

Año 7. Número 12, Enero-Junio
2016



Panorámicas

Plano Secuencia

Zoom Out

Ópera Prima

Travelling

Contracampo

Enfoques

Inicio » Zoom Out

Ojos que viajan: De la revista de moda a la pantalla



VOGUE EE.UU. Septiembre 2007 Foto: Patric Demarchelier

Autor(a): Cassandra E.G. Alvarado

La moda es la última piel de la civilización

Pablo Picasso

Cine y moda son temas cautivantes por sí mismos; mas su constante diálogo crea una mancuerna que trasciende continuamente hacia nuestras concepciones y percepciones de la cultura pop. De manera sutil este ensayo pretende acercarse a la figura de La Editora en Jefe de las revistas de moda, que pese a ser retratada en el cine de ficción desde la primera mitad del siglo pasado, es a partir de *The Devil Wears Prada* que se comienza a deshilar una necesidad por conocer la realidad detrás de la imponente mujer bajo este

Más consultadas

Sitges 2015: Abecedario del fantástico
Martes, Abril 5, 2016
Visto 71 veces

Editorial
Martes, Marzo 15, 2016
Visto 69 veces

Mujeres cineastas en México. El otro cine
Martes, Marzo 15, 2016
Visto 85 veces

Cine y fin del mundo. Imaginarios distópicos sobre la catástrofe
Martes, Marzo 15, 2016
Visto 78 veces

Miradas del cine actual. Transnacionalidad, literatura y género
Martes, Marzo 15, 2016
Visto 97 veces

cargo y que se verá reflejada en la subsecuente creación de los documentales *The September Issue* y *Diana Vreeland: The eyes has to travel*.

Foto: Patric Demarchelier

VOGUE EE.UU. Septiembre 2007

(Verdadero equipo del documental *The September Issue*)

En 2006 *Marie Antoinette*, película que retrata a la joven y última monarca de Francia, reconocida por su exquisito y extravagante gusto por la moda, derrota en la entrega de los Óscar a una de las grandes candidatas a mejor vestuario; *The Devil Wears Prada*, película basada en el best seller de Lauren Weisberger. El filme, protagonizado por Meryl Streep y Anne Hathaway, enmarca la hostilidad infernal de la "editorial más importante de la moda": colaboradoras que corren a calzar tacos altos, asistentes obsesionadas por el peso y la talla, diseñadores que tiemblan por la mirada de aceptación o rechazo, la editora en jefe causa un cataclismo con su presencia, cada escena se convierte en un desfile de alta moda en donde todos actúan "como si estuvieran buscando la cura contra el cáncer".

A pesar de que *The Devil Wears Prada* no consigue el galardón a mejor vestuario, la película de David Frankel, vestida por Patricia Field, me parece es un punto de partida para debatir la moda a partir del cine: *Pret-à porter*, *Eyes of Laura Mars*, *Qui êtes-vous*, *Polly Maggoo?*, *Breakfast at Tiffan 's*, *Funny Face*, por mencionar algunas, confeccionan sus antecedentes en un desfile temático dentro de la cinematografía del siglo XX. Empero, son las reacciones desencadenadas ante el tema agridulce de la que quizás es la mejor *chick flick* de la década pesada, lo que genera una necesidad de mostrar la realidad, sobre todo, de las editoras en jefe de las revistas de moda más importantes.

En 2007 se comienza a preparar el documental que encargaría directamente a *The Devil Wears Prada*; presentada en 2009 con el equipo de Anna Wintour y Grace Coddington como protagonista, seguida en 2011 por el emotivo documental biográfico de Diana Vreeland, la madre de las editoras.

Maggie Prescott (Kay Thompson) *Funny Face* 1957

Para hablar de cine y moda o moda y cine, hay que mencionar que son discursos casi por antonomasia inseparables, ambos visuales, temporales, sociales, semióticos, etcétera. La moda, en el sentido de indumentaria y el cine, en el sentido de narración por medio de imágenes, encuentran sus raíces en las primeras civilizaciones, ambas tuvieron que esperar a la llegada del siglo XX para explotar sus potenciales. Es en la primera mitad de la centuria pasada que las grandes casas de moda, como las conocemos hoy, tienen su punto de partida; mientras Gabrielle Chanel comenzaba una profesión oscilante entre el cabaret y la costura, el cine dejaba de ser un espectáculo de feria para convertirse en el discurso artístico más importante del siglo.

Parafraseando a Canuto, el cine es el arte al que todas las artes intentaban llegar, se nutre de las bellas artes y la fotografía pero su discurso se vuelve único e integral. Con los primeros filmes de ficción, el vestuario, como en el teatro, se convierte en parte fundamental para caracterizar a los personajes. Sin demeritar el trabajo de cineastas, guionistas y actores, muchas veces la caracterización que realizan los vestuaristas y maquillistas se vuelve icónica, y es a partir de este momento que moda y cine comienzan a crear un diálogo;

moda que aparece en el cine, moda inspirada en el cine, cine que habla de moda.

Miranda Priestly (Meryl Streep) izq. Andy Sachs (Anne Hathaway) der. *The Devil Wears Prada* (2006)

The Devil Wears Prada continúa con el diálogo, se convierte en un referente para quienes se interesan en “ese” mundo y buscan degustarlo más allá de las revistas, blogs y pasarelas, sin embargo, la representación ficcionada de la editorial conlleva a al estereotipo de sus personajes. La historia narra el devenir de Andy Sachs (Anne Hathaway), una joven inteligente, entusiasta por el periodismo, esperanzada a que su paso por Runway[1] como asistente de la intransigente Miranda Priestly (Meryl Streep) le abra las puertas en cualquier editorial “importante” que aborde los temas de su interés.

El clímax dramático llega por medio de un paralelismo en sentidos contrarios, por un lado Andy Sachs pasa del desconocimiento y rechazo al mundo de la moda y sus actantes, a la comprensión y aprendizaje de estos. Por otro, la imagen de Miranda Priestly se ve humanizada, justificando su actitud frente al hecho de ejercer su trabajo, mismo que resulta ser el punto convergente de ambos paralelos, mientras la aprendiz se va compenetrando con su trabajo, su vida privada pende de un hilo, y finalmente busca la redención, por otro lado, la editora da por sentado que no puede anteponer su vida privada al trabajo, pese a lo que se presente.

Por último y gracias a que la historia se cuenta desde la perspectiva de Andy Sachs, la editora en jefe queda estereotipada, el trabajo por el trabajo, en un sinsentido, dentro de un cosmos que pocas personas comprenden, pues la moda a diferencia de muchas otras industrias, oscila entre la banalidad y la cultura, el exterior y el interior, la tendencia y el diseño.

En 2009, J.R Cutler y Robert Sharenow encaran de manera casi directa al estereotipo de la editora en jefe con *The September Issue*, documental que vino a mostrar no solo el mundo hostil e infernal de la moda, sino también el lado humano de quienes participan en él. La premisa se centra en la creación del número de septiembre (2007) de la revista VOGUE EE.UU.; mes que figura como el más importante dentro del sector, por la presentación de tendencias y colecciones del año siguiente, lo que conlleva una gran presión por presentar un ejemplar con aroma a mamotreto que contenga la información primordial para consumidores y profesionales.

El filme tiene como protagonistas a Anna Wintour y Grace Coddington, la primera, editora en jefe y la segunda, Directora creativa, especialista en estilismo para las editoriales de la misma. El entretejido del documental se ubica entre la creación laboral del ejemplar y la exposición biográfica del *background* de ambas mujeres.

Anna Wintour al centro. *The September Issue* (2009)

Lo interesante es observar cómo desde el inicio se aborda el trabajo, sobre todo de Wintour desde el estereotipo abordado en *The Devil Wears Prada*, “¿Es Anna, una mujer accesible? – No tiene por qué serlo, esta haciendo su trabajo”. El desarrollo de la narración va mostrando efectivamente, las áreas de accesibilidad y por tanto de intransigencia de la editora, que se acentúan a

través de su testimonio en entrevista y su contraparte, la entrevista y seguimiento al trabajo de Coddington, quien teniendo una personalidad totalmente cautivadora y accesible, se muestra de igual forma como un elemento dominante dentro de la editorial.

Pareciera que todo se trata del cómo terminará de realizarse el número de septiembre, sin embargo, la atención del espectador se desvía en la última parte de la entrevista y del documental, pues existe un momento en que Wintour se abre completamente para hablar sobre su postura dentro de la moda y la posición que ocupa en su familia, con una hija que pretende ser abogada (jamás editora) y tres hermanos ocupados en defender los derechos humanos en Inglaterra y América Latina, así como un editor serio y renombrado en el área política, quienes como ella menciona, miran con gracia, casi al grado de la desaprobación su labor.

Grace Coddington. *The September Issue* (2009)

A la par, Coddington, ex modelo de la revista VOGUE británica y posteriormente editora Jr. de la misma, se muestra desde un inicio cercana a los documentalistas, cuenta su historia con fluidez, va demostrando que su labor y su vida privada han ido siempre de la mano y que una no atenta contra la otra, mientras viste modelos, observa posibles escenarios y va desglosando su extenso bagaje cultural, percepción estética, fotográfica y artística, siempre dando reconocimiento de quienes aprendió.

Por un lado tenemos a Anna Wintour que poco a poco muestra el lado privado que la humaniza, dentro y fuera de la moda y por el otro a Grace Coddington que desenmascara la otra cara de la banalidad que queda plasmada en las editoriales de moda. Todo en un marco donde se explica el por qué de la trascendencia de ambas para la editorial de moda más importante en el mundo, misma que ambas ya consultaban a muy temprana edad y que como cuentan en testimonio, recibían por paquetería con meses de retraso en sus pueblos de Reino Unido.

Por si fuera poco, esta nueva mirada hacia el personaje de la editora en jefe que, sin convertirla en una tirana, mucho se parece al personaje de *The Devil Wears Prada*^[2] y tras presentarla como la mujer más poderosa y relevante bajo este puesto, en 2011 sale a la luz *Diana Vreeland; The eyes has to travel*, documental codirigido por Lisa Immordino Vreeland, nieta política de la difunta Diana, que narra la trayectoria y relevancia de la editora, no solo para la revista VOGUE Estados Unidos, sino también en Harper's Bazaar^[3].

A diferencia de lo que *The September Issue* plantea frente a *The Devil Wears Prada*, mostrar la realidad de una editora en jefe y el peso de la creación del ejemplar de septiembre, *The eyes has to travel* muestra el relato épico de la vida de la primera mujer en forjarse un aura al filo de lo mitológico respecto a la editora en jefe, siempre excéntrica, visionaria, elegante, fuerte e intransigente.

Diana Vreeland. *The eyes has to travel* (2011)

Contado de un modo lúdico, el documental comienza con testimonios de antiguos colaboradores y modelos. La historia se desarrolla a partir de la voz en *off* de la última entrevista realizada a Vreeland, donde cuenta absolutamente toda su vida, desde su nacimiento en la *Belle Époque*, hasta sus últimos días trabajando como curadora de la sala de la moda del MET. El

documental es una trenza entre imágenes documentales y contextuales de las épocas narradas, fotografías viejas, vastos números editoriales de Harper`s Bazaar y Vogue EE.UU., películas de moda, entrevistas a colaboradores y diseñadores, así como videograbaciones de la editora, todo guiado por la voz en *off* de Diana.

El recorrido histórico transita básicamente todo el siglo XX, hasta concluir a inicios de los ochenta. Recupera la figura perdida de la mujer que reinventó el editorial de moda y el manejo de contenido de esta, el relato se va envolviendo entre la realidad y la fantasía, los testimonios de los colaboradores son los agentes que rescatan la figura, las entrevistas a Diana dejan entrever la mirada imaginativa y visionaria que imprime en la editorial. A diferencia de los dos filmes previos, *The eyes has to travel* mira desde la añoranza y mantiene al margen la figura imponente que ejerció Vreeland bajo su jefatura en ambas revistas.

De la idea al papel

Anna Wintour. *The September Issue* (2009)

Las revistas de moda han jugado un papel importante en la difusión no sólo del diseño, sino también en el estilo de vida, han creado plataformas para el arte, la fotografía y la cultura popular. Desde su creación, el desarrollo y mantenimiento de ellas ha recaído mayoritariamente en mujeres que deben ejercer un poder que, para muchos, recae en lo dictatorial.

Artistas de la talla de Salvador Dalí, Man Ray, Irvin Penn, Patrick Demarchelier, Miguel Covarrubias Duclaud, Annie Leibovitz, Mario Testino, por mencionar algunos, han figurado como creadores de portadas de las revistas más importantes, sin mencionar que con cada número se pretende reconocer a lo más trascendente dentro de la cultura “contemporánea”, testimonio de ello es la inserción de artículos referentes a las agrupaciones musicales en los años sesenta o bien comenzar a polarizar la imagen de las actrices a las portadas de las editoriales en los años noventa.

Fuera de esto, se debe realizar una revisión exhaustiva día a día de la información, ya sea visual o escrita, de lo que se presenta número a número respecto a tendencias, diseño, casas de moda, etc., todo filtrado por los colaboradores y finalmente por la editora en jefe.

Los filmes presentados muestran tres caras del ejercicio de la profesión, empero la constante se mantiene en el dominio del poder, rescatando de manera casi superflua que el puesto requiere una perfecta ejecución, debido al peso que conlleva una tradición en la proyección no solo de la moda, sino también de la cultura.

Del papel a la pantalla

Miranda Priestly (Meryl Streep) *The Devil Wears Prada* (2006)

De atrás hacía adelante, en el filme *The eyes has to travel* se plantea que Diana Vreeland es la mujer que crea el personaje (el estereotipo) de la editora en jefe, *The September Issue* demuestra que la mujer en el puesto es considerada la más importante e influyente en Estados Unidos (por no decir en el mundo) a

pesar de que la primera lo plasma desde la añoranza y la segunda desde la exposición continua del ejercicio, en *The Devil Wear Prada* tras crear una atmósfera de verdadero horror y aversión hacia el personaje de la editora en jefe, el personaje de la aprendiz lanza una idea que muchas veces pasa desapercibida: "todos la señalan por ser mujer, pero si fuera hombre todos dirían que realiza muy bien su trabajo" parafraseando un diálogo de Andy Sachs, tras múltiples comentarios de la presión que sufre por el modo de trabajo de su jefa.

Si se mira en retrospectiva, es verdad que la editora en jefe se ha tenido que abrir paso dentro de un sector patriarcal, como es la editorial y el diseño de modas, creando un peso tal que se convierte en un estereotipo.

Por otro lado, en los tres filmes se encuentra una constante: la editora en jefe como educadora o maestra; en el caso de Diana Vreeland se le muestra como formadora de generaciones completas de modelos, fotógrafos y diseñadores; en el de Anna Wintour y Grace Coddington, como aprendices empíricas por medio de la consulta constante de la publicación, y al igual que Vreeland, una vez ocupando los puestos más altos dentro de la revista, como educadoras de generaciones enteras.

En *The Devil Wears Prada*, Nigel (Stanley Tucci) a manera de reprimenda a Andy Sachs, menciona la magnitud de la recepción de las revistas de moda, así como la creación constante de artistas que se forman en los pasillos y las paredes de las oficinas, a la vez que resalta la idea de lo que para muchos parece un trabajo insignificante, para muchas otras personas la revistas de moda funcionan como un deseo constante, un sueño, y para pocos se convierte en una profesión.

De la pantalla al papel

Diana Vreeland. *The eyes has to travel* (2011)

De una manera u otra, las controversias que levantó el filme de David Frankel (pese a que el libro de Lauren Weisberger ya era considerado un best seller) y la necesidad de explorar el sector, desatan dentro de la correlación cine y moda una ola de creaciones que tienen como tema central las figuras míticas dentro de la historia del diseño de modas. *Lagerfeld Confidential* (2007), *Valentino: The last Emperor* (2008), *Coco avant Chanel* (2009), *Desert Flower* (2010), *A Man's Story* (2010) *McQueen and I* (2011), *The Director: An Evolution in three acts* (2013), *Yves Saint Laurent* (2014), *Mademoiselle C.* (2014) son algunas de las producciones tanto de ficción como documental que se adentran a los barajes de este sector.

Finalmente las tallas cero, los tacones, el desfile de glamour y el horror quedan en la ficción, en la realidad, la editora en jefe solo porta la batuta de lo que se considera como el cine, una creadora de sueños; la revista de modas.

Foto: Patric Demarchelier

VOGUE EE.UU. Septiembre 2007

Películas consultadas

Breakfast at Tiffan's. Edwards, B. Estados Unidos. 1961. 115 min.

Diana Vreeland: The eyes has to travel. Immordino, L. Perlmutter, Tcheng. Estados Unidos. 2011. 86 min.

Eyes of Laura Mars. Kershner, I. Estados Unidos. 1978. 104 min.

Funny Face. Donen, S. Estados Unidos. 1957. 103 min.

Marie Antoinette. Coppola, S. Estados Unidos, Francia, Japón. 2006. 123 min.

Pret-à porter. Altman, R. Estados Unidos. 1994. 133 min.

Qui êtes-vous, Polly Maggoo?. Klein, W. Francia. 1966. 102 min.

The Devil Wears Prada. Frankel, D. Estados Unidos, Francia. 2006. 109 min.

The September Issue. Cutler, R.J. Estados Unidos. 2009. 88 min.

[1] Revista ficticia de modas.

[2] Lauren Weisberger fue asistente de Anna Wintour, tras su salida de VOGUE, escribe el best seller *The Devil Wears Prada* (2003)

[3] Primera revista de moda en Estados Unidos