailto:danny.cruzp@um.es) - [orcid.org/0009-0002-4021-7733](https://orcid.org/0009-0002-4021-7733)



## 1. Introducción

El presente artículo surge de la necesidad que se ha advertido en torno a la teorización y el análisis de las incursiones que numerosos diseñadores de moda han realizado en el medio cinematográfico a lo largo de la historia. En este sentido, dada la evidente amplitud de la materia, se decidió establecer una delimitación cronológica, la década de 1960, por tratarse de un espacio temporal paradigmático en lo referente a nuestra investigación. Por ello, el objetivo fundamental de este trabajo es la realización de un acercamiento analítico en torno a una serie de títulos seleccionados, yendo más allá de la simple enumeración y procurando adentrarnos en el vestuario de cine realizado durante los años sesenta por tres figuras clave en el desarrollo de la moda del siglo XX: Gabrielle «Coco» Chanel, Hubert de Givenchy e Yves Saint Laurent. En esta línea, se pretende atender a las relaciones y espacios de encuentro existentes entre los tres creadores y sus confecciones. Además, se ha intentado ofrecer una amplia aproximación de la trayectoria de cada *couturier* en el cine. Asimismo, nuestra propuesta busca determinar en qué medida los diseñadores logran establecer una simbiosis personaje-vestuario e indumentaria-narración, sin dejar de lado la gramática propia de su estilo. A este respecto, se abordarán a su vez las distintas estrategias ejecutadas en cada título a la hora de realizar el vestuario, buscando puntos de similitud y diferencia entre los modistas.

La investigación se vertebra en diversos bloques temáticos. En primer lugar, se exponen las relaciones entre moda y cine, ahondando en el diseño de vestuario como consumación de dichas conexiones. De este modo, se citan las condiciones que rodean el oficio de la moda cinematográfica, desde su carácter visual como constructor de la apariencia externa de los personajes –del «cuerpo vestido»–, hasta su naturaleza simbiótica, completando y complementando la diégesis. Igualmente, se anota la capacidad de la indumentaria para singularizar personajes, proyectando o comunicando su sexo, clase social, cultura, religión, ideología, etc. Como segundo bloque, se abordan los distintos cruces de miradas y confluencias que han existido entre los grandes *couturiers* de la historia y el séptimo arte. Para ello, se realiza una breve evolución histórica del diseño de vestuario, tomando Hollywood como punto de referencia, dada su importancia capital para entender el surgimiento, desarrollo, consolidación y difusión del diseño de vestuario, aunque procurando no dejar de lado otras geografías relevantes.

Seguidamente, los apartados dedicados a cada diseñador se estructuran de modo cronológico, de

la más veterana al más joven. El bloque dedicado a Gabrielle «Coco» Chanel inicia con unos apuntes biográficos que sirven de base al resto de asuntos. Tras ello, se analiza el recorrido de la modista por el diseño de vestuario, desde sus inicios en la indumentaria teatral, pasando por su fugaz y sonado paso por Hollywood, hasta acabar enumerando sus últimas colaboraciones. Como análisis de títulos, se propone el estudio de *L'année dernière à Marienbad* (1961), obra de Alain Resnais, e *Il Lavoro* (1962), fragmento realizado por Luchino Visconti como parte del filme *Boccaccio 70*. Ambos títulos, pese a no ser confecciones ex profeso, son claves para entender las aportaciones de Gabrielle Chanel al cine de los años sesenta. En el caso de Hubert de Givenchy, se repite la estructura, comenzando por una breve biografía, para dar paso a un epígrafe centrado en su trayectoria como diseñador de vestuario cinematográfico. Respecto al análisis de títulos seleccionados, se realiza un estudio de dos de las películas en las que Givenchy participa: *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961) y *Charade* (Stanley Donen, 1963). Ambas películas son protagonizadas por Audrey Hepburn –con quien el modista poseía una gran amistad– y en ellas se consolida el estilo del icónico tándem que conforman; por ello se pone especial atención a la relación profesional del modista y la intérprete. Por último, el bloque final corresponde al creador más joven de los tres, Yves Saint Laurent. Siguiendo las propuestas anteriores, se inicia con su biografía y posteriormente se presenta su labor como diseñador de vestuario filmico. Al igual que en el caso de Givenchy, se expone con detenimiento su relación profesional con una actriz, en su caso Catherine Deneuve. Atendiendo al análisis, se realiza el estudio de la película *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967). Si bien anteriormente se han estudiado dos títulos por diseñador, en este caso se opta por analizar solo un filme, pues, se considera que la complejidad del mismo hace necesario un detenimiento y pormenorización mayores.

## 2. El diseño de vestuario como relator; identidad ficcional y singularización del personaje

Las relaciones, mutuamente productivas, entre el cine y la moda han sido un hecho desde los inicios del medio cinematográfico<sup>2</sup>. Ello se debe a que ambas disciplinas se mueven entre la realidad y la ficción, estableciendo diálogos entre lo natural o real y lo onírico o artificial. Más allá de su relación de base, la moda, y más concretamente el diseño de vestuario, ha sido y es un pilar fundamental en la articulación del

<sup>2</sup> Christopher Breward, *Fashion* (Nueva York: Oxford University Press, 2003), 131-42.

filme<sup>3</sup>. La labor del diseñador de vestuario consiste en la confección visual de los personajes. Así, su trabajo contempla, por un lado, las capacidades diegéticas de la indumentaria, que debe reforzar la narración generando personajes visualmente verosímiles, y, por otro, la ejecución de un vestuario que unifique el espacio ficcional que enmarca a todos los personajes. En palabras de Sol Deangelis: «El Diseñador de vestuario construye un espacio de imagen y acción, es decir la historia del personaje [...]»<sup>4</sup>. Además, la coherencia del guardarropa filmico unifica el «espacio de ficción» en el que se mueven los personajes y genera un estilo visual concreto dentro de la película<sup>5</sup>.

Asimismo, la conceptualización del lenguaje que queda plasmada en el texto filmico puede traducirse en imagen. A este respecto, es fundamental el binomio imagen-concepto ya que en el diseño de vestuario lo simbólico alberga un peso importante, llegando a primar sobre lo material. La naturaleza física del vestido queda con frecuencia en un segundo plano frente a las múltiples connotaciones culturales que el diseñador de vestuario conoce y emplea a favor de la narración. No obstante, se ha de recordar que los diseñadores no trabajan en solitario, sino que colaboran estrechamente con el director y los guionistas para lograr una articulación visual del guion idónea, que traspase lo visualmente abstracto –la descripción escrita, el concepto– a la realidad, haciéndolo concreto y tangible. Por ello, en toda película el guardarropa complementa y es complementado por los personajes y otros elementos de la acción<sup>6</sup>.

Si la vestimenta posee la capacidad de presentar a un personaje en toda su complejidad, en un momento determinado del filme, ligado a acontecimientos y circunstancias concretas, es gracias a su naturaleza comunicativa<sup>7</sup>. Aportaciones como las de Roland Barthes<sup>8</sup>, Patrizia Calefato<sup>9</sup> o Alison Lurie<sup>10</sup> han apuntado a la moda como un sistema de comunicación no verbal, es decir, un lenguaje de signos donde el

indumento conforma un mensaje, una forma de proyección o simulación de la identidad del individuo. En consecuencia, los diseñadores de vestuario elaboran toda una narración no verbal valiéndose de códigos visuales<sup>11</sup> y tomando el cuerpo como soporte de dicho discurso<sup>12</sup>.

El mundo social exige, normalmente, un «cuerpo vestido»<sup>13</sup>, que presenta una «envoltura visible» –la vestimenta– a través de la cual los sujetos crean sentido<sup>14</sup>. Como exponen Casablanca y Chacón<sup>15</sup>: «En lo referente al diálogo público y el diálogo privado de la moda, la indumentaria define, clasifica y se adelanta a nosotros. Será el que denominamos «traje social» en el cual nos enmascaramos cuando le ponemos nombre al yo social al yo político o al yo construido».

En cine, el atuendo de los personajes puede mostrar su sexo, edad, características físicas, grupo étnico, clase social y estatus, profesión, religión, ideología e, incluso, puede hablar de su personalidad y características psicológicas<sup>16</sup>. Mediante la indumentaria se configura la exterioridad de los personajes, su expresión como persona ficcional ante los ojos del espectador. Se debe tener muy presente en el diseño de vestuario la alteridad como un pilar clave, la creación del yo a través de la mirada ajena, de la recepción de un discurso creado mediante la ropa. La indumentaria de la gran pantalla –emisor– dialoga con los espectadores –receptores– estableciendo una comunicación<sup>17</sup>. En palabras de Castillo y Prats<sup>18</sup>: «Las estrellas de cine se visten para amar, morir, asesinar, seducir o fracasar, y en todos y cada uno de esos momentos encontramos un atuendo, una escena o un mensaje que permanece en la memoria como un recuerdo asociado a nuestra propia vida». De igual modo, el vestuario en su conjunto codifica el contexto histórico-geográfico de la narración; este se ve en ocasiones íntimamente ligado al género de la película, como ocurre en el péplum, el *western* o el cine negro. Dichos géneros ofrecen características

3 María José Ramos Rodríguez, «Cine y moda. Desde los orígenes hasta la década de los treinta», *Revista Latente*, n° 4 (2006): 156.

4 D. I. Sol Deangelis, «El vestuario, como espacialidad identitaria en la construcción poética del personaje», *Escena Uno*, n° 2 (2015).

5 Deborah Nadoolman Landis, *Diseño de vestuario* (Barcelona: Blume, 2014), 8-13.

6 Cecilia Turnes, «Moda y Vestuario: universos paralelos con infinitas posibilidades de encuentro», *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* n° 100 (2021): 157-61.

7 Nadoolman Landis, *Diseño de vestuario*, 8-13.

8 Roland Barthes, *El sistema de la moda* (Barcelona: Paidós, 2003).

9 Patrizia Calefato, «El cuerpo vestido, los sentidos y la escritura: entre la moda y el cine», *DeSignis*, n° 1 (2001): 214.

10 Alison Lurie, *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir* (Barcelona: Paidós, 1994), 22.

11 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 155.

12 Turnes, «Moda y Vestuario», 155-156.

13 Joanne Entwistle, «The Dressed Body», en *Body Dressing*, eds. Joanne Entwistle y Elizabeth Wilson (Nueva York: Berg, 2001), 33-37.

14 Barthes, *El sistema de la moda*.

15 Luis Casablanca y Pedro Chacón, «La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal», *AACA Digital*, n° 29 (2014).

16 José Patricio Pérez-Rufi y María Isabel Pérez-Rufi, «La función narrativa del vestuario en el cine: la apariencia física del personaje cinematográfico como elemento de caracterización en el cine clásico de Hollywood», *Razón y Palabra*, n° 101, vol. 22: 552.

17 Casablanca y Chacón, «La moda como lenguaje».

18 Silvia Castillo y Xescu Prats. «100 prendas icono de la moda», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 124.

espaciotemporales y culturales muy concretas, por lo que el diseñador debe atender a cómo esos parámetros codifican el vestuario y buscar una homogeneización en la caracterización de los intérpretes que de credibilidad al filme<sup>19</sup>.

Históricamente, la indumentaria, como sistema de signos, ha servido de soporte visual a sociedades y culturas, expresando sus jerarquías de poder, rangos o los roles de sus miembros, entre otros. Así, la ropa ha servido como confirmación externa de la condición económica y social de los individuos<sup>20</sup>. Este fenómeno se observa, de forma general, en sociedades muy distintas donde se diferencian por su hábito el jefe del grupo, el líder religioso o espiritual, los guerreros, etc. En este sentido, como es lógico, este uso tradicional del vestuario como símbolo de estatus ha tenido su correspondencia en el medio fílmico donde los personajes reflejan su realidad social a través de él. Por otro lado, las prendas también hablan de su función y finalidad, que puede ser, entre otras, ceremonial o ritual: celebraciones religiosas, actos de instituciones académicas o judiciales, entierros, etc.; o funcional, como los distintivos de color amarillo<sup>21</sup> que han vestido en distintos momentos históricos los judíos o las prostitutas<sup>22</sup>.

Igualmente, el vestuario puede erigirse como el reflejo de un cambio real o ficticio en la posición del personaje. En el cine negro, por ejemplo, la indumentaria da cuenta del arribismo de los gánsteres, así como de sus deseos de ostentación<sup>23</sup>. Esa idea del cambio por un ascenso en la escala social es también visible en títulos como *Cinderella* (C. Geronimi, H. Luske y W. Jackson, 1950) o *Anastasia* (Anatole Litvak, 1956), pues en ambos casos el vestuario registra la transformación de plebeya a princesa vivida por las protagonistas (Fig. 1). En el caso español, *El traje* (2002), de Alberto Rodríguez Librero, evidencia cómo una prenda resignifica socialmente al protagonista y altera el modo en que es percibido en cada contexto.

Por otra parte, la moda también permite un travestismo o mascarada con el que los personajes



Figura 1. Ingrid Bergman como Anna Koreff (dcha.), una vagabunda, y como la Gran Duquesa Anastasia Nikoláyevna (izq.). Elaborado por el autor a partir de fotogramas extraídos de la película *Anastasia* (Anatole Litvak, 1956).

ficcionalizan y subvierten su clase social, sexo o psicología, entre otros<sup>24</sup>. En *Queen Christina* (Rouben Mamoulian, 1933) vemos cómo la reina de Suecia –interpretada por Greta Garbo– rehúye a su realidad femenina adoptando vestimenta y comportamientos tradicionalmente varoniles<sup>25</sup>. Ese travestismo sexual pone de manifiesto cómo el vestuario posee una marcada significación cultural y queda asociado al sistema binario de sexo hombre-mujer. Acudiendo a un ejemplo paradigmático de esta cuestión, debemos mencionar la existencia de un permiso de travestismo en la Francia decimonónica que posibilitaba a algunas mujeres –fue el caso de la pintora Rosa Bonheur– el uso de pantalones, algo tabú, vetado por considerarse inapropiado<sup>26</sup>. De igual manera, el cuerpo vestido permite travestismos de carácter psicológico, como ocurre en *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967), asunto que abordaremos posteriormente. Todos los casos citados tienen en común esa idea de mascarada o disfraz donde travestirse conlleva una repersonalización del sujeto. Asimismo, existen otros ejemplos en los que un cambio de traje reconfigura por completo al sujeto dentro de la propia película y lo singulariza de manera distinta, tal y como ocurre con superhéroes como Batman o Superman<sup>27</sup>.

19 Pérez-Rufí y Pérez-Rufí, «La función narrativa», 556-565.

20 Casablanca y Chacón, «La moda como lenguaje».

21 El uso de «distintivos infamantes» ha sido una constante para los grupos sociales proscritos a lo largo de la historia. Es el caso de los judíos que han sido obligados a portar distintivos como sombreros, elementos cosidos en la ropa, etc. o las prostitutas que por medio del amarillo eran marcadas a ojos de la sociedad, vistiendo pañuelos, mantones o los cordones de sus zapatos tintados.

22 María Cruz García López, «La indumentaria emblemática: sistema y tipología», *Emblemata*, n.º 7 (2001): 366-370.

23 Pérez-Rufí y Pérez-Rufí, «La función narrativa», 556-558.

24 Entwistle, «The Dressed Body», 33-37.

25 Elizabeth A. Ford y Deborah C. Mitchell, *Royal portraits in Hollywood: filming the lives of queens*. (Lexington: University Press of Kentucky, 2009), 8-12.

26 Gretchen Van Slyke, «The sexual and textual politics of dress: Rosa Bonheur and her cross-dressing permits», *Nineteenth-century French studies*, n.º 26 (3-4) (1998): 321-335.

27 Existe una amplia bibliografía sobre las relaciones moda-superhéroes, en este sentido véase: Andrew Bolton y Michael Chabon. *Superheroes: Fashion and Fantasy*, (Nueva York: Metropolitan Museum of Art New York, 2008); José María Alonso-Calero y

A propósito de la caracterización social de la ropa es posible hablar también de la configuración de tipos de vestuario. Se trata de indumentarias icónicas que responden a un conjunto de patrones de vestimenta que mediante el uso acaban estableciendo arquetipos. Este fenómeno, aunque presente en la actualidad, es característico del cine clásico y del sistema de géneros<sup>28</sup>. Personajes prototípicos como el gánster y el detective, el vaquero y el forajido o los tipos femeninos de vampiresa, *flapper* o *femme fatale* portan una la indumentaria asociada a patrones de pensamiento, comportamiento y otras características propias del personaje<sup>29</sup>. En esta línea, se ha de señalar que la relación de las estrellas de cine con el diseño de vestuario suele ser fundamental, pues con frecuencia ropa y personaje se funden de tal modo que el intérprete encarna la imagen que transmite o porta en la gran pantalla. Por ello, en muchos casos, actores y actrices encarnarán un «tipo», no solo en el espacio escénico, sino también en su vida real, convirtiéndose en auténticos mitos y llegando a imponerse como modelos o arquetipos. Son muchos los casos en los que los actores han suscitado un fenómeno de identificación de cara al público, erigiéndose como referentes de estilo<sup>30</sup>.

### 3. Breve historia del diseño de vestuario; entrecruzamientos entre *couture* y celuloide

«Nosotros, los modistos, ya no podemos vivir sin el cine, lo mismo que el cine no puede vivir sin nosotros. Corroboramos nuestro instinto mutuamente.»<sup>31</sup>

Lucien Lelong (1935)

Cuando los primeros productores de Estados Unidos se instalaron en el sur de California pusieron poco énfasis en el vestuario<sup>32</sup>, en esos inicios no existía la figura del diseñador de vestuario y actores y actrices vestían su propia ropa, de ahí que aquellos con un guardarropa más amplio consiguiesen un mayor

número de papeles<sup>33</sup>. En el caso femenino, la necesidad del oficio de diseñador de vestuario se hacía aún más evidente, pues muchas actrices se veían obligadas a ser, a la par, intérpretes y modistas<sup>34</sup>. En este sentido, D. W. Griffith fue uno de los primeros realizadores en ser consciente de que depender del vestuario personal de los actores suponía un impedimento para la narración efectiva de la película y disminuía su impacto general. Para *The Birth of a Nation* (1915) e *Intolerance* (1916), Griffith presupuestó la realización de un vestuario específico para el reparto que fue ejecutado por la diseñadora Clare West; dicha práctica terminaría estandarizándose en la industria cinematográfica con el paso del tiempo<sup>35</sup>. Pocos años antes, en 1912, Sarah Bernhardt se convirtió en la primera actriz en vestir ropa de un diseñador en la gran pantalla, llevando prendas de Paul Poiret<sup>36</sup> en *Les amours de la reine Élisabeth* (H. Desfontaines y L. Mercanton)<sup>37</sup>. Tras Poiret, muchos modistas vieron la oportunidad de difusión que el cine ofrecía a sus diseños y se aventuraron a colaborar. Es el caso de la diseñadora inglesa Lucile, quien crea treinta y tres diseños para la Edna Mayo en *The Strange Case of Mary Page* (J. Charles Haydon, 1916) o de Howard Greer, que tras haber sido asistente de Poiret, Molyneux y de la propia Lucile, fue contratado como diseñador de vestuario por Paramount en 1921<sup>38</sup>.

Como Griffith, los primeros ejecutivos de Hollywood dieron una importancia central al vestuario. La afinidad de estos magnates por la moda se debía a que un gran número de ellos provenía de actividades relacionadas con la industria textil<sup>39</sup>. Adolph Zukor, fundador de Paramount, empezó como peletero en Nueva York; William Fox, quien levantaría 20th Century Fox, trabajó inspeccionando tejidos; Samuel Goldwyn y Louis B. Mayer, de Metro Goldwyn Mayer, trabajaron vendiendo guantes y ropa de segunda

Josefa Cano-García, «Bajo la piel del superhéroe: fusión entre su identidad y su imagen», *Comunicación Social*, (2011): 99-142.

28 Pérez-Rufí y Pérez-Rufí, «La función narrativa», 556-558.

29 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 160-163.

30 Eugenia Guevara y Florencia Mangini, «Cine y moda. La permanencia de los viejos arquetipos», *Actas de Diseño 1. I Encuentro Latinoamericano de Diseño* (Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo) (2006): 120-23; Gladys Mercado, «Vestuario: entre el cine y la moda», *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, n° 57 (2016): 40-44.

31 Cita extraída de AA.VV. *Moda. Historia y Estilos*, (Londres: Dorling Kindersley Ltd, 2013).

32 Jay Jorgensen y Donald L. Scoggins. *Creating the Illusion A Fashionable History of Hollywood Costume Designers*, (Filadelfia: Turner Classic Movies, Running Press, 2015), 10-11.

33 David Chierichetti. *Hollywood Costume Design*, (Nueva York: Harmony Books, 1976), 8-10.

34 Jane Gaines. «Costume and Narrative: How Dress Tells the Woman's Story». En *Fabrications. Costume and the Female Body*, eds. Jane Gaines y Charlotte Herzog, (Londres: Routledge, 1990), 182.

35 Jorgensen y Scoggins. *Creating the Illusion*, 10-11.

36 El vestuario de Poiret también puede verse en *The enemies of women* (Alan Crosland, 1923), donde además figura la diseñadora Gretl Urban Thurlow; Elizabeth Leese. *Costume design in the movies*, (Londres: BCW Publishing Limited. 1976): 138.

37 Patricia González Aldea. «Couturiers en el cine y diseñadores de vestuario en la moda: trayectorias cruzadas con propósitos opuestos», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 258; Drake Stutesman. «Costume Design, or, What Is Fashion in Film?», en *Fashion in Film*, ed. Adrienne Munich (Bloomington: Indiana University Press, 2011): 29.

38 González Aldea, «Couturiers en el cine», 259-60; Leese, *Costume design in the movies*, 45.

39 Jorgensen y Scoggins, *Creating the Illusion*, 10-11.

mano, respectivamente; Marcus Loew fue vendedor de pieles y capas y Harry Warner arreglaba zapatos. Estos inicios tan conectados con la moda son significativos para entender la relación de estos personajes con el vestuario<sup>40</sup>.

Durante los años veinte el diseño de vestuario se establece como una profesión especializada dentro de la industria cinematográfica estadounidense. A finales de la década cada estudio contaba con, al menos, un diseñador de vestuario<sup>41</sup>. Es en esta década cuando Erté trabaja para Hollywood. En tan solo un año el modista crea vestuario para películas como *The Mystic* (Tod Browning, 1925), *Dance Madness* (Robert Z. Leonard, 1926) y *La Bohème* (King Vidor, 1926). En la mayoría de títulos, las creaciones del modista conviven con las de los diseñadores del estudio. Esta cuestión supone una constante en las creaciones de vestuario por parte de diseñadores de moda, que suelen ocuparse de vestir a la actriz protagonista, quedando sus creaciones hibridadas<sup>42</sup> con el resto de prendas del filme<sup>43</sup>.

Con el fin de la Primera Guerra Mundial la moda pierde formalidad, en un intento de reflejar el entusiasmo que caracterizó los «Felices años veinte», aunque manteniendo la sofisticación. Dichos años suponen una importante transformación del papel de la mujer y la moda se convierte en toda una declaración de los cambios sociales<sup>44</sup>. Con la irrupción del cine sonoro, a finales de la década, los diseñadores se enfrentaron a problemas como la necesidad de un cambio de materiales. Los primeros micrófonos, muy rudimentarios, captaban todo tipo de ruidos de tejidos como el tul, el raso o el tafetán, por lo que los diseñadores se centrarán en tejidos más suaves como terciopelo, crepé o lanas, entrando así en el estilo de los años treinta<sup>45</sup>. A ello se sumará el colapso de la bolsa de Nueva York en 1929 y la consiguiente crisis económica. Por otro lado, ya desde finales de los años veinte existió una intención por parte de los diseñadores de hacer prendas más modernas, elegantes, creíbles y usables como ropa, más allá de su condición de vestuario de cine<sup>46</sup>. El paso hacia la elegancia se vio impulsado, además, por las críticas de las clases acomodadas que renegaban del

40 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 156.

41 Chierichetti, *Hollywood Costume Design*, 8-10.

42 Dicha hibridación de creaciones (*couturiers*- diseñadores de vestuario de las productoras) es transversal a Chanel, Givenchy y Saint Laurent, pues, los tres focalizan su trabajo en las actrices principales de los filmes.

43 Leese, *Costume design in the movies*, 43.

44 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 159-67.

45 Chierichetti, *Hollywood Costume Design*, 8-10.

46 Jorgensen y Scoggins, *Creating the Illusion*, 13.

demasiado vulgar y exagerado para la vida real<sup>47</sup>. Los estudios solucionaron el problema invirtiendo grandes sumas en traer a Hollywood a los mejores diseñadores, tanto nacionales –Gilber Adrian, Edith Head, Travis Banton, etc.–, como internacionales, siendo clave, en este último caso, la presencia de Gabrielle Chanel en Hollywood<sup>48</sup>.

Durante los años 30 la modista Elsa Schiaparelli creó el vestuario de películas británicas como *Brewster's Millions* (Thornton Freeland, 1934), *Jump for Glory* (Raoul Walsh, 1937) y *Pygmalion* (Anthony Asquith y Leslie Howard, 1938)<sup>49</sup>. En Hollywood, compartió espacio con Jeanne Lanvin en *I'd give my life* (Edwin L. Marin, 1936) y destaca su trabajo para Mae West en *Every Day's a Holiday* (A. E. Sutherland, 1937); la actriz viaja a París para que Schiaparelli realice sus diseños. En dicho viaje, rastreamos un *modus operandi* común a muchas intérpretes, que se trasladarán a la capital gala a la espera de que alguno de los grandes *couturiers* del momento realice su vestuario.

El éxito del vestuario de cine durante los años treinta impulsó el surgimiento de cadenas de tiendas como «Hollywood Fashions» o «Cinema Shops», donde los espectadores podían adquirir réplicas de las prendas lucidas en pantalla<sup>50</sup>. A ello debemos sumar el gran número de tendencias sucedidas en estos años: la silueta de grandes hombreras y cintura estrecha de Joan Crawford; el uso del pantalón por parte de Katharine Hepburn, Greta Garbo y Marlene Dietrich; el desuso de la camiseta interior ocasionado por Clark Gable, etc. De hecho, fue tal la importancia de la moda que salía en pantalla, que Hollywood enfocó parte de su publicidad a exaltar las enormes cifras invertidas en el vestuario de sus filmes<sup>51</sup>.

En 1939 estalla la II Guerra Mundial, un conflicto que cambiaría la moda para siempre y que tuvo un gran

47 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 169.

48 Chierichetti, *Hollywood Costume Design*, 8-10; Leese, *Costume design in the movies*, 14.

49 Para conocer la lista completa de títulos en los que Elsa Schiaparelli diseña vestuario véase: Leese, *Costume design in the movies*, 14, 98.

50 El éxito de ventas de las reproducciones del vestido blanco en organza que luce Crawford en el filme –creado por Adrian– nos permite tomar constancia de la magnitud del asunto. La cadena estadounidense de almacenes «Macy's» llegó a vender 500.000 copias del diseño que pasó de la pantalla a la calle; Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 170. De hecho, no solo se trató del impacto en ventas, sino que el «efecto Letty Lynton» fue más allá marcando toda una tendencia de romantización de la indumentaria que terminaría por influir en el vestuario de *Gone with the wind* (Victor Fleming, George Cukor y Sam Wood, 1939); AA.VV. *Moda. Historia y Estilos*, 292.

51 Ramos Rodríguez, «Cine y moda», 170-75.

impacto en la cotidianidad de los países implicados. En lo respectivo a Hollywood, el enfrentamiento tumbó cualquier posible peregrinaje de los diseñadores de los estudios a París, ocupada por el ejército nazi. Se produce, por tanto, un cambio de foco y los diseñadores de vestuario comienzan a mirar hacia Estados Unidos y su propia herencia. Así, nace en la década de los cuarenta el *sportwear* con Katherine Hepburn como adalid. En esta época el público solo pudo adoptar como tendencia aquellas prendas que era capaz de costearse. Dan cuenta de ello el cárdigan de Joan Fontaine en *Rebecca* (Alfred Hitchcock, 1940) o la mítica gabardina Burberry de Humphrey Bogart en *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942)<sup>52</sup>.

En 1946, finalizado el conflicto, Hollywood alcanza el pico de espectadores más alto de la historia del cine y se crean vestuarios tan icónicos como el vestido de Rita Hayworth en *Gilda* (Charles Vidor, 1946)<sup>53</sup>. Pese a su apogeo, en 1947 Hollywood se ve abrumado por la irrupción del «New Look» presentado por Christian Dior en París. La nueva silueta, de cintura encorsetada, hombros redondos, faldas forradas de gran volumen y talles modelados, hizo que el vestuario hollywoodiense pareciera anticuado y los diseñadores tuvieron que apresurarse a incorporar las influencias europeas de posguerra<sup>54</sup>.

Christian Dior es otro de los grandes modistas que dedica su talento al vestuario de cine<sup>55</sup>. Contribuyó con sus creaciones en películas francesas como *Le silence est d'or* (René Clair, 1947) o *Les enfants terribles* (Jean-Pierre Melville, 1950). Asimismo, el diseñador trabajó fuera de Francia vistiendo a Marlene Dietrich en *Stage Fright* (Alfred Hitchcock, 1950)<sup>56</sup> y *No highway in the sky* (Henry Koster, 1951), a Olivia de Havilland en *The Ambassador's Daughter* (Norman Krasna, 1956) y *Libel* (Anthony Asquith, 1959) y a Ingrid Bergman en *Indiscreet* (Stanley Donen, 1958), entre otras<sup>57</sup>. La labor del *couturier* fue reconocida con la nominación al Óscar

al Mejor Vestuario en blanco y negro, por *Stazione Termini* (Vittorio De Sica, 1953), lo cual fue posible gracias a que en 1949 se había creado dicho galardón, que supuso un hecho vital para el reconocimiento y la puesta en valor del diseño de vestuario dentro de la industria cinematográfica<sup>58</sup>.

Por otro lado, el maestro vasco Cristóbal Balenciaga<sup>59</sup>, al igual que sus contemporáneos, mostró un notable interés por la creación de vestuario escénico, siendo un prolífico artifice tanto en el ámbito del teatro como del cine. Su trabajo inundó las pantallas de cines de todo el mundo, pues sus prendas no solo fueron lucidas por actrices españolas como Conchita Montenegro, Isabel Garcés, Sara Montiel o Margarita Lozano, sino que acapararon las miradas de otras geografías como Estados Unidos, Francia, Argentina o México. Su colaboración con cineastas españoles fue clave, destacando películas como *Rojo y negro* (Carlos Arévalo, 1942), *Ídolos* (Florián Rey, 1943), *Alta costura* (Luis Marquina, 1954) o *Mi último tango* (Luis César Amadori, 1960)<sup>60</sup>. Asimismo, sus trabajos vieron la luz en realizaciones de Alfred Hitchcock, Robert Siodmak, Jean Cocteau, Stanley Kramer, Marcel Carné o Anatole Litvak. La gran pantalla ocupó a Balenciaga desde 1939, cuando viste a Hélène Perdrière en *Trois de Saint-Cyr* (Jean-Paul Paulin, 1939), hasta prácticamente su retirada de la industria de la moda en 1968, creando piezas tan icónicas como el vestido negro que lleva Ava Gardner en *The Angel Wore Red* (Nunnally Johnson, 1960) y vistiendo a actrices consideradas verdaderos iconos del medio fílmico como Marlene Dietrich, Ingrid Bergman y María Félix, entre otras<sup>61</sup>.

Asimismo, en los cuarenta Marcel Rochas fue otro de los *couturiers* que no dudó en sumarse a crear indumentaria para el séptimo arte. *Falbalas* (Jacques Becker, 1945), filme cuyo argumento principal es la moda, es donde mejor vemos el estilo del diseñador, ya que viste a casi todos los personajes femeninos. A

52 Castillo y Prats, «100 prendas icono de la moda», 128-29.; Ramos Rodríguez, «Cine y moda en Hollywood», 183-88.

53 Ramos Rodríguez, «Cine y moda en Hollywood», 190-91.

54 Jorgensen y Scoggins, *Creating the Illusion*, 293; James Laver. *Breve historia del traje y la moda*, (Madrid: Ediciones Cátedra, 1988), 259.

55 Para conocer la lista completa de títulos en los que Christian Dior diseña vestuario véase: Leese, *Costume design in the movies*, 17, 41.

56 Es de sobra conocido el gran aprecio que Dietrich sentía por el modista, cuyas creaciones usaba también en su vida privada. De hecho, cuando participó en *Stage Fright* (1950) puso a Alfred Hitchcock una sola condición: su vestuario debía ser de Dior. Ante la negativa del director, que no veía necesaria tal cosa, la actriz pronunció su famosa frase, «No Dior, no Dietrich».

57 González Aldea, «Couturiers en el cine», 270-77; Laura Pérez Peña. «Los grandes diseñadores en Hollywood», en *Cine y moda*.

58 *¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 465-66.

59 Prado Campos. «Cine y moda, una historia de dos». en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 97.

60 Para profundizar en la labor de diseño de vestuario que llevó a cabo el modista vasco véase: Marie-Andrée Jouve y Jacqueline Demornex. *Cristóbal Balenciaga*. París: Editions du Regard, 1988; Lesley Ellis Miller. *Cristóbal Balenciaga (1895-1972): modisto de modistos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007; Miren Arzalluz. *Cristóbal Balenciaga: la forja del maestro (1895-1936)*. San Sebastián: Nerea, 2010.

61 Jorge Pérez. *Fashioning Spanish Cinema. Costume, Identity, and Stardom*. (Toronto: University of Toronto Press, 2021), 30-66.

61 Pedro Usabiaga. *Un sueño de Balenciaga, el cine* [catálogo de la exposición]. (San Sebastián: Cristóbal Balenciaga Museoa, 2013).

Rochas se le conocen unas 10 películas, entre las que cabe citar *Lac aux dames* (Marc Allégret, 1934) o *La vie parisienne* (Robert Siodmak, 1936)<sup>62</sup>.

Dior fallece en 1957. Por entonces, el *New Look* había invadido la moda en un contexto definido por el creciente consumismo y un renovado gusto por la suntuosidad, contrapuesto a la austeridad del periodo bélico, quedando lejos ya el ambiente de la II Guerra Mundial. Esa añoranza de lujo será perfectamente canalizada por Hollywood, en cuyo cine resurge la peletería como exhibición de status y abundancia; así lo muestran *The Lady Wants Mink* (William A. Seiter, 1953) o *That Touch of Mink* (Delbert Mann, 1962)<sup>63</sup>.

En los cincuenta Pierre Balmain se inicia como diseñador de vestuario y trabaja en Reino Unido y Hollywood. Entre su producción de estos años encontramos *Night Without Stars* (Anthony Pelissier, 1951), *Betrayed* (Gottfried Reinhardt, 1954), *The Happy Road* (Gene Kelly, 1957), donde viste a Barbara Laage y *Fire Down Below* (Robert Parrish, 1957) para Rita Hayworth. En la década de 1960 Balmain continuó su relación con el cine, destacando como parte de este período películas como *The Millionairess* (Anthony Asquith, 1960) en la cual diseña el vestuario de Sophia Loren<sup>64</sup>.

En esta década los jóvenes se erigen como un filón inagotable para Hollywood, que los identifica como un nuevo nicho de consumidores al que dirigirse. El cine estadounidense personificó en Marlon Brando y James Dean –*Rebel Without a Cause* (Nicholas Ray, 1955)– la rebeldía de una oleada de jóvenes que había creado su propia cultura en un contexto de incertidumbre bajo la sombra de la guerra fría y la amenaza nuclear. Como es evidente, ello tuvo su traducción en la indumentaria, pues, se generalizó entre los adolescentes el *look* de camiseta blanca y pantalón vaquero que Brando usa en *A Streetcar Named Desire* (Elia Kazan, 1951) y la cazadora de cuero, visible en *The Wild One* (László Benedek, 1953)<sup>65</sup>. Además, al asentamiento de dicha apariencia desenfadada de *jeans* y camisetas contribuyó la aparición del *rock and roll* con figuras como Bill Haley,

Little Richard, Chuck Berry o Elvis Presley. La nueva imagen también democratizó la moda de pantalla al tomar prendas propias de la ropa de trabajo, mucho más accesible y fácil de imitar para los espectadores<sup>66</sup>.

En dichos años surgen también algunos de los grandes arquetipos femeninos del cine de Hollywood como el de la «rubia elegante y fría» representada por Grace Kelly o la «rubia voluptuosa y sensual» encarnada por Marilyn Monroe. Este último tipo contrastó directamente con la delgadez de Audrey Hepburn, convertida en símbolo de elegancia atemporal y a quien Hubert de Givenchy vestirá en numerosas películas, consolidándose como un auténtico icono de moda en los sesenta<sup>67</sup>.

La década de 1960 trajo consigo un aluvión de cambios en una sociedad que conjugaba los crecientes aires de libertad, la revolución sexual y cultural, al tiempo que desventajosas actitudes como la escalada del consumo de drogas, entre otras cuestiones. En lo que a moda se refiere, la época fue rupturista, produciéndose un cambio de foco de París a Londres, capital que comienza a dictar tendencias. El *youthquake* o «terremoto juvenil» trajo consigo la relocalización de la juventud como epicentro de las modas, respaldada por todo un grupo de diseñadores londinenses cuyo trabajo se alejaba de los sastres tradicionales. Aparecen, por ejemplo, la icónica minifalda, obra de Mary Quant, o el minivestido, con las propuestas de Jean Varon, Paco Rabanne y André Courrèges<sup>68</sup>. El inicio de estos años también marcó el declive de los grandes departamentos de vestuario de Hollywood. Las cifras astronómicas que antaño habían vestido a las actrices comenzaron a disiparse y muchos diseñadores optaron por trabajar por cuenta propia<sup>69</sup>.

En estos años, la británica Mary Quant realizó el vestuario de Charlotte Rampling en *Georgy Girl* (Silvio Narizzano, 1966) y contribuyó con sus creaciones al guardarropas de Audrey Hepburn en *Two for the Road* (Stanley Donen, 1967), título al que se sumaron las prendas de diseñadores como Ken Scott y Paco Rabanne, siendo el filme un singular ejemplo de intervención múltiple y uno de los pocos casos en que Givenchy no vistió a la actriz. El propio Rabanne destaca igualmente en este período por sus diseños

62 Hannah Morelle, «*Falbalas*, o el amor como pretexto», en *Cine y Moda por Jean Paul Gaultier* [catálogo de la exposición], eds. Fundación “la Caixa” y Editorial Flammarion, (Barcelona: Fundación “la Caixa”, 2021), 163-64.

63 Ramos Rodríguez, «Cine y moda en Hollywood», 191-202.

64 Para conocer la lista completa de títulos en los que Pierre Balmain diseña vestuario véase: Leese, *Costume design in the movies*, 17, 26.

65 Ramos Rodríguez, «Cine y moda en Hollywood», 191-202; Javier Ors, «La moda de la rebeldía», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 403.

66 Luis Herman, «La moda en el cine: los años cincuenta», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 296.

67 González Aldea, «Couturiers en el cine», 197-201.

68 AA.VV. *Moda. Historia y Estilos*, 350-61; Ruth De la Puerta Escribano, «El cine: icono de los dictados de la moda en el siglo XX», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 509.

69 González Aldea, «Couturiers en el cine», 274-75.



para Jane Fonda en *Barbarella* (Roger Vadim, 1968), causando sensación su novedoso lenguaje futurista y el uso que realiza de materiales poco habituales hasta entonces como el metal o el plástico, con los que produce tejidos de cota de malla<sup>70</sup>.

Durante los setenta es posible destacar la labor de Ralph Lauren y el *look* masculino que realiza para la película *Annie Hall* (Woody Allen, 1977), donde el diseñador crea un vestuario en el sentido clásico del cine: funcional y al servicio de la diégesis. Esta manera de entender el vestuario es compartida por Giorgio Armani, quien en la década de 1980 trabaja en títulos como *American Gigolo* (Paul Schrader, 1980) y *The Untouchables* (Brian de Palma, 1987). En dicho periodo destacan igualmente las confecciones de Azzedine Alaïa para Grace Jones en *A View to a Kill* (John Glen, 1985)<sup>71</sup>.

Finalmente, desde los años ochenta hasta la actualidad, Jean Paul Gaultier<sup>72</sup> ha sido el *couturier* por excelencia del cine, que no el único, pues, también resaltan Tom Ford o Miucia Prada, entre otros. En su trabajo el modista usa la moda en un sentido artístico, logrando que el vestuario tenga un gran protagonismo, llegando, en ocasiones, a entrometerse en el argumento. Entre sus participaciones es posible destacar *The Cook, The Thief, His Wife and Her Lover* (Peter Greenaway, 1989) y *The Fifth Element* (Luc Besson, 1997). En esta línea, es especialmente importante su relación con el cineasta español Pedro Almodóvar, pues, en sus películas *Kika* (1993), *La mala educación* (2004) y *La piel que habito* (2011) aparecen las puntadas del creador francés<sup>73</sup>.

70 González Aldea, «Couturiers en el cine», 278; Laver. *Breve historia del traje y la moda*, 267; Leese, *Costume design in the movies*, 17; José María Paz Gago, «La moda va al cine. La gran pantalla como soporte comunicativo de la alta moda», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 448.

71 Jennifer Croll, *Fashion that changed the world* (Munich: Prestel Verlag, 2014), 122; Pérez Peña, «Los grandes diseñadores en Hollywood», 459.

72 La entrevista realizada por Matthieu Orléans y Florence Tissot a Gaultier, desvela la visión del modista en torno al diseño de vestuario y su proceso de creación al afrontar dicha labor; véase: Fundación «la Caixa» y Editorial Flammarion (eds.), *Cine y Moda por Jean Paul Gaultier* [catálogo de la exposición], (Barcelona: Fundación «la Caixa», 2021).

73 Croll, *Fashion that changed the world*, 122; González Aldea, «Couturiers en el cine», 279.

#### 4. Gabrielle «Coco» Chanel

Gabrielle «Coco» Chanel<sup>74</sup> (1883-1971) fue uno de los talentos revolucionarios más destacados de la Edad de Oro de la Alta Costura. En su trayectoria creó un estilo propio, un nuevo tipo de glamour radicalmente moderno y atemporal. Su visión de la ropa era racional, establecía el funcionalismo de la prenda y la pureza formal como principios reguladores del diseño, dando lugar a prendas desprovistas de superfluidad<sup>75</sup>; la «pobreza de lujo» que dirá Poiret. Chanel diseñaba para una mujer a la vanguardia, subvirtiendo roles de género y convencionalismos sociales, apropiándose de prendas masculinas o tomando como referencia la indumentaria deportiva o la ropa de trabajo. Su gramática incorporó el pantalón al armario femenino, así como el tejido de punto, el *tweed*, la bisutería, el *petite robe noire* e incluso puso de moda el bronceado de la piel<sup>76</sup>.

##### 4.1. Chanel y el cine

Gabrielle Chanel se inicia como diseñadora de vestuario de cine en Hollywood en 1931, año en que, tras largas negociaciones, acepta la oferta de Samuel Goldwyn y se compromete a vestir a las estrellas de United Artists. El crack de la bolsa de 1929 había sumido a Estados Unidos en la Gran Depresión y los estudios buscaban formas de incrementar su taquilla. En dicho momento el oficio no le era ajeno, pues ya había diseñado el vestuario de numerosas obras teatrales dirigidas por su gran amigo Jean Cocteau; es el caso de *Antigone*, *Le Train Bleu* y *Orphée*, entre otras<sup>77</sup>. Consciente de la fama de la diseñadora, Goldwyn no dudó en proponerle un contrato de 1 millón de dólares, por el cual tendría que viajar a Hollywood dos veces al año para vestir a las estrellas, dentro y fuera de pantalla. Además del considerable sueldo, Goldwyn levantó un departamento de vestuario para ella, empleando a más de 100 trabajadores y con unas considerables instalaciones para teñir, cortar y ajustar telas. Así, tras su llegada en abril de 1931, Chanel trabajó en tres títulos: *Palmy Days* (A. E. Sutherland, 1931), *The Greeks Had a Word for Them* (Lowell Sherman, 1932) y

74 Sobre Chanel, además de lo citado a continuación, véase: Lisa Chaney. *Coco Chanel. An intimate life* (Nueva York: Viking, 2011); Paul Morand. *The Allure of Chanel* (Londres: Pushkin Press, 2009).

75 Edmonde Charles-Roux. *El siglo de Chanel* (Madrid: Herce Editores, 2007).

76 Justine Picardie. *Coco Chanel. The legend and the life* (Londres: Harper Collins Publishers, 2010); María Lourdes Cerrillo Rubio. «Orden, lujo y deleite en el total look Chanel», en *Congreso Internacional Imagen y Apariencia*. (Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2008).

77 Charles-Roux, *El siglo de Chanel*; Paz Gago, «La moda va al cine», 437.



Figura 2. Delphine Seyrig en un *petite robe noire* con encaje floral de Chanel. Fotograma extraído de *L'année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961).

*Tonight or Never* (Mervyn LeRoy, 1931). Sin embargo, sus desencuentros con Gloria Swanson y la negativa de muchas de las estrellas de la productora a vestir al estilo Chanel, hicieron que la modista terminase renunciando al contrato y abandonando la industria del cine norteamericana<sup>78</sup>.

Tras su experiencia agri dulce en Hollywood, Chanel solo volvió a diseñar vestuario para realizadores amigos. Colaboró con Jean Renoir en *La Marseillaise* (1938), *La Bête Humaine* (1938) y *La règle du jeu* (1939). Asimismo, sus piezas también aparecen en *Le Quai des Brumes* (Marcel Carné, 1938) y *Les amants* (Louis Malle, 1958)<sup>79</sup>. En esta línea, durante la década de 1960 vistió a las protagonistas de *Liaisons dangereuses* (Roger Vadim, 1961), *L'année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1961) y el fragmento de *Boccaccio 70* (1962) que dirige Luchino Visconti<sup>80</sup>. Estas dos últimas películas son objeto de análisis del siguiente epígrafe.

#### 4.2. Análisis de títulos seleccionados: *L'année dernière à Marienbad* y *Boccaccio 70*

Para comenzar, se ha de tener en consideración que la diseñadora no realizó estos vestuarios ex profeso, sino que son piezas pertenecientes a sus colecciones. No obstante, la selección de prendas se hizo en presencia de la propia Chanel, tal y como atestiguan las imágenes de Romy Schneider realizando pruebas de vestuario en su taller. Incluso, en el caso de los trajes de Delphine

Seyrig se llegó a modificar uno de ellos, acortando un vestido de noche<sup>81</sup>, de cara a su aparición en pantalla.

*L'année dernière à Marienbad* aborda temas como el amor, la memoria, el deseo o la muerte, a partir de una premisa aparentemente sencilla: en un hotel, un hombre (X) intenta convencer a una mujer (A) –interpretada por Delphine Seyrig– de que se conocen desde hace un año, momento en que se citaron para un nuevo un encuentro un año después, es decir, su ahora. Sin embargo, la protagonista dice no recordar esos hechos<sup>82</sup>.

Es posible, pues, trazar una división en la indumentaria de la protagonista, entre prendas blancas o de tonos claros y prendas negras. Parte del vestuario parece, además, formar pares de opuestos, en consonancia con el argumento de la película, donde enfrentan memoria y olvido, vida y muerte, realidad y ensoñación, pasado y presente, etc. Así, los vestidos en tonos claros tendrán su réplica en el negro. En este sentido, encontramos un vestido de lamé plateado, sin mangas y de falda tableada, que tiene por contrapunto distintas variaciones del clásico *petite robe noire* de Chanel (Fig. 2), uno con escote recto y encaje floral y otro –en crepé de seda, muselina y tafetán– de escote cuadrado y tirantes que forman una espalda

78 Cerrillo Rubio, «Orden, lujo y deleite»; Leese, *Costume design in the movies*, 14; Paz Gago, «La moda va al cine», 437.

79 Charles-Roux, *El siglo de Chanel*.

80 Pérez Peña, «Los grandes diseñadores en Hollywood», 461; Picardie. *Coco Chanel*, 440.

81 «X»: Louis Leurat. *L'année dernière à Marienbad* (Londres: BFI Publishing, 2000), 32; Paz Gago, «La moda va al cine», 440.

82 Leurat. *L'année dernière à Marienbad*, 28-9.

83 “Delphine Seyrig ‘L'année dernière à Marienbad’, 1961”, Chanel news, 2017, <https://www.chanel.com/es/moda/news/2017/05/delphine-seyrig-lannee-derniere-a-marienbad-1961.html>; Sobre las características técnicas de las prendas véase: Fundación “la Caixa” y Editorial Flammarion (eds.), *Cine y Moda por Jean Paul Gaultier* [catálogo de la exposición], (Barcelona: Fundación “la Caixa”, 2021).

Esta presencia de prendas de códigos similares, aunque con variaciones, se repite en los dos vestidos largos adornados por plumas, que viste Seyrig. El blanco, con largas plumas que decoran mangas y cuello, caen hacia el torso, y se prolongan por la parte central del vestido hasta el bajo, genera «un mar de plumas blancas», tal y como enuncia el diálogo del filme. Por su parte, el vestido negro, con capa y elaborado en tejido brillante, limita las plumas al contorno del cuello. El aspecto de ambos vestidos es etéreo, fluido, suntuoso y cargado de teatralidad, en la línea del ambiente barroco y aristocrático que sirve de telón de fondo a la historia.

En el filme, Resnais trabaja una antinarratividad fundamentada en la mutabilidad de espacios y tiempos. Esa fluidez espacio-temporal es reflejada también por el vestuario que cambia constantemente; los planos se intercalan sin orden aparente y las prendas varían como si de un fallo de récord se tratara, de diseños largos y volátiles a piezas cortas y estáticas. Película e indumentaria disponen los mismos acontecimientos –o prendas– de un modo que es siempre similar, pero nunca idéntico, generando una sensación de semejanza-diferencia que parece diseminar infinitamente el tiempo<sup>84</sup>. Ello puede verse en dos vestidos que se diferencian en color, blanco y negro, en longitud, uno por la rodilla y el otro hasta el suelo, pero que mantienen en común material (*chiffon*) y corte, de cintura marcada, torso entallado y mangas a modo de capa<sup>85</sup>.

La notoria presencia del *petite robe noire* en la película –retomado posteriormente por Givenchy y Saint Laurent–, hace necesario detenernos en su análisis. Chanel lanza su «pequeño vestido negro» en 1926. Se trata de una pieza simple y versátil, dirigida a una «nueva» mujer, que materializa el concepto de «fondo de armario», que ella misma fomentó creando prendas básicas combinables<sup>86</sup>. Por otro lado, durante el siglo XIX el negro había quedado fijado como el color de la modernidad y era ampliamente usado en la indumentaria masculina<sup>87</sup>. Históricamente, el color negro se ha asociado a la muerte, al luto y al duelo, pero también a la maldad, lo sucio, la aspereza, la oscuridad y la putrefacción. Además, en el ámbito religioso,

reflejaba humildad, penitencia y resignación, de ahí su amplia difusión en los hábitos monacales<sup>88</sup>. Así, la creación de Chanel va más allá de un patrón innovador, pues, recodifica el sentido social de un color que pasará a ser paradigma de elegancia y sofisticación<sup>89</sup>.

Finalmente, es posible sustraer de *L'année dernière à Marienbad* una serie de elementos de vestuario –característicos de la gramática de Chanel– que estarán, a su vez, presentes en el título de Luchino Visconti que analizaremos a continuación. Dichos elementos son: el uso de las perlas, que destaca especial importancia en el caso de *Il Lavoro*, donde su protagonismo es absoluto; los zapatos de salón bicolors; el largo de falda hasta la rodilla; y los trajes de dos piezas con contornos ribeteados.

*Il Lavoro*, tercer episodio de la película *Boccaccio 70*, indaga en el matrimonio de Pupe (Romy Schneider), hija de un adinerado industrial alemán, y Ottavio (Thomas Milian), un conde italiano. La historia comienza cuando la prensa destapa las infidelidades del conde con prostitutas de lujo y desemboca en un retrato realista de la decadencia aristocrática y burguesa. Así, el sexo, el dinero, el trabajo, las posesiones materiales y el desasosiego amoroso vertebran este relato crítico<sup>90</sup>.

En cuanto al vestuario, en el filme solo aparecen dos conjuntos de Chanel. En primer lugar, un sencillo traje sastre de dos piezas, compuesto por una falda, un cinturón dorado en forma de cadena y una chaqueta sin cuello con los bordes ribeteados (Fig. 3). Se trata de un *total look* Chanel en color gris jaspeado, elaborado en tweed<sup>91</sup>. Dicho tejido, el tweed escocés, era asociado a lo masculino y rural, sin embargo, Chanel lo propone para contextos profesionales, urbanos y femeninos. Nuevamente, la diseñadora juega con la relocalización de códigos ya existentes; reordena el sistema de la moda y problematiza la categorización estática de prendas, tejidos, colores<sup>92</sup>, etc. Por otro lado, la protagonista

84 Leutrat. *L'année dernière à Marienbad*.

85 Chanel, "Delphine Seyrig".

86 Kathryn Hennessy, ed. *Moda: historia y estilos*. (Londres: Dorling Kindersley, 2013), 249; Amy Holman Edelman. *The Little Black Dress*. (Londres: Aurum, 1997); Didier Ludot. *The little black dress: vintage treasure*. (Nueva York: Assouline, 2001).

87 Akiko Fukai. "Modachrome: el color como placer". En *Modachrome: el color en la historia de la moda* [catálogo de la exposición] 21-30 (Madrid: Ministerio de cultura, Secretaria General técnica, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2007). 24.

88 John Gage. *Color y cultura: la práctica y el significado del color de la Antigüedad a la abstracción* (Madrid: Ediciones Siruela, 2001); Eva Heller. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* (Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008).

89 Holman Edelman. *The Little Black Dress*; Ludot. *The little black dress*.

90 Henry Bacon. *Visconti: Explorations of Beauty and Decay* (Cambridge: Cambridge University Press, 1998), 142-44; Laureano Núñez García. «Boccaccio 70. Imágenes y representaciones de la mujer en el cine italiano». *Revista Internacional de Culturas y Literaturas*, nº 10 (2016): 288-90.

91 Jean-Marie Floch. «El total look de Coco Chanel». *Revista de Occidente*, nº 366 (2011): 183; Hennessy, ed. *Moda: historia y estilos*. 249.

92 Cerrillo Rubio, «Orden, lujo y deleite»; Catherine Driscoll. «Chanel: The Order of Things». *Fashion Theory* 14, nº 2 (2010): 142-52.

luce una bata de tejido satinado, en color azul con transparencias.



Figura 3. Romy Schneider con un *total look* de Chanel. Fotograma extraído del filme *Boccaccio 70* (1962), del episodio dirigido por Luchino Visconti.

Todo el fragmento de *Il Lavoro* está filmado en interiores suntuosos, donde el esplendor formal y la fastuosa puesta en escena son importantes elementos narrativos. De igual modo, el vestuario de Romy Schneider genera un discurso no verbal que supone la constatación de su estatus. Chanel es una marca de lujo y sus prendas son una muestra del poder adquisitivo de quien las posee. A este respecto, es posible afirmar que la indumentaria de Pupe la propone como una mujer prototípica de la alta burguesía<sup>93</sup>.

Por otra parte, el vestuario plantea una dicotomía entre el deseo de la protagonista por trabajar y su incapacidad. Chanel ha sido ampliamente asociada con la búsqueda de independencia femenina, la liberación de la moda y a una actitud activa ante el mundo<sup>94</sup>. Sus prendas se dirigen, no a mujeres «inútiles y desocupadas», sino a mujeres activas, trabajadoras. En este sentido, sus piezas son pertinentes en tanto que aluden a ese deseo expresado por la protagonista de autosuficiencia y realización personal por medio del trabajo. Sin embargo, ese discurso confronta con la realidad de Pupe, que no logra escapar de la insatisfacción y el hastío<sup>95</sup>.

## 5. Hubert de Givenchy

Hubert de Givenchy (1927-2018) fue un modista francés, de origen aristocrático, que desarrolló su labor entre 1952 –fecha en que abre su propia firma– y 1995. Givenchy realizó su formación en los talleres de personalidades imprescindibles para la Alta Costura del siglo XX, comenzando como modelista de Jacques

Fath y posteriormente pasando por las casas de costura de Robert Piguet y Lucien Lelong, así como por los excéntricos salones de Elsa Schiaparelli en la Place Vendôme. Al aprendizaje con tales *couturiers* se suman las enseñanzas del que fuera su gran amigo y mentor, Cristóbal Balenciaga. Así, Givenchy se caracterizó por el respeto inquebrantable de la técnica, el gusto por las formas simples y la depuración del diseño. Además, contó con una especial habilidad para unificar la tradición de la costura francesa y su propia innovación<sup>96</sup>.

### 5.1. Givenchy y el cine

Las relaciones de Hubert de Givenchy con el medio cinematográfico tienen su inicio en la década de 1950, cuando Carmel Snow –editora de *Harper's Bazaar*– le contacta y es requerido en Italia para la realización del vestuario que Jennifer Jones luce en *Beat the Devil* (John Huston, 1953). Se trata de un comienzo excepcional, pues, ese mismo año sus creaciones son adquiridas como parte del armario de Audrey Hepburn en su papel de *Sabrina* (Billy Wilder, 1954). Este primer encuentro entre la actriz y el diseñador inició una larga relación, profesional y privada, tremendamente prolífica<sup>97</sup>.

En cuanto a la participación de Givenchy en *Sabrina*, debemos indicar que en un primer momento no se pensó en él, sino en Balenciaga, para el encargo. Cuando Hepburn solicita a Billy Wilder y a Paramount la posibilidad de comprar parte del guardarropa en París es consciente del peso argumental que tiene el vestuario en el filme; el personaje de Sabrina Fairchild experimenta una serie de cambios personales durante su estancia en la capital francesa y la indumentaria da cuenta de ello. Por este motivo, la actriz aboga por adquirir moda parisina, en lugar de una interpretación de la misma, que habría realizado Edith Head, diseñadora de la productora<sup>98</sup>. La petición terminó siendo aceptada por Wilder y Don Hartman, ejecutivo de Paramount, aunque sujeta a las siguientes condiciones:

96 María Lourdes Cerrillo Rubio, «Givenchy y la vida moderna» [Conferencia]. En *Jornada "El espíritu de Givenchy"*. (Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza, 2015); Françoise Mohrt, *The Givenchy style*. (Nueva York: The Vendome Press, 1998); Igor Uría Zubizarreta, «Gentleman en la alta costura». En *Hubert de Givenchy* [catálogo de la exposición], 45-55. (Madrid: Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, 2014).

97 Donald Spoto. *Enchantment. The Life of Audrey Hepburn*. (Nueva York: Three Rivers Press, 2006), 99; Miriam Vizcaíno, «Las películas de Audrey Hepburn» [Conferencia]. En *Jornada "El espíritu de Givenchy"*. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza, 2015.

98 Pamela Clarke Keogh. *Audrey Style*. (Londres: Aurum Press, 1999), 24-5; Spoto. *Enchantment*. 99-103; Vizcaíno, «Las películas de Audrey Hepburn».

93 Núñez García. «Boccaccio 70. Imágenes y representaciones», 288-290.

94 Driscoll. «Chanel: The Order of Things», 145.

95 Floch. «El total look de Coco Chanel», 183-84.

- El vestuario debía adquirirse en Balenciaga
- Los colores de las prendas serían, preferiblemente, gris marengo o azul Oxford, evitando el blanco y el negro.

Teniendo en cuenta que finalmente las confecciones fueron adquiridas en la firma de Givenchy, han existido diversas hipótesis en torno al posible contacto entre Balenciaga y la actriz. En tal sentido, creemos que la incógnita puede despejarse atendiendo a la información que proporciona la copia de un telegrama hallada en la colección de documentos de Billy Wilder que conserva la Margaret Herrick Library: «Copy of telegram regarding Audrey Hepburn's wardrobe saying "Balenciaga cannot provide ... wardrobe in time due pressure work preparing Autumn collections. Best alternative is top couturier Givenchy who can arrange send completed wardrobe to America on own responsibility by August 10th," July 7, 1953; copy of telegram giving costs for Givenchy wardrobe and reporting that "no credit required,"»<sup>99</sup>.

Como indica el telegrama, la actriz no acudió a Balenciaga porque este se encontraba sumido en la presión de elaborar su colección de otoño. A este respecto, algunos investigadores han apuntado que habría sido Gladys de Segonzac –esposa del jefe de Paramount en París– quien aconsejó a Hepburn no molestar al español y, en cambio, dirigirse al atelier de Givenchy<sup>100</sup>. Así, la actriz, guiada por De Segonzac se dirige a la *rue* Alfred de Vigny, donde adquiere tres piezas: un traje en color gris marengo, un vestido de cóctel en satén negro y, lo más especial, el vestido de noche blanco con bordados en seda negra, conocido como *Inés de Castro*. Este primer encuentro entre actriz y modista supone un punto de inflexión en sus carreras, así como el inicio de una larga y exitosa simbiosis.

99 «Copia del telegrama sobre el guardarropa de Audrey Hepburn diciendo "Balenciaga no puede proporcionar... guardarropa a tiempo debido al trabajo y la presión de preparar sus colecciones de otoño. La mejor alternativa es el gran diseñador de moda Givenchy, quien puede organizar el envío completo del guardarropa a Estados Unidos bajo su propia responsabilidad antes del 10 de agosto", 7 de julio, 1953; copia del telegrama que da los costos del guardarropa de Givenchy e informa que "no se requiere crédito"» (Trad. del autor); "File 68f | SABRINA - production". 1953-1954. ID Number: 71464156. Billy Wilder papers. Beverly Hills: Margaret Herrick Library, Academy of Motion Picture Arts and Sciences. Recuperado de <https://collections.new.oscars.org/Details/Archive/71464156>

100 Consta que fue De Segonzac quien llamó al taller de Givenchy –ubicado en la *rue* Alfred de Vigny– con la petición de que el modista recibiese a «Miss Hepburn», lo cual dio lugar a equívocos, pues, se creyó que se trataba de la actriz Katherine Hepburn, mucho más popular en la Francia de aquel momento que la joven Audrey.

No obstante, en *Sabrina*, pese a la importancia del vestuario de Givenchy, su nombre fue omitido de los títulos de crédito. Por ello, cuando la película es premiada en 1954 con el Óscar al Mejor Vestuario en blanco y negro, el galardón y el reconocimiento recaen solo en Edith Head. Posteriormente, cuando Givenchy vuelve a compartir colaboración con Head y Hepburn, es la actriz quien insiste en firmar una cláusula según la cual el modista debía constar en los créditos; así ocurre en *Funny Face* (Stanley Donen, 1957)<sup>101</sup>.

El diseñador realizó el vestuario de Audrey Hepburn en seis títulos más: *Love in the Afternoon* (Billy Wilder, 1957), *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961), *Charade* (Stanley Donen, 1963), *Paris When Its Sizzles* (Richard Quine, 1964), *How to Steal a Million* (William Wyler, 1966) y *Bloodline* (Terence Young, 1979). Asimismo, Givenchy vistió a Jean Seberg en *Bonjour Tristesse* (Otto Preminger, 1958) y contribuyó a la indumentaria de *Crack in the Mirror* (Richard Fleischer, 1960), y *The V.I.P.s* (Anthony Asquith 1963), compartiendo en este último caso protagonismo con las creaciones de Pierre Cardin<sup>102</sup>.

## 5.2. Análisis de títulos seleccionados: *Breakfast at Tiffany's* y *Charade*

Primeramente, es preciso apuntar que en estos filmes se aprecian elementos característicos del trabajo de Givenchy como vestidos sin tirantes, escotes cuadrados, satén, abrigos de lana y elaborados sombreros, que serán una constante hasta su última colaboración con Hepburn en *Bloodline* (Terence Young, 1979)<sup>103</sup>.

*Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961) es la historia de Holly Golightly, una joven aparentemente soltera con un encanto travieso y algo caótico, que vive en la ciudad de Nueva York. La llegada de Paul Varjak a su edificio, un escritor cuya carrera no termina de despegar, inicia el argumento. En el transcurso del filme, el espectador descubre que Holly, llamada realmente Lula Mae, huye de su pasado –Texas, su origen humilde y un matrimonio no deseado–, y es testigo del romance con su nuevo vecino. Por otro lado, la película aborda la prostitución, evidente en el caso de Varjak y sugerida, aunque no afirmada, en Holly<sup>104</sup>.

101 Vizcaíno, «Las películas de Audrey Hepburn».

102 Leese, *Costume design in the movies*, 45; Jerry Vermilye. *The complete films of Audrey Hepburn*. (Nueva York: Carol Publishing Group, 1995), 146-206.

103 Stella Bruzzi. *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies*. (London: Routledge, 1997), 6-7.

104 Eugenio Fontaneda, «Prostitución de lujo en Hollywood. Holly contra Vivian», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz (Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015), 224-5; Pat Kirham y Marilyn Cohen. «Contexts,

En esta cinta la presencia de Givenchy no era necesaria. Sin embargo, Hepburn muestra su predilección por el modista y presiona a la productora, con su enorme atractivo en taquilla, para lograr que sus prendas formen parte del filme. De este modo, el diseñador comparte nuevamente pantalla con Edith Head, diseñadora de vestuario de Paramount, y Pauline Trigère, creadora de los trajes de Patricia Neal<sup>105</sup>.

El primer vestido que vemos en el filme es, sin duda, el más emblemático (Fig. 4). Es de madrugada en Nueva York y Holly baja de un taxi frente a la joyería Tiffany's, cuyo escaparate contempla mientras desayuna. Su vestido es una declinación del icónico *petite robe noire* de Chanel, aunque en este caso se trata de un modelo de noche en satén negro azabache con falda de tubo hasta los pies. El cuerpo del vestido, sin mangas, se cierra en el delantero y se abre en la espalda dejando ver los omóplatos, conectando a su vez con la parte superior mediante una pieza semicircular. Además, el *look* se complementa con guantes largos de satén negro, chal de seda blanco, gafas modelo *Manhattan* de Oliver Goldsmith y un collar de perlas de varias vueltas, anclado al frente del vestido con broche de oro blanco y diamantes, a juego con la tiara y los pendientes<sup>106</sup>.

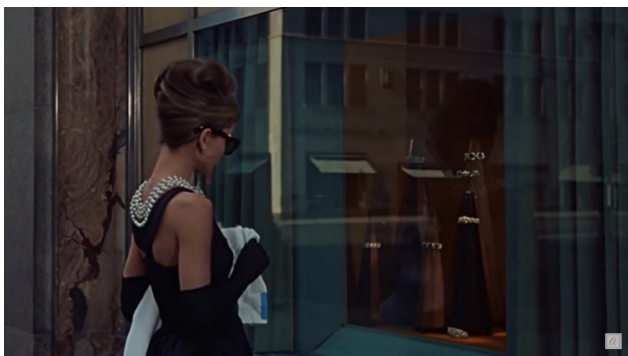


Figura 4. Detalle de la espalda del vestido de noche en satén negro. Fotograma extraído de la película *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961).

La actriz escogió ella misma el vestido, que había visto anteriormente en el desfile de la colección de

*Contradictions, Couture, and Clothing: Fashion in An American in Paris, Breakfast at Tiffany's, and That Touch of Mink*. En *Film, Fashion, and the 1960s* eds. Eugenia Paulicelli, Drake Stutesman y Louise Wallenberg. (Indiana: Indiana University Press, 2017), 81; Vermilye. *The complete films of Audrey Hepburn*. 146-9.

105 Kirham y Cohen. «Contexts, Contradictions», 82; Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

106 Anna Amorós Pons y M<sup>a</sup> del Carmen Calvo Gómez. «Givenchy en Hollywood. Estudio de *Breakfast at Tiffany's* y sus influencias en publicidad de moda actual». *Creatividad y Sociedad*, n<sup>o</sup> 25 (2016): 100-101; Luceño, Laura. «Diciembre: Vestido de Hubert de Givenchy». *Modelo del mes: Museo del Traje* (2009), 1-4; Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

Givenchy, y Blake Edwards dio el visto bueno al gustarle el escote. Inicialmente, la prenda contaba con una apertura lateral, visible en los figurines del diseñador y en el cartel de la película, no obstante, esta sería eliminada. Al respecto, algunos investigadores consideran que podría haber sido en Hollywood donde se suprime al verla demasiado excesiva. Por otro lado, cabe señalar que al modista se le encargaron tres vestidos idénticos para el rodaje<sup>107</sup>.

Junto a dicha prenda, Holly luce otro *petite robe noire* de seda, que utiliza en tres momentos distintos del filme. Se trata de un vestido de cóctel, sin mangas, anudado a la cintura con un lazo zapatero y con el bajo rematado con plumas negras. Hepburn lleva el vestido durante la visita a la cárcel de Sing Sing, en la fiesta en su apartamento y en el reencuentro con su exmarido. En este caso, los accesorios cobran especial importancia, pues, permiten a la protagonista utilizar una misma prenda en múltiples ocasiones y siempre de diferente manera. No obstante, esta idea ya fue puesta en juego por «Coco» Chanel, quien defendió el concepto de «fondo de armario» y creó un vestido negro atemporal, independiente a las modas y síntoma de elegancia y sofisticación; algo que retoma Givenchy aportando modificaciones personales<sup>108</sup>. Por otro lado, en dicha prenda existe un reflejo de la psicología del personaje, pues, Holly lleva una indumentaria que muestra la clase social a la que le gustaría pertenecer y le ayuda a crear una ilusión de riqueza; algo ilusorio aunque tremendamente deseado. El vestido ayuda a la protagonista a ficcionar su estatus y a distanciarse de su pasado. De hecho, existe un contraste muy claro entre el *look* diseñado por Head para la escena en la que la actriz canta *Moon River*, compuesto por vaqueros y suéter gris, y las creaciones de Givenchy. Las tensiones entre uno y otro vestuario, son también las tensiones entre Lula Mae y Holly Golightly, entre procedencia y aspiración, entre Texas y Nueva York, entre lo rural y lo urbano<sup>109</sup>.

En el filme, además de las piezas ya mencionadas, destacan otros dos conjuntos. Por un lado, la actriz viste un abrigo naranja de lana gruesa con cuello chimenea, una doble botonadura en el delantero y una elegante trabilla en la espalda, en forma de lazada; el conjunto se complementa con un sombrero de visón. Simbólicamente, el naranja es entendido como el color

107 Luceño, Laura. «Diciembre: Vestido de Hubert de Givenchy», 14; Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

108 Amorós Pons y Calvo Gómez. «Givenchy en Hollywood», 98-9; Hennessy, ed. *Moda: historia y estilos*. 249; Ludot. *The little black dress*; Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

109 Jacqui Miller. *Audrey Hepburn*, (Bristol: Intellect Books, 2014), 52-3; Kirham y Cohen. «Contexts, Contradictions», 85.

de la diversión, la sociabilidad y lo alegre, de modo que la elección cromática queda perfectamente justificada, pues, la escena en la que Holly viste el abrigo es de las más joviales. Asimismo, este tipo de prenda, es parte fundamental del imaginario Hepburn-Givenchy y cobra especial protagonismo en *Charade*<sup>110</sup>.

Por último, al regreso de su cita con el brasileño José da Silva Pereira, la protagonista lleva un conjunto de cóctel en seda rosa. Se trata de un vestido de cuello cuadrado, con apliques dorados en forma de abanico, decorado con un cinturón en forma de lazo y una chaqueta ancha de manga francesa. En este caso, la importancia del color vuelve a ser central. El tono de rosa recuerda inevitablemente al capote de un torero, idea que refuerzan las banderillas que porta consigo la pareja. Además, el rosa es el color de la ensoñación y las ilusiones y, en este sentido, se adecua a la realidad del argumento, donde Holly sueña con la riqueza y el ascenso social que le proporcionaría su matrimonio con Pereira<sup>111</sup>.

En *Charade* (Stanley Donen, 1963), la joven Regina Lampert, viuda repentinamente tras la extraña muerte de su marido, y es amenazada por un grupo de hombres que busca el botín que su esposo había robado. Este suspense, con París como telón de fondo, agrupa asesinatos, intrigas, violencia, espionaje y culmina en una historia de amor con final feliz<sup>112</sup>.

Antes de comenzar el análisis de vestuario, es preciso señalar que *Charade* es posterior cronológicamente a *Paris When Its Sizzles* (Richard Quine, 1964). Este último título se había rodado en 1962 pero no se estrenó hasta dos años después. La película no había convencido del todo a los ejecutivos de Paramount, sin embargo, tras el éxito de *Charade* –una de las cintas más exitosas de Universal en 1963–, deciden lanzarla. En consecuencia, *Paris When Its Sizzles* presenta claves que anticipan la indumentaria del filme analizado, pues sendos guardarropas son creación de Givenchy<sup>113</sup>.

La protagonista aparece por primera vez en una estación de esquí, vistiendo un mono marrón chocolate que se prolonga en una especie de balaklava, acompañado por un suéter de pelo, a juego con el gorro, y unas gafas cuadradas de Oliver Goldsmith. Se trata de una pieza que preludia el inicio de un nuevo enfoque en Givenchy, acorde con los tiempos.

110 Amorós Pons y Calvo Gómez. «Givenchy en Hollywood», 98-9; Heller. *Psicología del color*, 183. Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

111 Amorós Pons y Calvo Gómez, 96-7; Heller, 218. Vizcaino.

112 Vermilye. *The complete films of Audrey Hepburn*. 161-3.

113 Vermilye. *The complete films of Audrey Hepburn*. 161-3; Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

Del mismo modo, los vestidos de día son de líneas modernas, rectos y monocromos, en consonancia con el estilo de los años sesenta<sup>114</sup>. A su regreso a París, Regina Lampert lleva un abrigo en color gris perla con cuello camisero, manga tres cuartos y grandes botones (Fig. 5). Los abrigos son una constante en el filme, pues se ambienta en un periodo invernal y con gran protagonismo de espacios exteriores. Más allá de lo funcional, el color de las prendas revela una simbología que acompaña la acción. En este caso, el abrigo abre la paleta cromática de la película con un tono apagado que, sumado al corte de líneas rectas y simples, expresa la desolación del personaje, que encuentra su apartamento completamente vacío, situación que replica la indumentaria por medio de la depuración formal<sup>115</sup>.



Figura 5. Lampert a su regreso a París. Fotograma extraído de la película *Charade* (Stanley Donen, 1963).

Como se ha señalado, los abrigos son la prenda protagonista de *Charade*, caracterizados por patrones de líneas claras, cuellos de tira o camiseros, grandes botones, faldas hasta la rodilla y mangas tres cuartos. Así, las piezas se diferencian mayormente por su color, acorde con el desarrollo narrativo. En este sentido, aquellas prendas cuya intensidad cromática es mayor se corresponden con momentos en los que la acción se dispara, bien por un aumento en la intriga o la violencia, bien por la inminencia del peligro. Es el caso del abrigo rojo escarlata con el que Regina se entera de que está en grave peligro o la pieza en amarillo mostaza cuya vivacidad evoca la agitación de una persecución. Finalmente, cuando la intensidad disminuye y las amenazas se disipan, aparece en pantalla un conjunto de dos piezas en azul Oxford que retoma la calma en el vestuario. Por tanto, es posible hablar de un contraste simbólico expuesto por medio del color: rojo-actividad, azul-pasividad<sup>116</sup>.

114 Vizcaino, «Las películas de Audrey Hepburn».

115 Vizcaino.

116 Heller. *Psicología del color*, 33; Vizcaino.

En conclusión, es posible afirmar que tanto *Breakfast at Tiffany's* como *Charade* dan cuenta del exitoso binomio Hepburn-Givenchy. Ambos vestuarios hicieron que la Alta Costura y el estilo de la intérprete fuesen potencialmente accesibles, convirtiendo a la actriz en un mito, en tanto que modelo a imitar. Dichas películas encapsularon el estilo al definirlo y hacerlo fácilmente identificable, posibilitando su imitación<sup>117</sup>.

## 6. Yves Saint Laurent

Yves Saint Laurent (1936-2008) es uno de los mitos de la moda del siglo XX y paradigma incontestable del estilo francés. El modista llegó a París en 1953 –procedente de Orán– y pronto comenzó a trabajar para Christian Dior, a quien sucedería a su muerte en 1957. En 1962 fundó su propia firma, donde trabajó indistintamente la Alta Costura y el *prêt-à-porter*<sup>118</sup>, cuyo estatus eleva. Saint Laurent dominó las décadas de 1960-1970, abogando por prendas que sirvieran como una «segunda piel» a las mujeres y creando un estilo basado, no en la recontextualización de prendas masculinas, sino en la creación de versiones verdaderamente enfocadas a la mujer, como es el caso del esmoquin (1965), entre otras muchas aportaciones<sup>119</sup>.

### 6.1. Saint Laurent y el cine

Los comienzos de Yves Saint Laurent<sup>120</sup> en el diseño de vestuario, como los de otros *couturiers* como Chanel o Balenciaga, estuvieron marcados por su trabajo en el ámbito teatral. Centrándonos en los años sesenta, es preciso señalar sus colaboraciones con Roland Petit, para quien diseñó la escenografía y el vestuario de cinco ballets entre 1962 y 1965. Asimismo, el modista asumió proyectos teatrales como su colaboración con

Louis Barrault diseñando el vestuario de distintas óperas: *Le Mariage de Figaro* (1964), *Il Faut Passer Par Les Nuages* (1964) y *Journées Entières Dans Les Arbres* (1965)<sup>121</sup>.

En lo relativo al medio cinematográfico, el diseño de vestuario de cine constituyó para Saint Laurent una «tercera dimensión», o vía creativa, paralela a la Alta Costura y el *prêt-à-porter*. Las primeras intervenciones ocurren durante su labor como director artístico de Christian Dior, de modo que no llevan su nombre; destacan las piezas de Ingrid Bergman en *Indiscreet* (Stanley Donen, 1958) o las de Olivia de Havilland en *Libel* (Anthony Asquith, 1959). Tras abrir su propia casa de costura, lejos de abandonar dichas colaboraciones, el modista intensifica su actividad. Así, crea el vestuario de Claudia Cardinale en *The Pink Panther* (Blake Edwards, 1963), las prendas de Leslie Caron y Jean Seberg en *A Very Special Favor* (Michael Gordon, 1965) y *Moment to Moment* (Mervyn LeRoy, 1965), respectivamente, y viste a Sophia Loren en *Arabesque* (Stanley Donen, 1966)<sup>122</sup>.

En 1966 realiza de forma paralela el vestuario de Annie Girardot y Candice Bergen para *Vivre pour vivre* (Claude Lelouch) y el de Catherine Deneuve en *Belle de Jour* (Luis Buñuel), ambos estrenos de 1967. Este último título es el más relevante, pues supone el inicio de una prolífica asociación entre Saint Laurent y Deneuve. Si bien se trata de la primera colaboración entre el diseñador y la intérprete, no fue su primer contacto con Buñuel, ya que se cree que el *couturier* habría confeccionado el vestuario de María Félix en *La fièvre monte à El Pao* (1959)<sup>123</sup>.

La conjunción Saint Laurent-Deneuve dio lugar a un amplio abanico de títulos en los que la actriz viste prendas del modista. Dichas películas son: *La Chamade* (Alain Cavalier, 1968), *La Sirène du Mississippi* (François Truffaut, 1969), *Liza* (Marco Ferreri, 1972), *Un flic* (Jean-Pierre Melville, 1972), *L'Agression* (Gérard Pirès, 1975). Asimismo, según las recientes hipótesis de Guillaume Jaehnert (2020), pueden incluirse algunos títulos en los que el diseñador no aparece acreditado, pero sobre los cuales existen registros documentales que respaldan su participación: *The April Fools* (Stuart Rosenberg, 1969), *Le Dernier Métro* (François Truffaut, 1980), *Drôle d'endroit pour une rencontre* (François Dupeyron, 1988) y *Mes stars et moi* (Laëtitia Colombani, 2008)<sup>124</sup>.

117 Miller. *Audrey Hepburn*; Vizcaino.

118 «Expresión francesa que significa “listo para llevar”. [...] Designa un sistema de fabricación seriada de prendas de vestir dirigidas a un público universal [...]. Con la consolidación del *prêt-à-porter* como sistema básico de creación y producción de moda, no solo se diluye el papel de la alta costura, sino que se universaliza el gusto y los estilos de vestir que se proponen.» Véase: Margarita Rivière. *Diccionario de la moda: los estilos del siglo XX*, (Barcelona: Grijalbo, 1996), 222-23.

119 Hennessy, ed. *Moda: historia y estilos*. 371; Florence Müller. «Dressing for modern times: Yves Saint Laurent's «Essentials», en *Yves Saint Laurent* [catálogo de la exposición], coord. Brigitte Govignon e Isabelle Dartois, (Nueva York: Abrams, 2010), 142; Birgitta Orfali, «Yves Saint-Laurent (1936-2008). Le petit prince de la haute couture». *Hermès, La Revue*, n° 3 (2008): 183-185; Linda Watson, *Fashion visionaries*, (London: Laurence King Publishing, 2015), 165.

120 Para conocer la lista completa de títulos en los que Yves Saint Laurent colabora, véase: Guillaume Jaehnert, *Catherine Deneuve & Yves Saint Laurent. Un style entre écran et podium*, (Paris: L'Harmattan, 2020).

121 Alice Rawsthorn, *Yves Saint Laurent: A biography*. (Nueva York: Nan A. Talese-Doubleday, 1996), 82.

122 Guillaume Jaehnert, *Catherine Deneuve & Yves Saint Laurent. Un style entre écran et podium*, (Paris: L'Harmattan, 2020), 16-45.

123 Jaehnert, *Catherine Deneuve & Yves Saint Laurent*, 28-45, 138.

124 Jaehnert, 27.



## 6.2. Análisis de título seleccionado: *Belle de Jour*

*Belle de Jour* es el relato de las fantasías y filias de una joven mujer burguesa, Séverine, cuyo marido Pierre, un amable cirujano, no logra satisfacer sus deseos y anhelos sadomasoquistas. Séverine ama a su esposo, pero no lo desea, de modo que recurre al ejercicio de la prostitución en un intento de suplir sus carencias sexuales, algo que no solo obedece al cumplimiento del deseo, sino también a una especie de exorcización del trauma de un abuso infantil<sup>125</sup>.

Si Yves Saint Laurent participa en este filme es gracias a Catherine Deneuve<sup>126</sup>. Fue ella quien llamó a Pierre Bergé -pareja del diseñador- para proponerle el proyecto, pues Buñuel no tenía una idea concreta sobre el vestuario. En 1966, año de ejecución de las prendas, Saint Laurent era un *couturier* reconocido y la actriz ya mantenía vínculos con él, tras hacerle su primer encargo en 1965. A la hora de abordar el diseño, tanto el modista, como Deneuve fueron parte activa del proceso. Así, el vestuario del filme es una auténtica aproximación a la intérprete y al personaje, mucho más certera que si Hélène Nourry -encargada del guardarropa de la película- hubiese vestido a Deneuve con trajes alquilados. Se trata de piezas creadas ex profeso que actúan en favor de la diégesis, a la que acompañan y refuerzan, logrando sintetizar la gramática del modista y las exigencias del medio cinematográfico. En este sentido, los bocetos de las prendas ponen de manifiesto la existencia de una fuerte relación entre las colecciones comerciales del diseñador y la construcción de una gramática específica de singularización del personaje por medio de la revisión-reelaboración de piezas anteriores<sup>127</sup>.

La película comienza con una de las fantasías o alucinaciones de Séverine. La joven pasea con Pierre en un coche de caballos y llegado un momento la obliga a bajar, llegando a recurrir a la fuerza de los cocheros, que la someten y termina siendo azotada bajo la atenta mirada de su esposo. En la escena, Deneuve luce un vestido sin mangas y corte por la rodilla y una chaqueta corta cruzada, ambos en rojo. Se trata de una elección cromática que, sin duda, apela al bagaje simbólico del

rojo, históricamente asociado a lo diabólico, la violencia y la agresividad, a la par que a la pasión, el deseo, la excitación, la sexualidad y el erotismo. En este sentido, el color refuerza el tono de la escena y manifiesta la sexualidad poco convencional de la protagonista<sup>128</sup>.



Figura 6. Vestido rojo lucido por Séverine en una de sus fantasías. Fotograma extraído de la película *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967).

El rojo es un color de tradición ambivalente, pues, por un lado, ha sido marca de verdugos y prostitutas, desde la «madre de las fornicaciones» del Nuevo Testamento hasta las mujeres escarlata inglesas o las luces rojas de los burdeles, por otro, es reflejo de los más altos estamentos de la jerarquía católica, la liturgia y símbolo de la llama del espíritu santo. En esta línea, dicho color vuelve a aparecer en un vestido que luce Séverine cerca del final de la película (Fig. 6), en un plano en el que su actitud evoca a san Sebastián y la propone casi como mártir de sus propias filias. Esa contraposición entre pecado e inmoralidad y virtud religiosa es traducida por Saint Laurent en el vestuario del filme, que se vertebra precisamente en la ambigüedad deseo-castidad y candor-impureza; cuestión que se subraya al comparar el atuendo rojo de la fantasía con el camisón blanco de la realidad<sup>129</sup>.

La importancia del color se rastrea nuevamente en el cárdigan amarillo que viste Séverine en la secuencia de la estación de esquí. El empleo del amarillo pone de relieve cuestiones fundamentales del relato al ser el color de la deshonor y la infamia, usado en la edad media para identificar a las meretrices y posteriormente en las caricaturas para representar a los maridos engañados. Ambas realidades, prostitución e infidelidad, son puntos estructurales del filme<sup>130</sup>.

125 Alain Bergala, *Luis Buñuel*, (Madrid: Prisa Innova, El País, 2008), 67-71; Bruzzi, *Undressing Cinema*, 21-2; Jaehnert, 39; Sandra Wake ed., *Belle de Jour: a film by Luis Buñuel*, (Nueva York: Simon and Schuster, 1971), 22.

126 Que la participación de un *couturier* se vea solicitada, intermediada o facilitada por una actriz es algo generalizado dentro de los trabajos de creación de vestuario cinematográfico por parte de diseñadores de moda; ocurre con Marlene Dietrich y Dior, Audrey Hepburn y Givenchy o Isabel Garcés y Balenciaga, entre otros ejemplos.

127 Jaehnert, 11-46.

128 Heller. *Psicología del color*, 56-65; Jaehnert, 22.

129 Heller, 56-65; Jaehnert, 58-72; Claude Lévi-Strauss, «Las dos caras del rojo». En *Modachrome: el color en la historia de la moda* [Catálogo de la exposición], (Madrid: Ministerio de cultura, Secretaría General técnica, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2007), 47-48.

130 Heller, 95-6; Jaehnert, 54.

En esta línea, cabe señalar que el vestuario de Saint Laurent materializa la doble vida de Séverine en la alternancia de colores claros y oscuros. En lo doméstico predominan los blancos y rosas, así como en espacios sociales; es el caso del club deportivo donde la protagonista viste un conjunto de tenis íntegramente blanco que evoca un estadio de inocencia previo a la subversión de la respetabilidad marital. Ese blanco impoluto que precede a la meretricia, recibe la mácula de sus transgresiones sexuales, tal y como evidencia otra de sus fantasías. En su extravagante ensueño, Séverine aparece con un vestido blanco, inspirado en la antigüedad clásica, ajustado a la cintura y sin mangas (Fig. 7), que es ensuciado por el barro que le arroja el amigo de su esposo Henri Husson, quien le facilita la dirección de Madame Anaïs. La corrupción del color es el reflejo del pecado y el deseo de denigración de la protagonista<sup>131</sup>.



Figura 7. Catherine Deneuve en un vestido blanco de inspiración clásica. Fotograma extraído de la película *Belle de Jour* (Luis Buñuel, 1967).

En su primera visita al prostíbulo de Madame Anaïs, la protagonista viste un abrigo gris oscuro de marcada influencia militar con doble botonadura, cuello de camisa, hombreras y bolsillos en las caderas, que complementa con bolso, sombrero y guantes negros. Este atuendo, al que posteriormente suma unas gafas de sol negras, confiere a Séverine una especie de armadura, casi una pantalla de discreción ante el merodeo por las cercanías del burdel, equiparando su actitud a la de los clientes. Cuando finalmente se decide a entrar, y es recibida, se observa cómo su ropa desentona claramente con el espacio, a diferencia de la de su futura jefa, que parece fundirse con el lugar<sup>132</sup>.

A su regreso al prostíbulo, el vestuario es el eje central de un juego de travestismo/disfraz. Madame Anaïs la recibe e invita a cambiarse, de modo que abandona el

abrigo negro y muestra un vestido camisero beige. Este cambio de vestuario –de la disonancia a la armonía con el espacio– ejemplifica la transmutación de Séverine a Belle de Jour; idea que se refuerza en el momento en que, asustada por su primer cliente, la protagonista se apresura a recuperar el abrigo. Así, su indumentaria da cuenta de una metamorfosis social y sexual, de burguesa a prostituta, en la que despojarse de su abrigo propone una pérdida simbólica de la represión y el inicio de su prostitución vespertina<sup>133</sup>.

El atractivo de Belle no se caracteriza por una sexualización expresa, sino por la severidad, la carencia de sensualidad y una actitud frígida paralela a la depuración formal del vestuario. Los abrigos del filme secundan dicho carácter con su corte recto, anguloso, y la sobreabundancia de botones que evoca la represión sexual de la protagonista. No obstante, aunque símbolo de su continencia, los abrigos también ponen en juego alusiones al mundo del fetichismo mediante el tejido. Es el caso de la gabardina negra que viste Séverine al retomar su trabajo como prostituta, cuyo material, el vinilo, es símbolo del fetiche y la «perversión sexual»<sup>134</sup>. Asimismo, es un elemento clásico del repertorio de la moda fetichista, que constituye una «segunda piel» relacionada con los gustos sexuales alternativos a la normatividad social<sup>135</sup>.

Finalmente, entroncando con esa cuestión fetichista, es preciso analizar el último vestido de la cinta. Se trata de un *petite robe noire* de manga larga y corte por la rodilla con cuello y puños en blanco. La prenda alberga la ambigüedad propia de Séverine, pues, establece conexiones con la simbología del negro, cuya asociación con el luto es la constatación del sexo y la pérdida de virginidad tradicionalmente inherente a la viudez. En segundo lugar, el vestido se presenta casi como un testimonio de la redención de Séverine, que realiza un travestismo en el que su expiación pasa por adoptar los códigos del uniforme de sirvienta. A este respecto, es posible subrayar el culto al uniforme como característica transversal del vestuario del filme. Ese interés fetichista por el cuerpo uniformado se traduce en un claro contraste en la representación del poder de la protagonista, yendo de los abrigos de corte marcial –imagen de poder y dominación–, al *petite robe noire* que evoca el rol de sumisión, domesticidad y cuidados, históricamente asociado a la mujer y que se proyecta en fuertes paralelismos con el atuendo de criada<sup>136</sup>.

133 Jaehnert, 49.

134 Bruzzi, *Undressing Cinema*, 21-2; Jaehnert, 49.

135 Valerie Steele, *Fetish: fashion, sex, and power*, (Nueva York: Oxford University Press, 1996), 143-44.

136 Holman Edelman. *The Little Black Dress*, 36-7; Jaehnert, 49-69; Steele, *Fetish: fashion, sex, and power*, 163-83.

131 Bergala, *Luis Buñuel*, 67; Jaehnert, 42-67; Wake, *Belle de Jour*, 22.

132 Jaehnert, 46; Rawsthorn, *Yves Saint Laurent: A biography*, 83.

## 7. Conclusiones

A la luz de todo lo anteriormente expuesto, es posible dirimir múltiples conclusiones. A lo largo de nuestra investigación hemos estudiado con detenimiento, tanto el oficio del diseño de vestuario, como su evolución y entrecruzamientos con el diseño de moda, desde los inicios del medio cinematográfico, hasta las colaboraciones más cercanas a nuestro tiempo. En este sentido, se ha puesto de relieve que, lejos de lo que pueda parecer, la indumentaria no es algo trivial o superfluo, por el contrario, es una herramienta que permite construir y singularizar personajes, sirviendo de gran apoyo a la diégesis.

Con todo, debemos señalar primeramente que en los títulos abordados los tres *couturiers* se ocupan únicamente del vestuario de la estrella femenina del filme: Chanel viste a Delphine Seyrig y Romy Schneider, Givenchy a Audrey Hepburn y Saint Laurent a Catherine Deneuve. Ello ha provocado que las prendas de los tres modistas compartan espacios con piezas diseñadas o elegidas por los responsables de vestuario de los estudios; Chanel con Piero Tosi, Givenchy con Edith Head y Pauline Trigère, y Saint Laurent con Hélène Nourry. Si bien esta cuestión es característica de las películas estudiadas, se hace, a su vez, extensible a la práctica totalidad de los ejemplos mencionados durante la investigación, pues este es el *modus operandi* de las colaboraciones, a excepción de casos puntuales como alguno de los trabajos de Chanel para Hollywood o los de Jean Paul Gaultier. Es decir, por norma general, los diseñadores de moda acostumbran a vestir únicamente a la actriz –o actrices– protagonista, quedando el resto del reparto a cargo del equipo de vestuario de la productora.

Además, hemos podido constatar que dos de los tres diseñadores analizados han formado auténticas relaciones simbióticas con las intérpretes que han vestido. Audrey Hepburn fue musa y amiga de Hubert de Givenchy, de igual modo que Catherine Deneuve lo fue de Yves Saint Laurent. Así, es posible aseverar que la permanencia de estos modistas dentro del contexto filmico, y la considerable amplitud temporal de sus colaboraciones, se vio favorecida por su relación profesional y personal con las actrices.

Por otro lado, se ha comprobado que el vestuario perteneciente a Chanel, alude de forma inmediata a su estilo, siendo incluso mencionado en el propio diálogo de *Il Lavoro* donde, mientras Pupe se viste, su marido le pregunta «Cosa è quello? Nuovo?»<sup>137</sup> y ella

responde «Chanel, vecchissimo, ce l'ho da un mese»<sup>138</sup>. En contraposición, las creaciones de Givenchy y Saint Laurent, no aluden de forma tan inmediata a su firma. Aunque su estilo y códigos están presentes, las confecciones se diluyen y homogeneizan como una parte más de la estética del filme. En consecuencia, se confirma que las prendas de Chanel no llegan asimilarse del todo con la narración, posiblemente por tratarse de piezas que no han sido confeccionadas expresamente para el filme y, por tanto, no se concibieron estrictamente bajo la lógica del diseño de vestuario, ni se tuvo en cuenta el texto filmico durante su creación.

Por otro lado, se han identificado algunas características formales de las prendas como punto de unión entre los diseñadores. Es el caso de los largos de falda –en su mayoría por la rodilla–, la presencia de trajes de dos piezas o el uso del color y los tejidos como medio de transmisión de mensajes, entre otros. En esta línea, el *petite robe noire* creado por Chanel se ha alzado como prenda paradigmática y nexo de unión entre las distintas propuestas de vestuario. Chanel instauró un modelo de vestido negro, presente en sus títulos, que posteriormente fue reelaborado y adaptado a su gramática personal por parte de Givenchy y Saint Laurent, tal y como muestran sus trabajos para la gran pantalla.

Llegados a este punto, concluimos la investigación afirmando la notable importancia de las colaboraciones entre *couture* y celuloide, pues, muchas de ellas han servido de avance al oficio del diseño de vestuario –véase el paso de Chanel por Hollywood– e, igualmente, han rozado las cotas más altas de éxito, instaurándose como auténticos mitos. En el caso de los creadores estudiados, es interesante comprender sus trabajos de manera unitaria y no como participaciones aisladas, ya que como se ha constatado, son numerosos los puntos de encuentro existentes entre ellos. En este sentido, es imposible finalizar sin señalar la evidente falta de una monografía que abarque el común de las relaciones cine-moda y de la labor de los distintos diseñadores de moda que han puesto su talento al servicio de la gran pantalla. Por ello, alentamos a futuros investigadores a ampliar el campo de estudio, aportando datos y perspectivas nuevas, enriqueciendo y cambiando así el rumbo de la historiografía actual y colocando nuestro objeto de estudio en el espacio de relevancia que merece.

137 «¿Qué es eso? ¿Es nuevo?» (Trad. del autor).

138 «Chanel, viejísimo, lo tengo desde hace un mes» (Trad. del autor).

## Bibliografía

- AA.VV. *Moda. Historia y Estilos*. Londres: Dorling Kindersley Ltd, 2013.
- Alonso-Calero, José María y Josefa Cano-García. «Bajo la piel del superhéroe: fusión entre su identidad y su imagen». *Comunicación Social*, (2011): 99-142. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/6994>
- Amorós Pons, Anna, y M<sup>a</sup> del Carmen Calvo Gómez. «Givenchy en Hollywood. Estudio de *Breakfast at Tiffany's* y sus influencias en publicidad de moda actual». *Creatividad y Sociedad*, n<sup>o</sup> 25 (2016): 87-114. <http://creatividadysociedad.com/creatividad-y-cine>
- Bacon, Henry. *Visconti: Explorations of Beauty and Decay*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- Barthes, Roland. *El sistema de la moda*. Barcelona: Paidós, 2003.
- Bergala, Alain. *Luis Buñuel*. Madrid: Prisa Innova, El País, 2008.
- Beward, Christopher. *Fashion*. Nueva York: Oxford University Press, 2003.
- Bruzzi, Stella. *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies*. London: Routledge, 1997.
- Calefato, Patrizia. «El cuerpo vestido, los sentidos y la escritura: entre la moda y el cine». *DeSignis*, n<sup>o</sup> 1 (2001): 213-224.
- Campos, Prado. «Cine y moda, una historia de dos». en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 96-107. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Casablanca, Luis y Pedro Chacón. «La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal». *AACA Digital*, n<sup>o</sup> 29, (2014). <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=1030>
- Castillo, Silvia y Xescu Prats. «100 prendas icono de la moda», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 124-184. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Cerrillo Rubio, María Lourdes. «Givenchy y la vida moderna» [Conferencia]. En Jornada “El espíritu de Givenchy”. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza, 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=9vZiaIsHYLo>
- . «Orden, lujo y deleite en el total look Chanel», en *Congreso Internacional Imagen y Apariencia*. Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2008.
- Charles-Roux, Edmonde. *El siglo de Chanel*. Madrid: Herce Editores, 2007.
- Chierichetti, David. *Hollywood Costume Design*. Nueva York: Harmony Books, 1976.
- Clarke Keogh, Pamela. *Audrey Style*. Londres: Aurum Press, 1999.
- Croll, Jennifer. *Fashion that changed the world*. Munich: Prestel Verlag, 2014.
- De la Puerta Escribano, Ruth. «El cine: icono de los dictados de la moda en el siglo XX». En *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 490-513. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Driscoll, Catherine. «Chanel: The Order of Things», *Fashion Theory* 14, n<sup>o</sup> 2 (2010): 135-158.
- Entwistle, Joanne. «The Dressed Body». En *Body Dressing*, editado por Joanne Entwistle y Elizabeth Wilson, 33-58. Nueva York: Berg, 2001.
- Floch, Jean-Marie. «El total look de Coco Chanel», *Revista de Occidente*, n<sup>o</sup> 366 (2011): 181-200.
- Fontaneda, Eugenio. «Prostitución de lujo en Hollywood. Holly contra Vivian», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 223-230. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015).
- Ford, Elizabeth A. y Deborah C. Mitchell. *Royal portraits in Hollywood: filming the lives of queens*. Lexington: University Press of Kentucky, 2009.
- Fukai, Akiko. «Modachrome: el color como placer». En *Modachrome: el color en la historia de la moda* [catálogo de la exposición] 21-30. Madrid: Ministerio de cultura, Secretaría General técnica, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2007.
- Gage, John. *Color y cultura: la práctica y el significado del color de la Antigüedad a la abstracción*. Madrid: Ediciones Siruela, 2001.
- Gaines, Jane. «Costume and Narrative: How Dress Tells the Woman's Story». En *Fabrications. Costume and the Female Body*, eds. Jane Gaines y Charlotte Herzog, 180-211. Londres: Routledge, 1990.
- García López, María Cruz. «La indumentaria emblemática: sistema y tipología». *Emblemata*, n<sup>o</sup> 7 (2001): 365-376.
- González Aldea, Patricia. «Couturiers en el cine y diseñadores de vestuario en la moda: trayectorias cruzadas con propósitos opuestos», en *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 255-81. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Guevara, Eugenia y Florencia Mangini. «Cine y moda. La permanencia de los viejos arquetipos». *Actas de Diseño 1. I Encuentro Latinoamericano de Diseño* (Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo) (2006): 120-126.
- Heller, Eva. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008.
- Hennessy, Kathryn, ed. *Moda: historia y estilos*. Londres: Dorling Kindersley, 2013.

- Herman, Luis. «La moda en el cine: los años cincuenta». En *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 292-96. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Holman Edelman, Amy. *The Little Black Dress*. Londres: Aurum, 1997.
- Jaehnert, Guillaume. *Catherine Deneuve & Yves Saint Laurent. Un style entre écran et podium*. París: L'Harmattan, 2020.
- Jorgensen, Jay y Donald L. Scoggins. *Creating the Illusion A Fashionable History of Hollywood Costume Designers*. Filadelfia: Turner Classic Movies, Running Press, 2015.
- Kirham, Pat y Marilyn Cohen. «Contexts, Contradictions, Couture, and Clothing: Fashion in *An American in Paris*, *Breakfast at Tiffany's*, and *That Touch of Mink*». En *Film, Fashion, and the 1960s* eds. Eugenia Paulicelli, Drake Stutesman y Louise Wallenberg, 80-91. Indiana: Indiana University Press, 2017.
- Laver, James. *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1988.
- Leese, Elizabeth. *Costume design in the movies*. Londres: BCW Publishing Limited, 1976.
- Leutrat, Jean-Louis. *L'année dernière à Marienbad*. Londres: BFI Publishing, 2000.
- Lévi-Strauss, Claude. «Las dos caras del rojo», en *Modachrome: el color en la historia de la moda* [Catálogo de la exposición] 47-48. Madrid: Ministerio de cultura, Secretaría General técnica, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2007.
- Luceño, Laura. «Diciembre: Vestido de Hubert de Givenchy». *Modelo del mes: Museo del Traje* (2009): 1-9. <https://www.culturaydeporte.gob.es/mtraje/dam/jcr:de33ed82-2394-4d85-816a-85c892b3e558/12-2009.pdf>
- Ludot, Didier. *The little black dress: vintage treasure*. Nueva York: Assouline, 2001.
- Lurie, Alison. *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Paidós, 1994.
- Mercado, Gladys. «Vestuario: entre el cine y la moda». *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, n° 57 (2016): 39-45. <http://ref.scielo.org/tnz263>
- Miller, Jacqui. *Audrey Hepburn*, Bristol: Intellect Books, 2014.
- Mohrt, Françoise. *The Givenchy style*. Nueva York: The Vendome Press, 1998.
- Morelle, Hannah. «Falbalas, o el amor como pretexto», en *Cine y Moda por Jean Paul Gaultier* [catálogo de la exposición], eds. Fundación “la Caixa” y Editorial Flammarion, 163-165. Barcelona: Fundación “la Caixa”, 2021.
- Müller, Florence. «Dressing for modern times: Yves Saint Laurent's «Essentials», en *Yves Saint Laurent* [catálogo de la exposición], coord. Brigitte Govignon e Isabelle Dartois, 125-168. Nueva York: Abrams, 2010.
- Nadoolman Landis, Deborah. *Diseño de vestuario*. Barcelona: Blume, 2014.
- Núñez García, Laureano. «Boccaccio 70. Imágenes y representaciones de la mujer en el cine italiano», *Revista Internacional de Culturas y Literaturas*, n° 10 (2011): 282-292. <https://doi.org/10.12795/RICL.2011.i10.08>
- Orfali, Birgitta. «Yves Saint-Laurent (1936-2008). Le petit prince de la haute couture». *Hermes, La Revue*, n° 3 (2008): 183-185.
- Ors, Javier. «La moda de la rebeldía». En *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 402-420. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Paz Gago, José María. «La moda va al cine. La gran pantalla como soporte comunicativo de la alta moda». En *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 436-450. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Pérez, Jorge. *Fashioning Spanish Cinema. Costume, Identity, and Stardom*. Toronto: University of Toronto Press, 2021.
- Pérez Peña, Laura. «Los grandes diseñadores en Hollywood». En *Cine y moda. ¡Luces, cámara, pasarela!*, coord. David Felipe Arranz, 459-473. Madrid: Grupo Editorial Sial Pigmalión, 2015.
- Pérez-Rufí, José Patricio y María Isabel Pérez-Rufí. «La función narrativa del vestuario en el cine: la apariencia física del personaje cinematográfico como elemento de caracterización en el cine clásico de Hollywood», *Razón y Palabra*, n° 101, vol. 22 (2018): 547-568. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1093>
- Picardie, Justine. *Coco Chanel. The legend and the life*. Londres: Harper Collins Publishers, 2010.
- Ramos Rodríguez, María José. «Cine y moda. Desde los orígenes hasta la década de los treinta», *Revista Latente*, n° 4 (2006): 153-177. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/16924>
- . «Cine y moda en Hollywood: décadas de los cuarenta y cincuenta». *Revista Latente*, n° 5 (2007): 183-203. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/14345>
- Rawsthorn, Alice. *Yves Saint Laurent: A biography*. Nueva York: Nan A. Talese-Doubleday, 1996.
- Rivière, Margarita. *Diccionario de la moda: los estilos del siglo XX*. Barcelona: Grijalbo, 1996.

- Sol Deangelis, D. I. «El vestuario, como espacialidad identitaria en la construcción poética del personaje», *Escena Uno*, nº 2 (2015).
- Spoto, Donald. *Enchantment. The Life of Audrey Hepburn*. Nueva York: Three Rivers Press, 2006.
- Steele, Valerie. *Fetish: fashion, sex, and power*. Nueva York: Oxford University Press, 1996.
- Stutesman, Drake. «Costume Design, or, What Is Fashion in Film?», en *Fashion in Film*, ed. Adrienne Munich, 17-39. Bloomington: Indiana University Press, 2011.
- Turnes, Cecilia. «Moda y Vestuario: universos paralelos con infinitas posibilidades de encuentro», *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* 100 (2021): 155-165.
- Uría Zubizarreta, Igor. «Gentleman en la alta costura». En *Hubert de Givenchy* [catálogo de la exposición], 45-55. Madrid: Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, 2014.
- Usabiaga, Pedro. *Un sueño de Balenciaga, el cine* [catálogo de la exposición]. San Sebastián: Cristóbal Balenciaga Museoa, 2013.
- Van Slyke, Gretchen. «The sexual and textual politics of dress: Rosa Bonheur and her cross-dressing permits». *Nineteenth-century French studies*, nº 26 (3-4) (1998): 321-335.
- Vermilye, Jerry. *The complete films of Audrey Hepburn*. Nueva York: Carol Publishing Group, 1995.
- Vizcaíno, Miriam. «Las películas de Audrey Hepburn» [Conferencia]. En *Jornada "El espíritu de Givenchy"*. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza, 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=rbThg1PqyZo>
- Watson, Linda. *Fashion visionaries*. London: Laurence King Publishing, 2015.
- Wake, Sandra (ed.), *Belle de Jour: a film by Luis Buñuel*. Nueva York: Simon and Schuster, 1971.