

REC ●

4K HD



El Lenguaje del Vestuario en el Cine: *Moda y Narración Visual.*

Verónica Londoño Londoño

*Trabajo de grado para optar al título de:
Tecnóloga en Gestión del Diseño
Textil y de Moda.*



Medellín
2025

F 8.0

1/120



**El Lenguaje del Vestuario en el Cine:
*Moda y Narración Visual.***

Por:

Verónica Londoño Londoño

Asesora:

Elizabeth Roza Granada
Diseñadora Gráfica

Institución Universitaria Pascual Bravo

Trabajo de grado para optar al título de:
Tecnóloga en Gestión del Diseño Textil y de Moda

Facultad de Producción y Diseño

Medellín

2025

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento a la docente Elizabeth Rozo asesora de este trabajo de grado, por su acompañamiento riguroso, sus observaciones pertinentes y su disposición constante durante el proceso de investigación.

Asimismo, a mi madre, por su apoyo incondicional y por brindarme el soporte emocional y material necesario a lo largo de mi formación.

Finalmente a mis demás seres queridos, por su respaldo, paciencia y aliento continuo durante toda mi trayectoria académica. Su presencia fue fundamental para la culminación de esta etapa.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad **investigar la moda como un recurso narrativo crucial en la producción de películas**. La investigación se enfoca en cómo el atuendo no solo desempeña un papel estético, puesto que también se transforma en un componente semiótico esencial para la formación de significados en el cine. En este contexto la moda trasciende ser un complemento visual o una simple selección de ropa como un vehículo para manifestar sentimientos, definir a los personajes y representar temas y contextos relevantes en la trama de una película. Mediante este, se busca entender **cómo el atuendo se transforma en un mensaje codificado que potencia visualmente la historia y la enriquece narrativamente**. (*Barthes, 1967*) sostiene que la moda convierte los objetos en signos, transformando el vestido más allá de un conjunto de ropa en un mensaje codificado. Dicha afirmación subraya la idea central de que el vestuario cinematográfico tiene un significado que va más allá de la moda per se, convirtiéndose en un lenguaje visual que comunica aspectos profundos de la trama y los personajes.

Esta investigación se centra en comprender cómo la moda, mediante la elaboración de vestuarios, genera impactos en la evolución de los significados visuales y semióticos en las películas. Esta perspectiva se basa en la creciente importancia del vestuario en el sector cinematográfico y su influencia en cómo los espectadores comprenden la historia. El cine en su calidad de medio audiovisual obtiene un gran beneficio al incorporar la moda como un componente complementario de la historia, dado que posibilita a los directores de cine construir universos visuales complejos y personajes más profundos, favoreciendo la vinculación emocional del público con la pieza. Este análisis tiene como objetivo cubrir un hueco presente en la bibliografía sobre la moda cinematográfica, al explorar en profundidad el uso del vestuario para comunicar mensajes y enriquecer la trama.

Este proyecto se organiza en diversas secciones fundamentales:

Primero, se proporciona una descripción del asunto, en la que se sitúa la conexión entre la moda y el cine, y **se destaca la relevancia del atuendo como un instrumento narrativo crucial**. Desde este punto de vista, se plantea la interrogante de investigación, con el objetivo de entender cómo la moda ayuda a formar significados visuales y semióticos en el cine. La justificación subraya la relevancia de este análisis, sosteniendo que el vestuario cinematográfico es un recurso potente que trasciende la mera decoración, transformándose en un código visual que simplifica la interpretación del mensaje que los directores de cine buscan comunicar. El método utilizado integra la **revisión de la literatura existente**, entrevistas detalladas con especialistas, y el **estudio de casos cinematográficos concretos**.

Finalmente, las sugerencias futuras posibilitarán proponer nuevas rutas de estudio para continuar explorando la conexión entre la moda y el cine. Así, el proyecto no solo aportará a la comprensión de cómo la moda en el cine realza la narrativa, por otra parte, generará nuevas rutas para analizar el efecto cultural y visual de la moda en el ámbito cinematográfico.

1. EL PROBLEMA

La moda, entendida como un concepto multifacético, se posiciona como un pilar fundamental en la creación de obras cinematográficas. Su participación abarca diversos aspectos de la narración, la representación cultural, y el desarrollo y caracterización de personajes. La interconexión entre cine y moda es casi tan antigua como el propio arte cinematográfico, existiendo un vasto cuerpo de literatura en el diseño cinematográfico que subraya estos vínculos duraderos entre la pantalla y el estilo (Gibson, 2021).

Tanto la moda como el cine son **lenguajes intrínsecamente visuales, permeados por el arte y cargados de un significativo simbolismo**. La relación entre la moda y la experiencia sensorial se complejiza, a medida que el sistema semiótico de la moda ha expandido su alcance, incluyendo las capacidades de producción en masa. **Comprender el "sentir" el mundo a través de la moda** se ha vuelto esencial para descifrar las prácticas actuales de la moda, considerando sus dimensiones y los modos semióticos de su producción y comunicación (Calefato, 2001).

En este sentido, la elección del vestuario en una película trasciende la mera necesidad de vestir al actor; se convierte en una **herramienta poderosa que contribuye directamente a la narrativa visual**, estableciendo una conexión profunda con el espectador. El uso adecuado del vestuario puede potenciar la expresividad y la saturación emocional de una actuación o película, mejorando la comprensión del público sobre la imagen artística, la época histórica y el estado de ánimo de la obra (Bezruchko, Gavran, Korablova, Oborska, & Chmil, 2024).

Una característica distintiva de la moda y el vestuario en el cine es la capacidad del diseñador para crear piezas que contribuyen a la identidad cinematográfica, representando y desarrollando el estilo visual propio de cada director. **El trabajo del diseñador de vestuario no es un esfuerzo aislado; en conjunto con los actores y el director**, construye un sistema discursivo y simbólico completo que envuelve al espectador, sumergiéndolo en la historia y facilitando la comprensión instantánea de los personajes y su situación (Roffe, 2016). El diseño de vestuario es crucial para fomentar la apreciación de cómo el cine y la moda se enriquecen mutuamente, ofreciendo representaciones de ideas, valores y creencias que moldean las identidades culturales (Perez, 2021). Por consiguiente, la moda en el cine posee la capacidad de transmitir significados semióticos más profundos, además de reflejar e incluso influir en las tendencias, cambios sociales y valores morales de una sociedad.

A pesar de la evidente importancia de la moda en la construcción cinematográfica, aún es necesario profundizar en cómo sus elementos visuales y semióticos son articulados para potenciar la narración. La interacción entre el diseño de vestuario, la iconografía y el simbolismo inherente a la moda, y su impacto directo en la experiencia del espectador, merece una exploración más detallada para comprender cabalmente su función como herramienta narrativa.

Pregunta de investigación

¿Cómo la moda es una **herramienta esencial para la narración filmica** mediante experiencias visuales y semióticas en la creación de obras cinematográficas?

2. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación busca explorar y comprender la moda en el cine como un elemento narrativo esencial que va más allá de su función estética. A través de un análisis detallado del vestuario y su papel en la construcción de significados visuales y semióticos, se pretende revelar cómo la moda enriquece la experiencia del espectador y contribuye a la narrativa cinematográfica. Como señala (Mercado, 2016), la moda en el cine es una forma de arte que interactúa con la narrativa, la construcción de personajes y la identidad cultural, cuyo enfoque no solo profundiza en el arte del cine, sino que también abre un espacio para discutir cómo la moda refleja y moldea identidades culturales y sociales.

Las necesidades de investigar este tema surgen de la relevancia contemporánea de la representación en los medios y de la búsqueda de un entendimiento más claro de la narrativa filmica. La moda, como reflejo de la época, las ideologías y las emociones de los personajes, permite a los cineastas comunicar de manera efectiva aspectos de la personalidad y las relaciones interpersonales. El vestuario contribuye a la narrativa semiótica de las películas, lo que subraya la importancia de analizar estos elementos visuales en la construcción de significados (Mercado, 2016). En un contexto donde la crítica a la representación se vuelve cada vez más importante, es crucial entender cómo estos aspectos influyen en la percepción del espectador y contribuyen a la narrativa.

En la investigación se establece un marco teórico sólido que integre aportes académicos sobre la moda y su relación con la narrativa cinematográfica. A través de una revisión exhaustiva de la literatura existente y el análisis de fuentes académicas que abordan la semiótica y la estética del vestuario, se enriquecerá el conocimiento sobre el tema. Este enfoque permitirá entender de manera crítica cómo la moda opera dentro del cine, ofreciendo una perspectiva que combine teorías existentes con las percepciones contemporáneas de profesionales y estudiantes en el campo. Tal como se menciona en la literatura, la moda se establece como una herramienta poderosa para contar historias y construir mitos en la cultura popular (Mercado, 2016).

Además, la metodología propuesta, que incluye entrevistas a profundidad, facilitará el contraste de diferentes perspectivas sobre la moda en la narrativa cinematográfica. A través de la elaboración de un folleto que sintetice estos hallazgos, se busca crear un recurso accesible para estudiantes, académicos y cineastas. Este material fomentará un mayor aprecio por la moda como componente narrativo, y realizará un análisis crítico de su papel en el cine contemporáneo. En este sentido, la investigación no solo se centra en

comprender la moda como herramienta narrativa, sino que también busca contribuir a un campo de estudio que puede influir significativamente en cómo se producen y consumen las narrativas cinematográficas en el futuro.

A través de esta investigación, se **busca abrir nuevas perspectivas para el análisis y la apreciación del cine**, destacando cómo la moda contribuye de manera decisiva a la construcción de relatos y mitos en la cultura popular. Asimismo, se pretende reconocer su papel central en la creación de experiencias visuales significativas que enriquecen la conexión del espectador con la narrativa cinematográfica.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar **la moda como una herramienta esencial** para la narración filmica mediante experiencias visuales y semióticas en la creación de obras cinematográficas.

Objetivos específicos

- ★ Explorar **la relación entre la moda y la construcción de significados visuales** en el cine, identificando la forma en que el vestuario contribuye a la narrativa semiótica de las películas, a través de la revisión de fuentes bibliográficas.
- ★ Examinar las **percepciones y enfoques de estudiantes y profesionales en el medio audiovisual**, además de diseñadores de vestuario, sobre la integración de la moda en la narrativa cinematográfica, mediante la aplicación de entrevistas a profundidad.
- ★ Contrastar los datos obtenidos a través de las entrevistas, la revisión bibliográfica y los estudios de casos para la **comprensión integral de cómo la moda se utiliza como una herramienta narrativa en el cine**, a través de la elaboración de un folleto.

4. REFERENTES TEÓRICOS

Concepto 1: Moda

Roland Barthes

En *El sistema de la moda*, (Barthes, 1967) examina la moda como un complejo sistema de significación que opera de manera similar al lenguaje. Para este autor, las prendas y estilos no son meros objetos de consumo o protección, sino que funcionan como signos que transmiten significados sociales y culturales. La moda, según su enfoque semiótico, no solo comunica un mensaje literal o denotativo (la utilidad de la prenda), sino que también tiene una dimensión connotativa, cargada de valores, ideologías y mitos que varían según el contexto social. Además, propone que la moda es un lenguaje visual con reglas y estructuras, donde los detalles como el tejido, el color o el corte de una prenda son elementos que construyen discursos simbólicos. En este sentido, la moda se convierte en un vehículo para la construcción de identidades sociales y un reflejo de las normas culturales imperantes.

Georg Simmel

En *La filosofía de la moda*, (Simmel, 1905) propone que la moda es una expresión de la tensión inherente entre dos fuerzas opuestas en la vida social: el impulso de imitación y el deseo de diferenciación. La moda permite a los individuos formar parte de un grupo social al adoptar ciertas tendencias compartidas, pero también ofrece una vía para la diferenciación individual a través de la selección y la personalización de las prendas. Este ciclo de integración y distinción es lo que impulsa la continua evolución de la moda, ya que las clases altas buscan constantemente nuevas formas de destacarse, mientras que las clases bajas tienden a imitar esas tendencias en busca de movilidad social. Además, la moda está marcada por su carácter efímero: tan pronto como una tendencia se generaliza, pierde su atractivo y es reemplazada por otra; de este modo, la moda refleja no solo las jerarquías sociales, sino también la fugacidad de los valores en la modernidad.

Elizabeth Wilson

En *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, (Wilson, 1985) aborda la moda como una poderosa forma de expresión cultural, que refleja las tensiones y contradicciones de la sociedad moderna, argumentando que la moda no es

simplemente una cuestión de estética o de consumo, sino un campo donde se negocian y construyen significados sociales, como el género, la clase y la identidad cultural. En este contexto destaca cómo la moda puede ser tanto una herramienta de conformidad con las normas sociales como un espacio de resistencia y subversión. En particular, la moda ha ofrecido a las mujeres un medio para expresar su identidad y desafiar las normas patriarcales, a la vez que ha sido un campo marcado por la explotación y la mercantilización de la imagen femenina. La ambigüedad de la moda reside en su capacidad para ser simultáneamente un reflejo de los valores dominantes y una plataforma para la creatividad y el desafío a las normas sociales.

Concepto 2: Cine

André Bazin

De acuerdo con (Bazin, 1967) en su libro *What is Cinema?*, concibe el cine como un medio fundamentalmente realista, cuyo propósito es capturar la realidad con la mayor fidelidad posible. Para él, el cine es la culminación de un deseo histórico de preservar y reproducir la realidad, superando a las artes previas que dependían de la interpretación subjetiva del artista. En sus postulados defiende que el cine, a través de técnicas como el plano largo y la profundidad de campo, debe respetar la ambigüedad de la realidad, permitiendo que los eventos se desarrollen sin intervención excesiva del director. Su visión se centra en la ontología del cine, destacando su conexión única con lo real, lo que lo convierte en una forma de arte que no solo representa sino que revela la verdad del mundo; en su enfoque, el espectador tiene un rol activo, interpretando las imágenes de acuerdo con su propia perspectiva.

Christian Metz

Por otro lado, (Metz, 1974) en su libro *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, aborda el cine desde una perspectiva semiótica, argumentando que, aunque no es un lenguaje estructurado como el verbal, sí opera como un sistema de signos que comunica significados mediante imágenes y sonidos. Según sus perspectivas, el cine emplea códigos visuales y auditivos que el espectador decodifica basándose en convenciones culturales y sociales, que carece de una gramática rígida como la del lenguaje verbal, lo que permite que las secuencias de imágenes puedan contar

historias y expresar significados de manera continua y fluida. Las imágenes cinematográficas son polisémicas, lo que genera múltiples interpretaciones, dando lugar a una experiencia más flexible y abierta, donde el cine es comprendido como un lenguaje visual y narrativo que tiene la capacidad de comunicar con eficacia a través de sus propias reglas.

Jean-Luc Godard

Ahora, (Godard, 1972) en su libro *Godard on Godard*, redefine el cine como un arte radical, cuya función no es replicar la realidad ni simplemente entretener, sino subvertir las convenciones tradicionales tanto estéticas como políticas. Para este autor, el cine es un lenguaje autónomo que debe romper con las narrativas convencionales del cine comercial, haciendo visibles los mecanismos del proceso filmico y fomentando una mayor conciencia crítica en el espectador. Desde su teoría defiende el uso del montaje discontinuo, la ruptura de la cuarta pared y la fragmentación de la narrativa, con el fin de desafiar la pasividad del público y promover la reflexión; donde cada película debe ser una provocación que estimule el pensamiento y la interpretación, y el cineasta tiene la responsabilidad de utilizar este medio no solo como forma de arte, sino también como herramienta de resistencia política e intelectual.

Concepto 3 – Semiótica

Ferdinand de Saussure

Otro de los conceptos estudiados es la semiótica, donde (Saussure, 1916) establece sus bases modernas (que él llama semiología) como el estudio de los signos en el contexto de la vida social, centrándose en el lenguaje como el sistema de signos más estructurado. Allí define el signo lingüístico como una combinación del significante (la forma o imagen acústica) y el significado (el concepto o idea), destacando que esta relación es arbitraria, ya que no existe una conexión natural entre ambos. En este sentido, introduce la idea de que los signos no tienen valor de manera aislada, sino que adquieren significado solo dentro de un sistema de diferencias, donde cada signo se entiende en relación con otros; estableciendo la diferencia entre lengua (*langue*), el sistema estructurado y compartido de reglas que rige el uso del lenguaje, y habla (*parole*), los actos individuales de comunicación. Además, propone un enfoque sincrónico para estudiar los sistemas de signos, es decir, analizar cómo funcionan en un momento dado, en lugar de enfocarse en su

evolución histórica (diacronía), generando un enfoque estructuralista de la lengua como un sistema organizado de valores y relaciones que permiten la comunicación.

Umberto Eco

No obstante, (Eco, 1975) define la semiótica como una disciplina que estudia todos los fenómenos culturales como sistemas de comunicación, y no se limita solo al lenguaje verbal, sino que abarca una amplia gama de signos como gestos, imágenes, objetos y otros elementos culturales. En este proceso, introduce el concepto de semiosis como el proceso continuo en el que los signos remiten a otros signos, generando una cadena infinita de interpretaciones; estableciendo la diferencia entre denotación, el significado literal de un signo, y connotación, que abarca los significados asociados y culturales que este puede evocar. Este autor, resalta que los signos funcionan dentro de códigos sociales compartidos, y que la interpretación de un signo depende de estos códigos; donde el concepto de interpretante es clave, ya que refiere al resultado mental que se genera en el proceso de interpretación. Allí hace una distinción entre una semiótica general, que estudia los principios abstractos de los sistemas de signos, y una semiótica aplicada, que se enfoca en casos específicos dentro de contextos culturales concretos.

Roland Barthes

En *The Responsibility of Forms*, (Barthes, 1985) amplía el campo de la semiótica hacia el análisis de las formas visuales y artísticas, explorando cómo los signos no solo se manifiestan en el lenguaje, sino también en imágenes y en el arte. Allí postula que las imágenes y las formas visuales comunican significados a través de la denotación (el significado directo) y la connotación (los significados adicionales o simbólicos que evocan); e introduce el concepto de significancia, que va más allá de la simple significación y abarca las múltiples capas de experiencia y sentido que puede generar una forma artística. Por otro lado, sostiene que las imágenes pueden parecer transparentes o naturales, pero en realidad están cargadas de ideología y valores culturales que requieren análisis; donde el espectador juega un papel activo en la semiosis, ya que cada persona interpreta las formas según su contexto, y se enfatiza la responsabilidad de las formas artísticas y visuales en la producción de significados y en cómo estos influyen en la percepción cultural.

Análisis general de las fuentes

Las investigaciones indexadas aportan al proyecto al **resaltar que el análisis de la moda en el cine revela que los códigos semióticos** presentes en el vestuario forman parte esencial de la construcción de las narrativas cinematográficas, entendiendo el vestido como una extensión visual del personaje, reflejando su identidad y conectando emocionalmente con el espectador. También se habla de que el diseñador de vestuario juega un rol crucial al crear atuendos que no solo adornan, sino que comunican rasgos sobre la personalidad y el trasfondo del personaje, contribuyendo a la narrativa de forma simbólica. Además, el cine utiliza la moda como una herramienta para desafiar estereotipos y enriquecer las representaciones visuales, debido a que, al vincular el cuerpo con el vestuario, se crea una unidad visual que genera experiencias inmersivas y multisensoriales para el espectador, influyendo en la construcción de mundos ficticios y en la representación de identidades. [\(Ver Anexos\).](#)

Conocimiento empírico

El campo de la moda en el cine **se nutre de una interacción constante entre creatividad y rigor técnico**, donde los diseñadores de vestuario deben equilibrar la autenticidad histórica y precisión en la caracterización de personajes con la visión artística. Este proceso empírico, basado en la experiencia y observación, no está exento de errores, los cuales pueden surgir ya sea por decisiones estilísticas inexactas o malinterpretaciones de los críticos y medios que abordan el tema. Tales errores pueden distorsionar la percepción del público y subestimar el valor simbólico del vestuario en el cine.

El artículo de Revista 192 titulado “La moda en el cine, más allá de la superficie”, explora el impacto de la moda en el cine, desempeñando un papel crucial en la caracterización de los personajes y la narrativa visual. Se destacan ejemplos como el trabajo de Tom Ford en “A Single Man” y “Nocturnal Animals”, donde el vestuario refleja el estado emocional de los personajes. El artículo argumenta que la moda no solo adorna, sino que comunica y enriquece la experiencia cinematográfica (Ocampo, 2024). Sin embargo, se podría profundizar más en cómo el contexto cultural y social influye en las decisiones de vestuario. Además, simplifica algunas interpretaciones al no reconocer las complejidades detrás de las decisiones de diseño, como la investigación histórica y los desafíos prácticos que enfrentan los diseñadores de vestuario. **También hay una tendencia a romantizar el papel de**

la moda sin cuestionar cómo la industria puede imponer estereotipos o limitaciones creativas.

El artículo "Fashion obsession: el cine y la moda" de Nokton Magazine analiza la interdependencia entre el cine y la moda, destacando cómo el cine ha servido como una plataforma clave para la difusión de tendencias y estilos icónicos (Melniq, 2023). Menciona películas como "Desayuno con diamantes" y "El diablo viste de Prada" como ejemplos de cómo la moda en el cine se convierte en un fenómeno cultural. Sin embargo, el artículo carece de una reflexión crítica sobre cómo esta relación puede reforzar estereotipos y la presión social hacia ciertos ideales de belleza y consumo. Además, no profundiza en las dinámicas de poder y la influencia de la moda en la narrativa cinematográfica, lo que podría haber enriquecido la discusión sobre las implicaciones culturales y sociales de esta "obsesión" entre cine y moda.

El video de BAFTA Guru llamado "Costume Designing a Film" es una entrevista realizada a diseñadores de vestuario de renombre como Sammy Sheldon, Jeani Tamim y Steve Noble. Ellos explican su proceso creativo al trabajar en una película, desde la lectura inicial del guion hasta la investigación, creación de mood boards y diseño de vestuario. Destacan la importancia de la colaboración con el director y la adaptación del proceso según el proyecto (Sheldon, Tamim, & Noble, 2015). También dan consejos a aspirantes a diseñadores de vestuario, subrayando la importancia de las conexiones, la tenacidad y la experiencia práctica en la industria. No obstante, presenta una visión plenamente general del proceso creativo en el diseño de vestuario, carece de ejemplos específicos que ilustren desafíos concretos. Además, no se abordan detalles técnicos cruciales, como la selección de materiales o los retos logísticos, lo que limita la comprensión completa del trabajo en producciones cinematográficas grandes.

Finalmente, en el video publicado en YouTube por Vanity Fair titulado "How 'Wednesday' Costume Designer Created Every Season 1 Look", se encuentra Colleen Atwood, la diseñadora de vestuario de "Wednesday", donde comparte su experiencia en la creación de la estética visual de la serie, trabajando estrechamente con Tim Burton y su enfoque en mantener la esencia de los personajes mientras los actualiza para una nueva generación (Atwood, 2023). Esto permite a la audiencia entender cómo el vestuario contribuye a la construcción de personajes y ambientación. Si bien el video es útil para quienes buscan una visión

general del diseño de vestuario en la serie, carece de un enfoque pedagógico más profundo que podría beneficiar a estudiantes o profesionales de la moda y el cine. No se exploran en detalle las técnicas de confección, ni se aborda cómo el vestuario interactúa con los elementos narrativos o temáticos de la serie.

4.1 Estado del arte

El cine ha emergido como un espacio fundamental donde la moda se expande y reinterpreta, sirviendo como una herramienta narrativa y crítica. Al respecto, Fossali (2020) subraya cómo **el cine amplifica el poder de la moda** al integrar en sus narrativas, lo que **revela tensiones entre la representación estilística y los estereotipos**, y permite una reinterpretación más profunda de la vestimenta en pantalla. Esta sinergia entre cine y moda también posibilita cuestionar y redefinir nociones de normalidad y atractivo mediante la representación de cuerpos (Summa, 2022).

El vestuario cinematográfico no solo contribuye a la narración, sino que también refleja tradiciones culturales y sociales, facilitando la comprensión del desarrollo de las historias. Pan (2020) destaca que la indumentaria en una obra cinematográfica permite al espectador captar las tradiciones de una cultura y el contexto de una sociedad, aportando así mayor profundidad a la narrativa. Esta perspectiva se complementa con la visión de Berry (2022), quien sugiere que la moda y el diseño en el cine revelan complejidades en la formación de identidades de género y sexuales, abriendo nuevas vías para futuros estudios. Opera como un lenguaje visual que comunica más allá de lo evidente. Ferriss (2021) señala que la ropa actúa como un medio visual que cuestiona los límites del autoconocimiento y el acceso no mediado a los demás. Además, Rodríguez (2021) resalta la relación entre la semiótica y el vestuario, indicando que el contexto y la forma en que se porta la vestimenta enfatizan una estética conceptual que refleja valores específicos. En este orden de ideas, Acevedo Muñoz y Ferreira Cepeda (2020) subrayan el poder comunicativo de la imagen en el cine, que facilita la comprensión de las complejidades narrativas a través de signos estéticos y simbólicos.

Asimismo, Calefato (2021) afirma que la moda y el cine han mantenido una sinergia mutua, influenciándose y propagándose recíprocamente. Para este autor, **en el cine, la vestimenta funciona como una unidad narrativa**

fundamental, equiparable en importancia a los diálogos o la música. De igual forma, Xie (2022) complementa esta idea, aseverando que el vestido, como signo visual, no solo realza la belleza del cuerpo, sino que también genera significados sociales y culturales que construyen la identidad en la pantalla.

El proceso de creación del vestuario cinematográfico no solo implica un diseño estético, sino también una elaboración técnica que incorpora el uso de texturas, siluetas y otros elementos que transmiten mensajes a través de la narrativa. En este sentido, Izquierdo Jácome y Guerrero Sánchez (2023) subrayan que el vestuario complementa al personaje, fusionando el diseño y el cuerpo del actor para crear una unidad narrativa indivisible que facilita la conexión con el espectador. Por su parte, Sánchez (2024) añade que el uso del color en el vestuario cinematográfico ha evolucionado, trascendiendo su función puramente estética para formar parte de la construcción psicológica y emocional del personaje.

A pesar de su relevancia, el estudio de la moda en el cine sigue siendo fragmentado y en constante evolución. Uhlirova (2021) señala que el análisis de la moda en el cine es de naturaleza dividida, con trayectorias plurales y cambiantes que complican la creación de un modelo unificado de estudio. No obstante, Pascual (2020) menciona que no se dispone de un modelo definitivo para analizar el cine desde la perspectiva del vestuario; sin embargo, la semiología ha permitido avanzar significativamente en el análisis del mensaje comunicativo del vestuario, tanto en su creación como en su recepción.

Además, Gallego Quiroz (2021) propone que la vestimenta en el cine puede estudiarse desde un enfoque semiótico, empleando herramientas como figuras retóricas y metáforas para interpretar los signos y códigos de la indumentaria. Este enfoque posibilita comprender el proceso de significación que ocurre cuando el vestuario cinematográfico se convierte en un signo que genera significados tanto en la mente del espectador como en la del propio personaje. El impacto de la moda en el cine no es solo estético, sino también formativo. Díaz Soloaga, Muñoz Domínguez y Woodside (2023) señalan que el cine ha sido un vehículo de transmisión de ideas, valores y estéticas, influyendo en las formas de socialización de las generaciones y educando a las audiencias sobre comportamientos, formas de vestir y modos de interacción social. En consonancia con esta idea, Laime Eulogio y Rodríguez Quintana (2023) argumentan que el cine, al combinar la semiótica del color y

el estilo de autor, puede transmitir mensajes artísticos que elevan el nivel crítico cultural de la sociedad.

El diseñador de vestuario desempeña un papel crucial en la narrativa cinematográfica, al posibilitar que el espectador interprete los mensajes visuales a un nivel más profundo. Carrillo López y González Sigüenza (2023) señalan que para lograr este objetivo, el diseñador debe poseer una sólida formación que abarque tanto las cuestiones históricas de la indumentaria como su aplicación dentro del lenguaje visual propio del cine. De esta forma, Tipantasig Bombón (2022) añade que el vestuario en el cine funciona como un medio de comunicación que refleja aspectos como el poder, la seducción y la interacción social.

Finalmente, **la vestimenta en el cine es un reflejo de los momentos históricos y culturales que busca representar.** Hernández Campos (2024) subraya que vestir el cuerpo constituye una práctica corporal que expresa la relación entre el cuerpo, la indumentaria y la cultura en un contexto social e histórico determinado. Este enfoque se refuerza con la afirmación de Ribeiro Quiles (2020), quien menciona que el vestuario dota a los personajes de vida propia, aportando riqueza simbólica a la narración y permitiendo una mayor conexión emocional y psicológica con el público.

Para terminar, el vestuario en el cine es un elemento narrativo esencial que trasciende su función meramente estética para convertirse en un signo semiótico y cultural. **Este signo comunica significados profundos sobre la identidad, la sociedad y el tiempo.** Así, este diálogo entre moda y cine no solo construye historias en pantalla, sino que también educa y transforma la percepción del espectador sobre el mundo que lo rodea.

5. METODOLOGÍA

De acuerdo con (Becerril, 1997), la metodología es el conjunto de técnicas y procedimientos utilizados para estructurar y guiar un estudio. Su objetivo es garantizar la validez, fiabilidad, y rigor científico de los resultados, facilitando la recolección, análisis de datos, y permitiendo la replicabilidad de los estudios. Las metodologías de investigación se pueden clasificar en básica o aplicada, que amplía el conocimiento o busca soluciones prácticas; cualitativa o cuantitativa, que explora experiencias subjetivas o datos numéricos; exploratoria, descriptiva, explicativa que varía según el grado de profundidad; y en transversal o longitudinal que se basa en el tiempo de observación.

Profundizando un poco sobre la metodología de tipo cualitativo, cuantitativo y mixto, la metodología cualitativa, como lo plantea (Miguélez, 2006), analiza las realidades de manera integral, considerando la interconexión de sus partes en el contexto completo. (Creswell, 2018) destaca que este enfoque busca comprender el significado que los individuos atribuyen a los fenómenos, utilizando métodos flexibles y análisis inductivos basados en experiencias.

La metodología cuantitativa, según (Hernández, 2016), se basa en la recolección de datos numéricos para probar hipótesis, caracterizándose por su objetividad y precisión. Ahora bien, (Saravia Gallardo, 2006) argumenta que la metodología en la investigación científica es fundamental porque proporciona un marco sistemático que guía todo el proceso de estudio. Ayuda a organizar el trabajo al definir pasos claros, lo que facilita su ejecución. Además, garantiza la claridad y replicabilidad de los resultados, permitiendo que otros investigadores comprendan y reproduzcan el estudio.

Por otra parte, (Bericat, 1998) destaca en la investigación social por su propuesta de integración de métodos cualitativos y cuantitativos, enfatizando que esta combinación permite obtener una comprensión más completa de los fenómenos sociales. Su enfoque aboga por la complementariedad de ambos métodos, facilitando una triangulación que aumenta la validez de los resultados. También, aborda la necesidad de una síntesis epistemológica, resaltando que cada método aporta una dimensión única al conocimiento.

El proyecto *"El Lenguaje del Vestuario en el Cine: Moda y Narración Visual"* sigue una ruta metodológica cualitativa, **enfocada en explorar el papel de la moda como herramienta narrativa** dentro del cine. Para ello, adopta un enfoque inductivo que busca generar conocimientos a partir de la observación detallada y el análisis de los datos recolectados.

RUTA METODOLÓGICA	
ENFOQUE	Cualitativo.
ROL	Inductivo.
ESTRATEGIA	Exploratoria: Según (McDaniel, 2016) es empleada en métodos cualitativos, como entrevistas y grupos focales, que permiten explorar ideas y percepciones antes de realizar un análisis más profundo. Su objetivo principal es aclarar aspectos vagos y proporcionar una base para futuras investigaciones.
UNIDAD DE ANÁLISIS	La moda como herramienta para la narración filmica.
MUESTRA	Un fenómeno de la moda.
CATEGORÍAS o VARIABLES	Moda y cine.
MÉTODO	Analítico: Este método se utiliza para examinar detalladamente cada parte del objeto de estudio, permitiendo identificar relaciones y patrones que pueden no ser evidentes en una observación global (Lopera Echavarria, Ramírez Gómez, & Aristazábal, 2010).
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Revisión de literatura. Entrevista a profundidad. Folleto.
ANÁLISIS DE DATOS	Revisión de literatura: Síntesis de la información. Entrevista a profundidad: Triangulación de la información. Folleto: Descripción

Tabla 1

6. RESULTADOS

El vestuario como extensión del personaje

Para desarrollar esta idea, se ha de recalcar que **todos los profesionales entrevistados coinciden en que el vestuario va más allá de la apariencia: es un instrumento narrativo que construye identidad y carácter.** Juliana Rodríguez Mejía destaca que *“el vestuario se convierte en una extensión de la piel que comunica la identidad del sujeto en la historia”*. Francisco Gallego, por su parte, enfatiza el rol del vestuario en la definición de las tres dimensiones del personaje (*simbólica, histórica e interna*), afirmando que *“el vestuario debe representar visualmente estas capas del personaje”*. Como estudiante, esto invita a pensar en cada prenda no solo como moda, sino como semiótica aplicada: color, forma y textura deben seleccionarse para reforzar el arco dramático.

La visión de Claudia L-F-Castiblanco aporta una capa significativa al afirmar que el vestuario *“le da contexto y credibilidad a la historia”*, funcionando como elemento que conecta lo narrado con lo cotidiano y reconocible, lo cual refuerza la tesis central del análisis: **el vestuario no solo adorna, sino que construye identidad.** Esto complementa lo expuesto por Juliana Rodríguez Mejía y Francisco Gallego, subrayando que el vestuario actúa como una extensión simbólica del personaje, que comunica dimensiones emocionales e históricas. Desde la estética semiótica, Castiblanco enfatiza que los colores y texturas de una prenda *“pueden transmitir desde una época hasta una emoción”*, lo cual refuerza la idea del vestuario como dispositivo sensible que traduce lo interno en lo visible. Esta perspectiva resuena con autores como Barthes (1967), quien en su obra *Sistema de la moda* ya desentrañaba cómo la vestimenta opera como un lenguaje, un sistema de signos que comunica significados más allá de su función utilitaria. De manera similar, Eco (1976), en su *Tratado de semiótica general*, enfatiza cómo los códigos visuales, incluyendo el vestuario, son cruciales para la construcción de sentido en cualquier narrativa. Desde esta perspectiva, el vestuario se concibe como mucho más que una cuestión estética; se entiende como un recurso narrativo fundamental que construye la identidad y profundiza en la caracterización de los personajes. Cada prenda es vista como un elemento cargado de significado, capaz de comunicar emociones, contextos y transformaciones internas sin necesidad de palabras. Además, se comprende que el vestuario actúa como una extensión del cuerpo del personaje, funcionando casi como una segunda piel que revela información simbólica, histórica y emocional. En este proceso, aspectos como el color, la textura, la forma o el tipo de tela no se eligen de manera aleatoria, sino que se seleccionan estratégicamente para aportar coherencia al arco dramático y reforzar la historia que se quiere contar visualmente.

Diseñar vestuario, entonces, no se limita a seguir tendencias o crear combinaciones agradables a la vista; se trata de aplicar una mirada semiótica, donde cada decisión tiene la intención de comunicar algo sobre el personaje. Se asume este reto con una mirada crítica y reflexiva, consciente de que el vestuario es un lenguaje no verbal que puede expresar tanto como un guión, ayudando a construir personajes más sólidos, complejos y creíbles.

Vestuario como código visual y anchura simbólica

Se resalta su capacidad para funcionar como un sistema de signos. Juliana Giraldo menciona que el vestuario opera como un *“código social y simbólico profundamente arraigado”*, capaz de ubicar rápido al espectador en tiempo y espacio. Juliana Rodríguez Mejía ejemplifica con capas que se van quitando para mostrar la evolución emocional del personaje. Dentro del diseño de vestuario para cine, se debe pensar también en leitmotifs, una prenda o un accesorio recurrente que anuncie un tema o subtexto, y en el silencio que produce su ausencia.

Entender el vestuario como un sistema de signos ha transformado por completo la forma de pensar del estudiante. Ya no lo percibe solo como una suma de prendas bien combinadas, sino como un lenguaje visual que transmite mensajes profundos. **El vestuario actúa como un código que permite ubicar al espectador en un contexto específico:** indica de qué época es la historia, qué tipo de sociedad se representa e incluso cómo se siente el personaje en determinado momento. Esta concepción se alinea con la teoría de la semiótica de la moda, como la desarrollada por Lur'e (1994), quien argumenta que el vestido es un sistema de signos que expresa no solo la identidad individual, sino también la pertenencia a grupos sociales y culturales específicos. La capacidad del vestuario para evocar tiempo y espacio también se relaciona con las ideas de Gombrich (1972) en *Arte e ilusión*, donde explora cómo las representaciones visuales construyen la realidad percibida por el espectador.

El vestuario puede reflejar el estado emocional de un personaje a lo largo de la historia. Por ejemplo, usar capas de ropa que se van quitando no solo cambia la silueta, sino que puede simbolizar que el personaje está dejando atrás una parte de sí mismo o revelando su verdadera identidad. Esto lleva a que cada transformación en el vestuario debe tener un propósito narrativo y no ser simplemente un cambio estético.

Además, el estudiante descubrió la importancia de los leitmotifs en el diseño para cine: prendas o accesorios que se repiten para representar una emoción, una relación o un conflicto. Aún más interesante le resulta reflexionar sobre lo que comunica la ausencia de

ese elemento. En ocasiones, cuando un personaje deja de usar algo que antes formaba parte de su identidad, ese cambio también transmite un mensaje significativo. **Como diseñadora en formación, comienza a comprender que el silencio visual puede hablar tan fuerte como la imagen misma.** Castiblanco coincide con Juliana Giraldo al señalar que el vestuario actúa como un sistema de signos visuales. Añade que comprender esos signos *“dentro de un grupo y época específicos es necesario para poderlos alterar”*, lo que remite directamente a los conceptos de denotación y connotación, fundamentales en la semiótica. Este enfoque coincide con la práctica del diseño de vestuario como lenguaje visual intencionado, **donde modificar un símbolo (como un color, una silueta o un accesorio) exige conocimiento profundo de su significado cultural.** Así, se refuerza la función del vestuario como anclaje simbólico y herramienta para activar múltiples niveles de interpretación en el espectador.

Colaboración interdisciplinaria y relevancia técnica

El diseño de vestuario no se crea en el vacío. Francisco Gallego subraya la necesidad de alinear vestuario con fotografía, arte y producción desde el *“lenguaje visual común”* para asegurar coherencia. Juliana Giraldo señala que *“la colaboración constante entre vestuaristas, dirección de fotografía y diseño de producción es clave”*. Por lo tanto, se entiende que al desempeñarse como diseñador en el área, es fundamental familiarizarse con aspectos técnicos de iluminación y postproducción (por ejemplo, evitar blancos puros que reboten luz) y comunicarse fluidamente con otros departamentos.

Por ello, se comprende que el vestuario no se crea de forma aislada. Aunque para el diseñador como tal esa es su área principal de enfoque, forma parte de un universo más amplio dentro de una producción audiovisual. **No basta con diseñar una prenda estéticamente atractiva; es fundamental que esta se integre armoniosamente con todos los demás elementos visuales en escena.** El vestuario debe dialogar con la fotografía, la dirección de arte y la producción para construir un lenguaje visual coherente. Esta interdependencia de los elementos visuales en una producción audiovisual es un principio básico de la teoría cinematográfica, donde autores como Bordwell y Thompson (2012) en *El arte cinematográfico* explican cómo cada componente (desde la puesta en escena hasta la cinematografía) contribuye a la construcción de la narrativa y el significado.

Aunque Castiblanco no se refiere directamente a los aspectos técnicos de la producción audiovisual, su énfasis en la semiótica y la necesidad de conocimiento contextual señala la importancia del diálogo interdisciplinario. Su idea de que el vestuario adquiere pleno sentido sólo cuando se inscribe en una narrativa reafirma **la necesidad de articularlo con**

dirección de arte, fotografía y guión. Esto enlaza con las declaraciones de Francisco Gallego y Juliana Giraldo sobre la coordinación interdepartamental para mantener coherencia en el lenguaje visual. La importancia de la colaboración en proyectos creativos complejos también ha sido estudiada en el ámbito de la gestión de proyectos y el diseño, donde se destaca que la visión compartida y la comunicación fluida son esenciales para el éxito.

Debido a eso, los futuros diseñadores deben conocer aspectos técnicos que van más allá de la moda: cómo incide la luz en ciertas telas, qué colores pueden generar efectos no deseados en cámara, y cómo puede cambiar una prenda bajo determinados filtros o procesos de postproducción. Por ejemplo, ahora sé que usar blancos muy puros puede resultar problemático porque reflejan demasiado la luz, alterando la imagen general de la escena.

Además, la comunicación con otros departamentos es esencial. Si no se trabaja de la mano con quienes manejan la cámara o el set, es probable que el vestuario no cumpla su función narrativa o visual. Diseñar para cine no es un trabajo individual, es una labor de equipo donde cada decisión se toma con una visión compartida. Por lo tanto, formarse como diseñador de vestuario implica desarrollar no solo habilidades creativas, sino también una sensibilidad técnica y colaborativa.

Formación y desafíos pedagógicos

En cuanto a este aspecto, dos docentes coinciden en que la formación en Comunicación Audiovisual carece de énfasis en vestuario narrativo. Juliana Rodríguez Mejía considera que **falta una especialización que acerque diseñadores de moda al lenguaje audiovisual**, mientras que Juliana Giraldo observa que *“se dedica más a lo técnico que a la construcción de vestuario específico”*. Esto plantea la oportunidad de integrar en la formación de esta carrera talleres de análisis de guión y prácticas de campo (observación de personas en su entorno) para enriquecer el diseño con referencias reales.

Castiblanco, aunque no se pronuncia explícitamente sobre la formación académica en vestuario, propone recomendaciones valiosas para la articulación de los estudios de estética, semiótica y moda en narrativas audiovisuales. Resalta que **modificar un signo implica conocerlo**, lo cual demanda un trabajo pedagógico sólido en análisis simbólico y cultural. Su posición sugiere que la formación de diseñadores debería incluir comprensión del signo visual en su contexto histórico y cultural, además del dominio técnico y estético. **La necesidad de una formación interdisciplinaria que combine la técnica con la teoría y el contexto cultural es un tema recurrente en la pedagogía del diseño.** Autores como Cross

(2011) en Design Thinking abogan por un enfoque holístico en la enseñanza del diseño, que integre la creatividad con el pensamiento crítico y la comprensión de los sistemas complejos.

Con base a lo anterior, se puede decir que en muchas carreras relacionadas con la producción audiovisual no se le da el protagonismo que merece al vestuario como herramienta narrativa. Aunque se habla mucho de cámaras, edición, sonido y otros aspectos técnicos, el vestuario suele quedar en un segundo plano, como si solo fuera un complemento visual, cuando en realidad es un elemento clave para contar una historia.

En conclusión, un diseñador de vestuario para obras audiovisuales debe ir más allá de aprender solo a coser o a crear piezas llamativas. Debe haber un acercamiento al lenguaje del cine y la televisión desde una mirada más profunda, entendiendo cómo se construye un personaje a partir del guión y cómo se puede reflejar su mundo interno en la ropa que lleva. Por eso, es fundamental una comprensión y un correcto análisis del guión y se entienda el arco dramático de los personajes, así como actividades de observación en la vida real que permitan inspirarse en comportamientos, gestos, estilos y contextos auténticos. Explorar el entorno y observar cómo las personas se visten, cómo combinan sus prendas, cómo se mueven o cómo expresan su identidad a través de la ropa brinda herramientas más sólidas para diseñar con intención narrativa. **Es una forma de enriquecer el proceso creativo con referencias reales y cercanas, para que el vestuario que proponga no solo se vea bien, sino que también diga algo, tenga sentido y conecte con el público desde lo emocional y lo simbólico.**

Vestuario y temporalidad de la moda

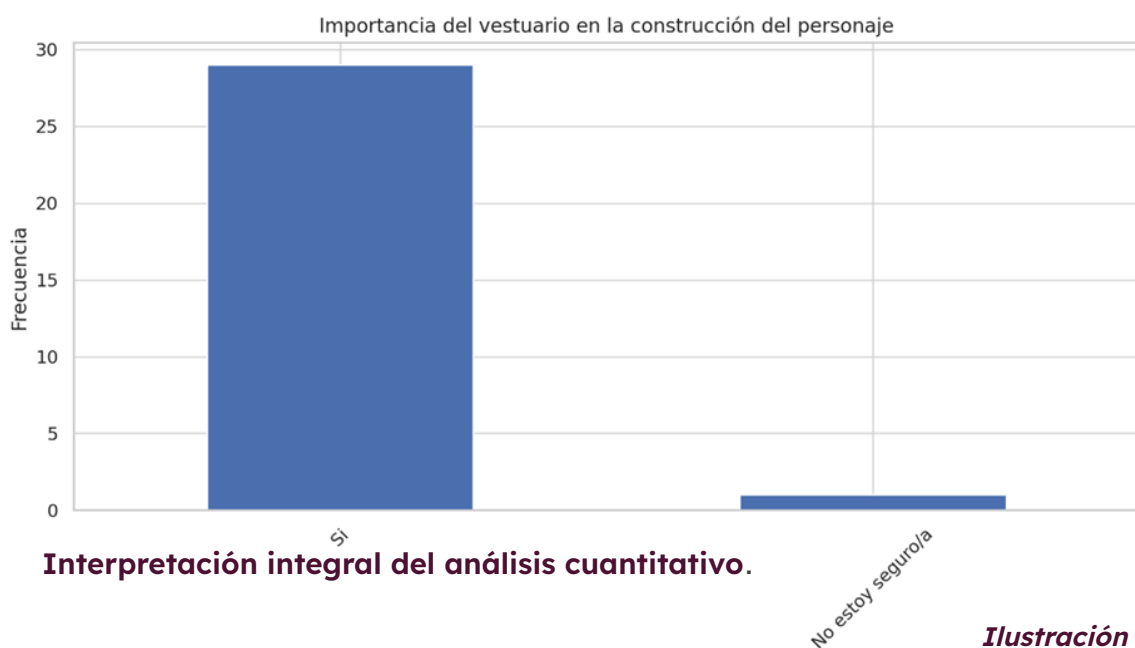
Respecto a este caso, Francisco Gallego ilustra cómo la moda influye en la credibilidad del personaje, citando el ejemplo de Superman y los trajes de X-Men: *“las transformaciones en la moda afectan la percepción del personaje y su aceptación por el público”*. Lo que lleva a deducir que, anticipar la ciclicidad de tendencias y diseñar de modo que la propuesta mantenga coherencia interna en el contexto narrativo, sin quedar obsoleta con el paso del tiempo.

Por lo tanto, la forma en que se viste un personaje puede influir directamente en cómo lo percibe el público. El vestuario no solo debe ser funcional o estéticamente llamativo, también debe aportar credibilidad. Si la ropa no se siente coherente con el personaje o con el mundo en el que vive, es fácil que el espectador no logre conectar con la historia. **La moda, en este sentido, tiene un impacto directo en la aceptación del personaje.** Además, las tendencias cambian constantemente, y eso puede jugar en contra si se diseña solo

pensando en lo que está de moda en el momento. Esta idea de la moda como un reflejo y un motor de la percepción social ha sido ampliamente explorada. Por ejemplo, Simmel (1904) en su ensayo Filosofía de la moda, analiza cómo la moda funciona como un equilibrio entre la imitación social y la diferenciación individual, influyendo en la identidad y la aceptación dentro de un grupo.

El trabajo de los diseñadores es entrenar la mirada para reconocer la ciclicidad de las tendencias y usarlas con criterio. No se trata de ignorar lo que está ocurriendo en la moda actual, sino de entenderlo dentro del contexto narrativo de cada proyecto. El reto es lograr que el vestuario tenga una coherencia interna que lo haga creíble y atemporal dentro de la historia que estoy contando. Es decir, que aunque pasen los años, el diseño no se sienta fuera de lugar, porque responde a una lógica propia del personaje y del universo en el que se mueve. Diseñar vestuario para cine o televisión implica proyectar a futuro, pensar cómo será leído ese personaje visualmente incluso mucho tiempo después del estreno.

Si bien este tema no es abordado directamente por Castiblanco, su énfasis en la necesidad de comprender los signos en función de su tiempo refuerza la tesis sobre la ciclicidad de las tendencias y la necesidad de diseñar con proyección narrativa. La moda no puede tratarse de forma aislada, sino siempre en relación con el sentido que se construye en la historia y con la expectativa del espectador contemporáneo. Este enfoque está en línea con la idea de que la moda, al igual que otros fenómenos culturales, está intrínsecamente ligada al contexto sociohistórico y a la construcción de significados que evolucionan con el tiempo, un concepto central en los estudios culturales y la historia de la moda.



La mayoría absoluta de los participantes (cerca del 95%) respondió "Sí", indicando que consideran el vestuario como un elemento fundamental en la construcción del personaje cinematográfico. Solo una minoría muy pequeña respondió "No estoy segura/o", lo cual representa un porcentaje mínimo dentro del total. Este gráfico refleja un consenso generalizado sobre el papel esencial del vestuario dentro del proceso narrativo audiovisual. Los estudiantes y profesionales encuestados, en su mayoría enfocados en áreas como el diseño de moda o vestuario, reconocen el vestuario como una herramienta clave para definir la identidad, el contexto y la psicología del personaje.

Este resultado también evidencia que dentro de la formación académica o el interés profesional de los participantes, existe una clara conciencia del rol simbólico y comunicativo de la indumentaria en el cine. La percepción del vestuario como un componente central en la narrativa audiovisual abre espacios para fortalecer la formación en diseño de vestuario con enfoque narrativo, especialmente en contextos académicos donde el cine y la moda se entrelazan como formas de expresión y construcción de significado.

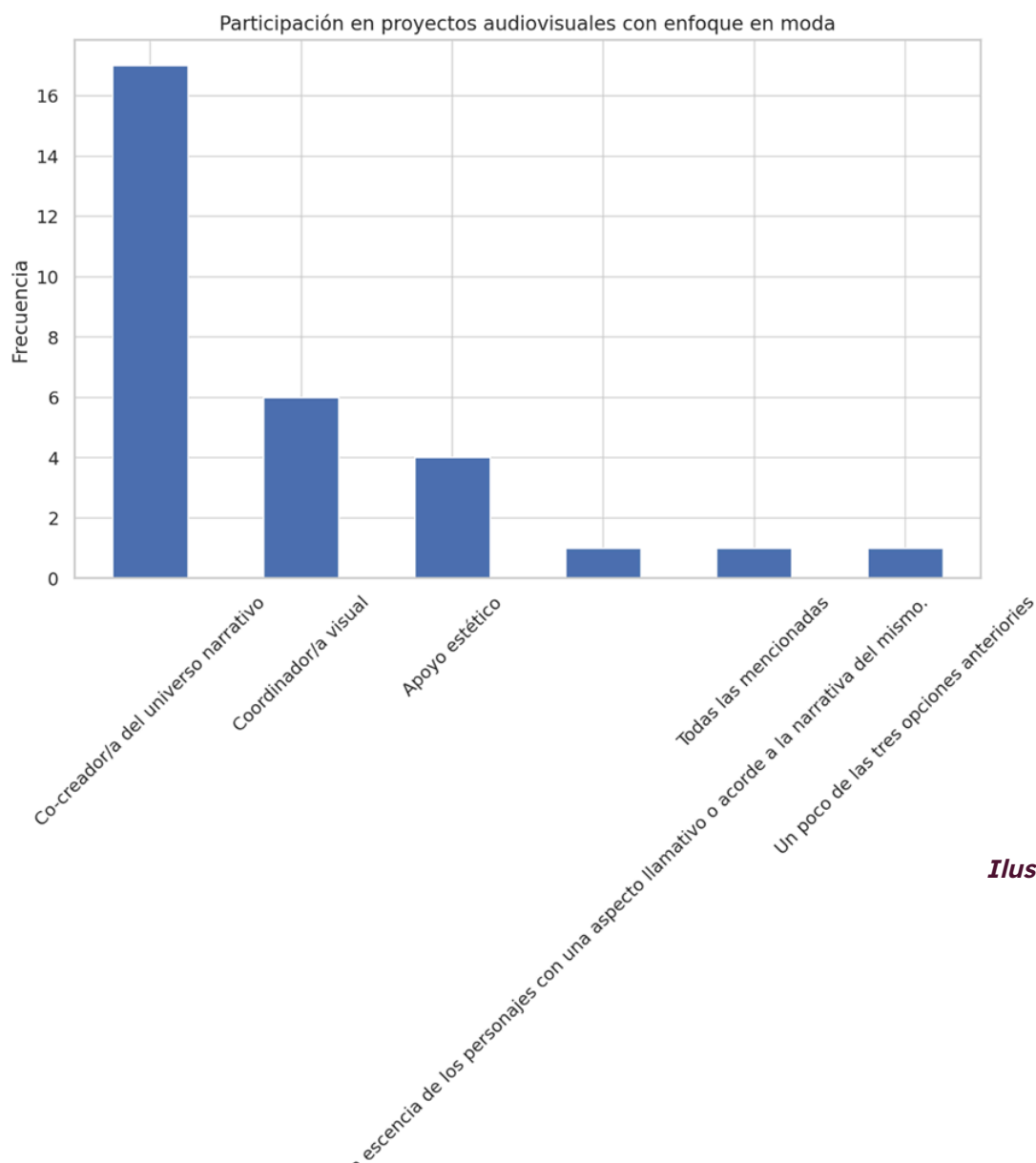


Ilustración 2

La imagen corresponde a un gráfico de barras titulado *"Participación en proyectos audiovisuales con enfoque en moda"*, en el cual se visualizan las diferentes percepciones que tienen los encuestados sobre el rol del diseñador/a de vestuario dentro de la narrativa audiovisual. La opción más seleccionada, con amplia diferencia, fue *"Co-creador/a del universo narrativo"*, lo que indica que la mayoría de los participantes consideran que el diseñador de vestuario no es un mero ejecutor estético, sino un agente activo en la construcción de sentido y coherencia en la narrativa visual.

Otras funciones reconocidas incluyen: *"Coordinador/a visual"* y *"Apoyo estético"*, con frecuencias menores, lo que sugiere que algunos aún perciben el diseño de vestuario como una función técnica o de soporte, aunque no principal.

Un pequeño número seleccionó respuestas como:

- ★ "Todas las mencionadas"
- ★ "Un poco de las tres opciones anteriores"
- ★ "Completar la esencia de los personajes..."

Estas respuestas indican una visión más integradora del papel del diseñador, aunque menos representativa en el grupo total.

Este gráfico revela una tendencia clara hacia una valorización creativa y conceptual del vestuario, considerándolo esencial para construir universos ficticiales coherentes y profundos. Al posicionar al diseñador como co-creador del universo narrativo, se le reconoce como un colaborador clave junto a directores y guionistas, capaz de transmitir emociones, contexto histórico, identidad del personaje y simbolismo. La visión predominante entre los encuestados rompe con la idea tradicional del vestuario como un accesorio visual, y en su lugar lo ubica como un dispositivo narrativo fundamental. Esta percepción abre posibilidades para el fortalecimiento curricular de programas de diseño de vestuario con enfoque narrativo y para fomentar la colaboración interdisciplinar en producciones audiovisuales.

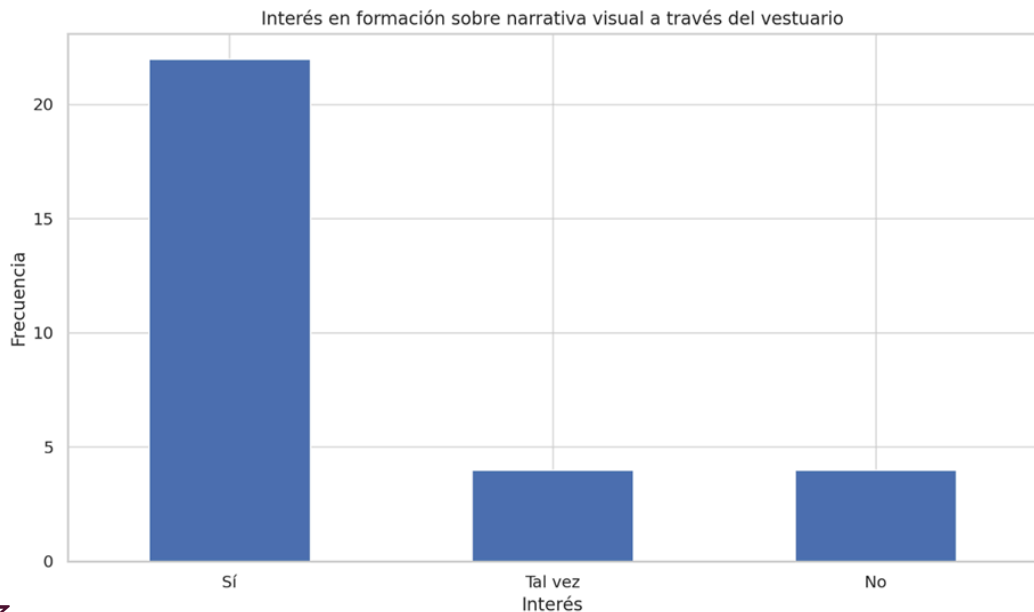


Ilustración 3

La imagen muestra un gráfico de barras titulado “*Interés en formación sobre narrativa visual a través del vestuario*”, correspondiente a una de las preguntas aplicadas en la encuesta sobre cine y diseño de vestuario. La opción “*Sí*” fue seleccionada por la gran mayoría de los encuestados, lo que indica un alto interés en recibir formación específica sobre cómo el vestuario puede actuar como un recurso narrativo en producciones audiovisuales. Las respuestas “*Tal vez*” y “*No*” fueron significativamente menos frecuentes y se encuentran en proporciones casi iguales, lo que refleja que muy pocos participantes rechazan o dudan del valor formativo de este enfoque.

Estos resultados evidencian una demanda clara y activa por parte de los estudiantes y egresados hacia una propuesta educativa que articule la teoría y la práctica del vestuario como lenguaje visual narrativo. La respuesta mayoritaria puede interpretarse también como un llamado a fortalecer los contenidos curriculares en los programas académicos de diseño de moda o vestuario, incluyendo:

- ★ Análisis semiótico del vestuario.
- ★ Historia de la moda en el cine.
- ★ Diseño conceptual para personajes.
- ★ Colaboración interdisciplinar con dirección de arte y guión.

El gráfico refleja que los encuestados no solo reconocen el valor narrativo del vestuario, sino que también están dispuestos a profundizar en su formación sobre esta temática. **Esta disposición abre oportunidades para el desarrollo de cursos, diplomados o talleres especializados que respondan a este interés académico y profesional.**

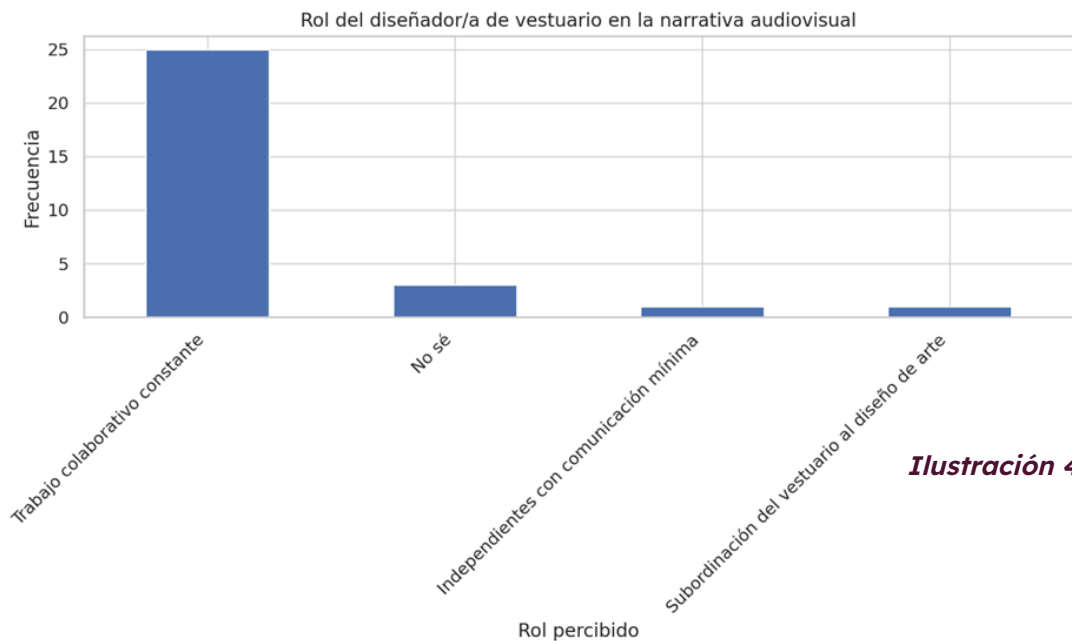


Ilustración 4

La gran mayoría de los encuestados considera que la relación ideal es un “*trabajo colaborativo constante*” entre director/a de arte, diseñador/a de vestuario y dirección general. Esto refleja una visión integrada y dialógica de la producción audiovisual.

Muy pocos encuestados consideran otras formas de relación como:

- ★ “Independientes con comunicación mínima”
- ★ “Subordinación del vestuario al diseño de arte”
- ★ “No sé”, lo que indica desconocimiento o falta de experiencia.

El vestuario no es visto como una pieza aislada o meramente estética, sino como un elemento narrativo que debe dialogar continuamente con las demás áreas creativas del proyecto audiovisual. Este dato reafirma el carácter interdisciplinar del cine y la necesidad de formar diseñadores/as con competencias de comunicación y colaboración profesional.

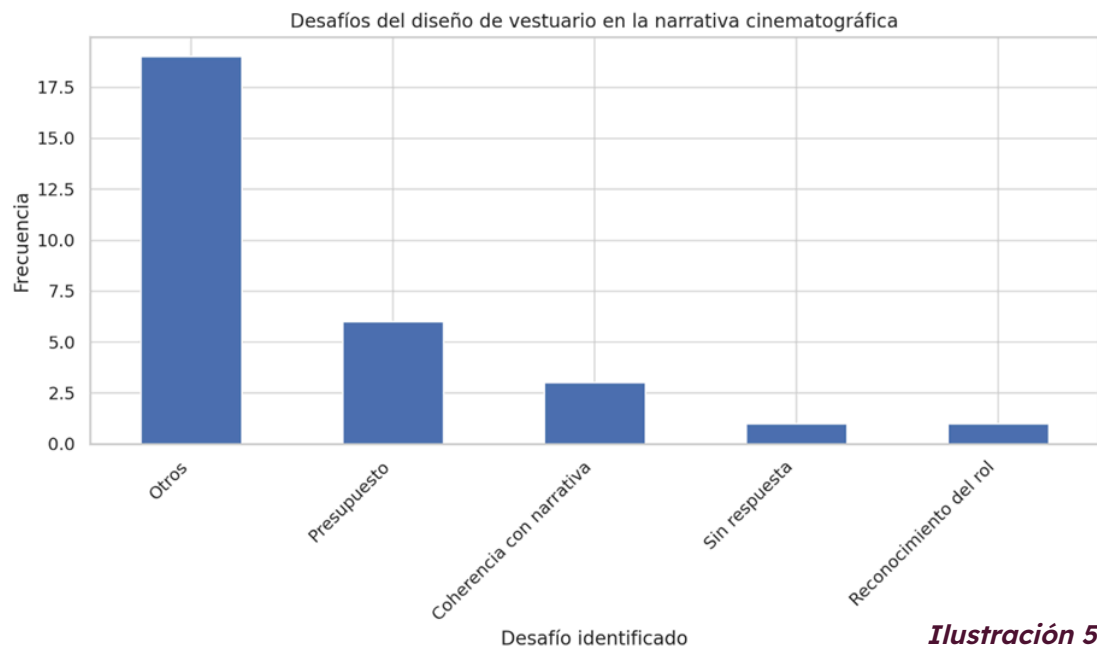


Ilustración 5

La categoría “*Otros*” fue la más mencionada, lo que sugiere una diversidad de percepciones y matices que no se reducen a categorías específicas como presupuesto o coherencia. Estas respuestas incluyen factores como el contexto cultural, la creatividad limitada por la producción, la comprensión del personaje, etc. El “*presupuesto*” aparece como el desafío más concreto y recurrente, evidenciando una preocupación práctica sobre las condiciones materiales que afectan el diseño de vestuario.

La “*coherencia con la narrativa*” también se destaca como un reto, lo que subraya la importancia de alinear el vestuario con el desarrollo dramático, la psicología del personaje y la ambientación. Algunas personas señalaron la falta de reconocimiento del rol del diseñador de vestuario o simplemente no respondieron.

Los resultados indican que, aunque existe claridad sobre la relevancia narrativa del vestuario, **persisten barreras estructurales y comunicativas dentro del proceso audiovisual**. Estas van desde recursos económicos limitados hasta la necesidad de una mayor integración creativa y reconocimiento profesional del rol del vestuarista en los equipos de producción.

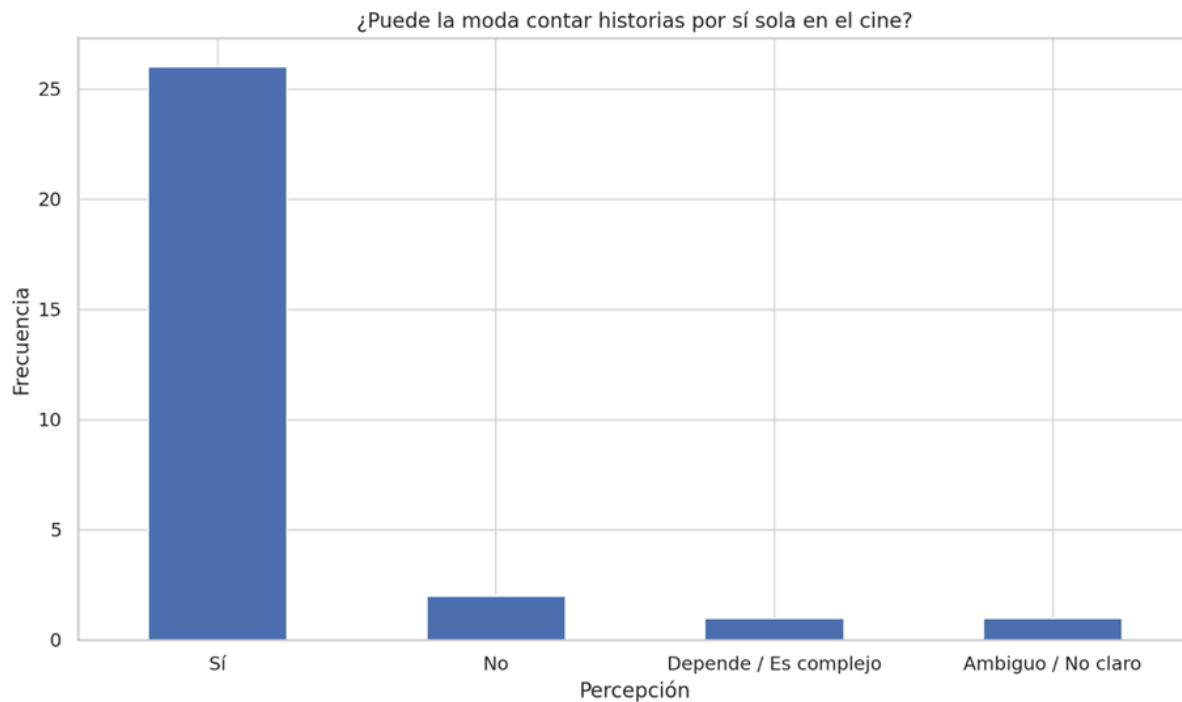


Ilustración 6

Una mayoría abrumadora de participantes respondió “Sí”, lo que indica una fuerte creencia en la capacidad narrativa autónoma del vestuario. Muy pocos encuestados consideran que “No” puede hacerlo por sí sola, lo que puede deberse a una visión más dependiente de otros elementos visuales o narrativos. Algunas personas expresaron que depende del contexto o que es un proceso complejo, lo cual refleja una visión más matizada. Un número reducido ofreció respuestas ambiguas o poco claras, sin posicionarse directamente.

Estos resultados reafirman que, para los encuestados, la moda posee un lenguaje propio dentro del cine, capaz de comunicar emociones, evolución de personajes, e incluso aspectos simbólicos o culturales sin necesidad de diálogo o apoyo textual. Esta perspectiva fortalece la idea del vestuario como vehículo narrativo autónomo, con poder para expresar contenido dramático y estructural dentro de una producción.

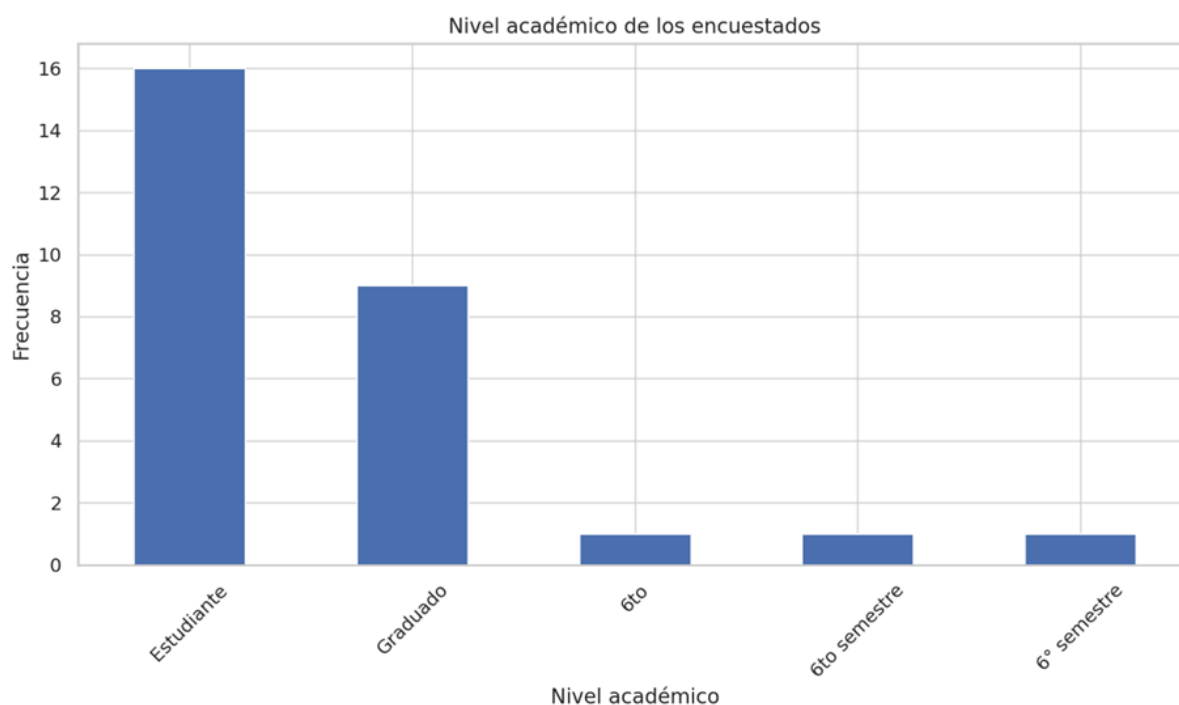


Ilustración 7

La mayoría de los participantes se identifican como estudiantes activos, lo que indica que el estudio está muy vinculado a una población en formación dentro del campo del diseño de vestuario o áreas afines. Un grupo menor está compuesto por graduados, lo que aporta una perspectiva profesional al análisis. También se observa una repetición en los términos usados para indicar el "6° semestre", escritos de distintas formas (6to, 6to semestre, 6° semestre), que podrían haberse unificado.

Este perfil académico indica que los encuestados tienen una relación directa con procesos de formación en diseño, moda o vestuario, lo que enriquece la validez de sus opiniones sobre narrativa audiovisual y vestuario. También sugiere que **los resultados de esta encuesta pueden ser especialmente útiles para diseñar contenidos curriculares y estrategias pedagógicas en programas formativos del área.**

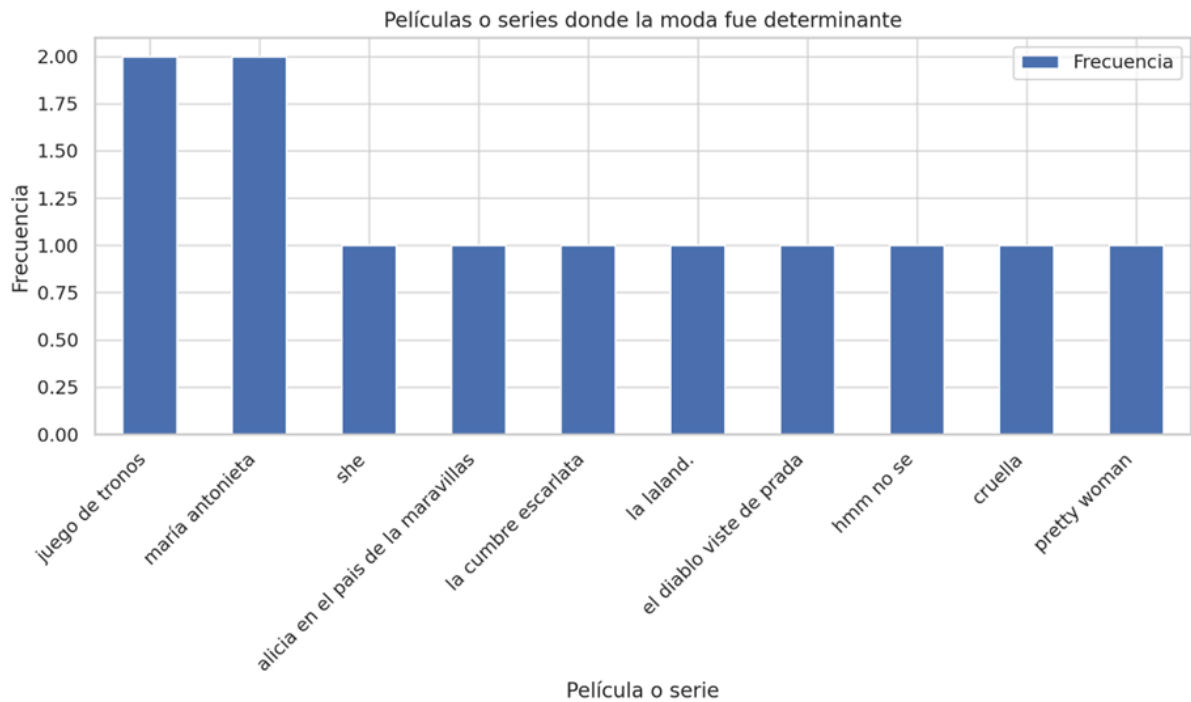


Ilustración 8

"El diablo viste de Prada" se destaca claramente como la referencia más citada, lo cual es comprensible dado que la moda es el eje temático y narrativo central de la película. *"Cruella"*, *"Alicia en el país de las maravillas"* y *"Titanic"* también aparecen con frecuencia, reflejando que los participantes valoran producciones donde el vestuario es utilizado tanto como expresión estética como narrativa.

Títulos como *"Juego de Tronos"*, *"She"* o *"Pretty Woman"* complementan la lista, evidenciando que los estudiantes reconocen tanto obras contemporáneas como clásicas donde el vestuario contribuye significativamente a la caracterización de los personajes y la ambientación. Los resultados demuestran que los encuestados poseen una cultura audiovisual activa y crítica, y que son capaces de identificar con claridad ejemplos de cine y televisión donde la moda cumple una función más allá de lo superficial. Este tipo de referencias puede ser utilizado como punto de partida en procesos de análisis y formación académica sobre narrativa visual, diseño de vestuario y semiótica audiovisual.

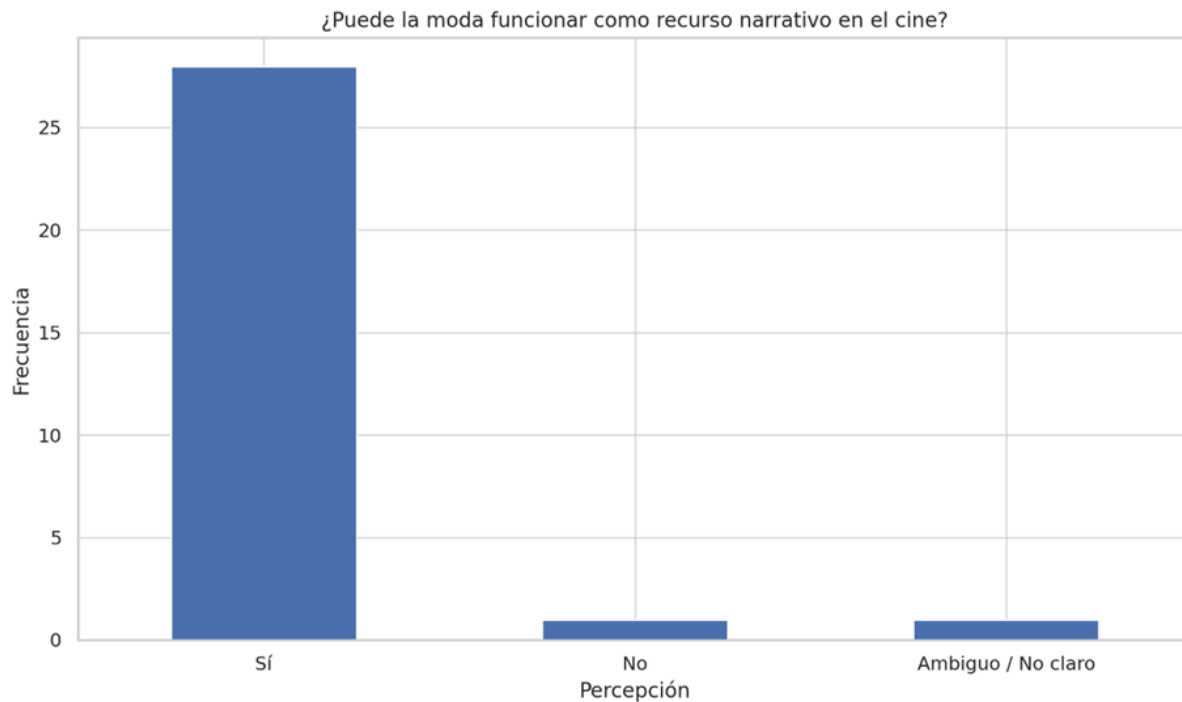


Ilustración 9

La gran mayoría (más de 90%) considera que la moda sí puede funcionar como recurso narrativo en el cine, destacando su capacidad para comunicar emociones, evolución de personajes, contexto y estética. Una mínima proporción expresó una postura negativa o ambigua, lo que muestra una consistencia significativa en las percepciones de los encuestados.

El análisis cuantitativo revela una visión consolidada entre los participantes mayoritariamente estudiantes y egresados del campo del diseño de vestuario o áreas afines acerca del rol fundamental del vestuario como recurso narrativo en el cine. Los datos obtenidos reflejan no solo un alto nivel de conciencia sobre el valor simbólico, contextual y psicológico del vestuario, sino también una disposición clara a recibir formación académica más profunda sobre el tema.

En primer lugar, la abrumadora mayoría (95%) reconoce el vestuario como clave para la construcción del personaje. Esta aceptación casi unánime indica que el diseño de vestuario ha trascendido la percepción tradicional de accesorio estético para posicionarse como un dispositivo narrativo que construye identidad y comunica emociones. En segundo lugar, la percepción del diseñador de vestuario como ***“co-creador/a del universo narrativo”*** subraya una transformación en el rol profesional de estos agentes creativos: ya no son vistos como subordinados a la dirección de arte o al guión, sino como parte del núcleo narrativo

audiovisual. Este reconocimiento propicia una reconfiguración del trabajo interdisciplinar en cine, donde se valora la articulación entre arte, guión y diseño. Otro hallazgo destacable es el alto interés en formarse en narrativa visual a través del vestuario, lo cual representa una oportunidad para las instituciones educativas de actualizar y fortalecer sus currículos. Las temáticas sugeridas por los propios participantes son: análisis semiótico, historia del vestuario cinematográfico, diseño conceptual y trabajo colaborativo deben ser atendidas para dar respuesta a esta demanda académica emergente. Asimismo, **la mayoría considera ideal una relación colaborativa constante entre el diseñador de vestuario y otros agentes creativos, lo que reafirma la necesidad de desarrollar competencias comunicativas** y de trabajo en equipo en los procesos formativos. Esta perspectiva supera la visión jerárquica y promueve una estructura horizontal e integradora en la creación audiovisual.

Entre los desafíos, el análisis resalta limitaciones estructurales como el presupuesto y la falta de reconocimiento profesional, así como tensiones derivadas de la coherencia narrativa o de la comprensión del personaje. Estos elementos evidencian la necesidad de mejorar las condiciones de producción y el reconocimiento del papel del vestuarista dentro del campo cinematográfico. Finalmente, los resultados muestran que los participantes identifican ejemplos claros de producciones audiovisuales donde el vestuario es protagonista narrativo, como *El diablo viste a la moda*, *Cruella* o *Titanic*. Esta competencia crítica y cultural fortalece la idea de que los encuestados no solo tienen un conocimiento práctico del diseño, sino también un dominio conceptual sobre su función narrativa. Este análisis cuantitativo no solo confirma la relevancia del vestuario en la narrativa audiovisual, sino que también visibiliza una comunidad académica y profesional consciente, crítica y con vocación de formación avanzada. La interpretación de estos datos sugiere la necesidad de replantear los enfoques curriculares, fomentar una cultura de colaboración interdisciplinar y dignificar el rol del diseño de vestuario como columna vertebral del lenguaje cinematográfico.

[\(Ver Anexos\)](#)

6.1. Estudio de caso: El Cisne Negro

En la película *El Cisne Negro* de Darren Aronofsky, el vestuario trasciende la mera estética para convertirse en un elemento narrativo fundamental, operando como un espejo visual y semiótico de la psique fragmentada de Nina Sayers. **A través de la moda, la película explora la dualidad de su personaje, la presión del perfeccionismo y su descenso a la locura.**

Inicialmente, el vestuario de Nina es predominantemente suave, virginal y contenido. Sus colores claros, tejidos delicados y cortes conservadores reflejan su imagen de "Cisne Blanco": pura, técnica y controlada, pero carente de la pasión y la oscuridad necesarias para interpretar al Cisne Negro. Este vestuario no solo la define externamente, sino que también subraya su represión y su miedo a explorar su lado más salvaje. A medida que la presión del papel y la intrusión de Lily se intensifican, el vestuario de Nina comienza a cambiar sutilmente. Los colores se oscurecen, los tejidos se vuelven más fluidos y aparecen detalles que evocan una sensualidad latente o una incipiente oscuridad. La transformación más evidente, por supuesto, ocurre con los trajes de ballet. El traje del Cisne Blanco es prístino y etéreo, mientras que el traje del Cisne Negro, que solo vemos completamente en su delirante interpretación final, es una explosión de plumas oscuras y dramatismo, que encapsula su liberación y su completa inmersión en la dualidad del personaje.

Más allá de los trajes de ballet, el vestuario cotidiano de Nina también habla volúmenes. Sus camiones, a menudo blancos y casi infantiles, contrastan con los atuendos más audaces y sensuales de Lily, acentuando la lucha interna de Nina entre su inocencia autoimpuesta y sus deseos reprimidos. La moda, en este sentido, no solo es una experiencia visual para el espectador que le permite comprender la evolución de Nina, sino que también funciona a un nivel semiótico, cargando cada prenda con significados sobre su identidad, sus miedos y su transformación. El vestuario en *El Cisne Negro* no es un adorno; es una herramienta esencial que teje la tela de la narrativa, presagiando y reflejando el trágico viaje de Nina hacia su fatal pero "perfecta" actuación.

Moda y narración visual

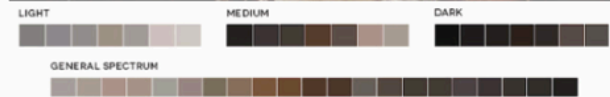
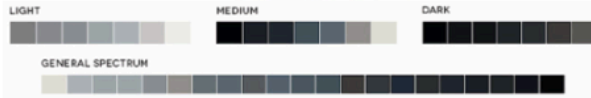
EL CISNE NEGRO

Director: Darren Aronofsky

Diseño de Vestuario: Amy Westcott

Dirección de arte: David Stein

Maquillaje: Judy Chin



Análisis por: Verónica Londoño Londoño

[\(Ver Anexo\)](#)

7. RECOMENDACIONES

Para comprender la moda como una herramienta esencial en la narración cinematográfica, a través de experiencias visuales y semióticas, se recomienda adoptar un enfoque interdisciplinario. Este enfoque debe integrar la moda, el arte visual y la semiótica, con el propósito de enriquecer y fortalecer el análisis en la creación de obras filmicas. A medida que avance el proyecto, se deberá profundizar en teorías cinematográficas sobre el simbolismo y la estética, explorando cómo el vestuario trasciende su función estética para contribuir a la construcción del lenguaje visual de una película. Además, es importante incluir estudios de caso de directores o películas donde el vestuario haya jugado un papel crucial en la narrativa.

Para abordar la relación entre la moda y la construcción de significados visuales en el cine, resulta esencial examinar cómo el vestuario enriquece la narrativa semiótica de las películas. Sin embargo, este enfoque puede convertirse en un arma de doble filo si no se realiza con el rigor necesario, ya que una interpretación insuficientemente fundamentada podría llevar a conclusiones superficiales. Por ello, es imprescindible llevar a cabo una revisión exhaustiva de fuentes académicas especializadas en semiótica visual, teoría del vestuario y estética cinematográfica, garantizando así la solidez del análisis. Se debe evitar el uso de referencias generales sobre moda y dar prioridad a estudios que examinen cómo el vestuario crea significados implícitos o simbólicos en el contexto filmico. Además, es importante incluir referencias que aborden distintas épocas y géneros cinematográficos para enriquecer la diversidad de los análisis semióticos.

Por otro lado, si se busca examinar las percepciones y enfoques de estudiantes, profesionales del medio audiovisual y diseñadores de vestuario sobre la integración de la moda en la narrativa cinematográfica, es importante aplicar entrevistas en profundidad con un enfoque estructurado. Primero, deben formularse preguntas abiertas y contextuales para fomentar respuestas detalladas y reflexivas. También sería útil incluir entrevistas a directores de arte y fotógrafos de cine, quienes pueden aportar perspectivas complementarias. Además, integrar opiniones de personas con distintos niveles de experiencia, como estudiantes, profesionales en el área y expertos, permitirá una comprensión más amplia y diversa de cómo perciben la influencia de la moda en la narrativa cinematográfica.

Por último, para contrastar los datos obtenidos en entrevistas, revisión bibliográfica y estudios de caso y lograr una comprensión integral de cómo la moda se utiliza como herramienta narrativa en el cine, es fundamental desarrollar una matriz de comparación que

permita relacionar los resultados de las entrevistas con las fuentes bibliográficas revisadas. Además, los estudios de caso servirán para visualizar de forma concreta cómo se aplican en la práctica cinematográfica las teorías y percepciones recopiladas. En el folleto final, sintetiza la información de manera clara y visualmente atractiva, asegurándose de reflejar tanto el análisis académico como las perspectivas profesionales.

A la luz del análisis desarrollado en esta investigación, cuyo objetivo fue comprender la moda como una herramienta narrativa en el cine a través de experiencias visuales y semióticas, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas al fortalecimiento conceptual, metodológico y formativo en torno al diseño de vestuario cinematográfico.

Desde el entorno de la investigación, se recomienda profundizar en el estudio del vestuario como sistema de signos visuales mediante enfoques metodológicos que permitan una triangulación rigurosa de datos. El uso de entrevistas a profundidad, análisis de caso y revisión teórica resultó pertinente para este estudio, sin embargo, futuras investigaciones podrían enriquecer el abordaje incorporando análisis filmico secuencial, etnografía visual o cartografías simbólicas del personaje. Estos métodos permitirían establecer correlaciones más precisas entre los elementos estéticos del vestuario y los efectos narrativos producidos en el espectador.

Asimismo, se sugiere ampliar la muestra de participantes en estudios cualitativos similares, incluyendo no solo diseñadores y estudiantes, sino también directores, productores, editores y especialistas en crítica cinematográfica. Esta diversidad de voces permitiría un abordaje más amplio de las tensiones, decisiones y articulaciones que emergen en torno al diseño de vestuario dentro de los procesos creativos. Además, se recomienda incorporar una perspectiva de análisis comparativo entre distintas cinematografías (latinoamericana, europea, asiática), con el fin de identificar patrones simbólicos o estrategias estéticas diferenciadas.

En el plano teórico, conviene seguir explorando el diálogo entre semiótica, teoría del cine y estudios de moda. Si bien este trabajo encontró valiosos aportes en autores como Barthes, Eco, Metz o Bazin, es necesario actualizar el corpus bibliográfico con enfoques contemporáneos que integren la intersección entre imagen, cuerpo, género e identidad en el análisis del vestuario cinematográfico. Se recomienda prestar especial atención a teorías feministas, decoloniales o posmodernas, que podrían aportar nuevas perspectivas sobre el uso simbólico del vestuario en narrativas audiovisuales.

Desde el punto de vista formativo, se sugiere consolidar espacios académicos donde el análisis del vestuario como lenguaje visual sea tratado de manera transversal en las

carreras de diseño, cine, comunicación o artes visuales. Este tipo de formación debería no solo promover la competencia técnica en diseño de prendas, sino también fortalecer el pensamiento crítico, la lectura simbólica del entorno, la interpretación de guiones y la argumentación estética en proyectos colaborativos. En este sentido, se recomienda integrar actividades basadas en estudio de casos, prácticas de campo (observación de cuerpos y estilos reales), y ejercicios de co-creación con áreas como fotografía, dirección de arte o sonido.

Respecto al estudio de caso trabajado (*El Cisne Negro*), se reconoce su potencial como herramienta analítica en procesos educativos. Su uso permitió evidenciar cómo el vestuario comunica transformaciones internas del personaje, apoya el conflicto dramático y refuerza el tono visual de la obra. Por ello, se recomienda su inclusión, junto a otros estudios de caso similares, en procesos pedagógicos que busquen mostrar de forma concreta cómo opera la construcción narrativa desde lo visual. De igual manera, se podrían generar bancos de análisis de vestuario por género cinematográfico, época, o arquetipo de personaje, como insumos investigativos y didácticos.

Finalmente, a partir del desarrollo metodológico del presente trabajo, se propone que futuras investigaciones continúen desarrollando productos de transferencia como folletos, guías ilustradas o cápsulas audiovisuales. Estos materiales permiten sintetizar hallazgos teóricos y empíricos, facilitando su divulgación tanto en contextos académicos como en escenarios de creación profesional. Además, tales productos fortalecen la apropiación del conocimiento por parte de comunidades estudiantiles, fortaleciendo su capacidad crítica frente al diseño de vestuario como un lenguaje que contribuye a la construcción del discurso audiovisual contemporáneo.

8. CONCLUSIONES

El análisis de la moda como herramienta esencial para la narración fílmica permitió evidenciar su papel protagónico en la configuración de significados dentro del lenguaje audiovisual. A través de experiencias visuales y semióticas, el vestuario se manifiesta no solo como soporte estético, sino como un componente articulador del discurso narrativo. Este estudio confirmó que la moda en el cine opera como un sistema de signos que aporta profundidad a la construcción de personajes, contextos históricos, simbólicos y emocionales, consolidándose como un recurso clave en la puesta en escena cinematográfica.

La exploración bibliográfica sobre la relación entre moda y cine reveló que el vestuario cinematográfico desempeña un papel fundamental en la construcción de significados visuales. Diversos autores coinciden en que el vestuario no solo cumple funciones ornamentales, sino que comunica información narrativa, emocional y contextual. A través de la semiótica del color, la textura, la silueta y los estilos, se materializa la identidad del personaje y se refuerzan los subtextos de la historia. Esta revisión permitió establecer un marco teórico sólido que sustenta la importancia de la moda como lenguaje visual en el discurso cinematográfico.

El examen de las percepciones de estudiantes, diseñadores de vestuario y profesionales del medio audiovisual permitió identificar una variedad de enfoques en torno a la integración de la moda en la narrativa cinematográfica. Las entrevistas a profundidad reflejaron una conciencia creciente sobre el papel narrativo del vestuario, así como una necesidad de formación más específica en el área dentro de los programas de comunicación audiovisual. Asimismo, se destacó la importancia del trabajo colaborativo entre departamentos y el dominio técnico por parte del diseñador para lograr coherencia visual y narrativa en el resultado final.

La triangulación de la información obtenida entre revisión bibliográfica, entrevistas y estudios de caso permitió una comprensión integral de la moda como herramienta narrativa en el cine. El análisis conjunto evidenció que la moda no solo acompaña el relato, sino que lo potencia, lo contextualiza y lo transforma. La elaboración del folleto como producto final sintetiza los hallazgos teóricos y empíricos del estudio, convirtiéndose en una herramienta pedagógica y de divulgación que resalta la importancia del vestuario como componente semiótico indispensable en la creación cinematográfica.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Muñoz, L., & Ferreira Cepeda, V. (2020). *Literatura y cine como narrativa de la estética corporal juvenil de los años 80 en Medellín en el contexto de la violencia*. Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Atwood, C. (2023). How 'Wednesday' Costume Designer Created Every Season 1 Look. Vanity Fair. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=hjff1G2YiKk>
- Barthes, R. (1967). *El Sistema de la Moda*. Barcelona, España: Ediciones Paidós. Barthes, R. (1985). *The Responsibility of Forms*. Nueva York, Estados Unidos: Hill and Wang.
- Bazin, A. (1967). *What is Cinema?* (Vol. 1). Los Angeles, California, Estados Unidos: University of California Press.
- Becerril, F. R. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. Pearson Educación.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: Significado y medida*. Ariel.
- Berry, J. (2022). *Cinematic Style: Fashion, Architecture and Interior Design on Film*. Londres, Reino Unido: BLOOMSBURY VISUAL ARTS.
- Bezruchko, O., Gavran, I., Korablova, N., Oborska, S., & Chmil, H. (2024). Stage costume as an important element of the subject environment in cinema and theatre. *E-Revista de Estudos Interculturais*, 2024(12).
- Calefato, P. (2001). El cuerpo vestido, los sentidos y la escritura: Entre la moda y el cine. *deSignis*, 1, 213-224.
- Calefato, P. (2021). *Fashion as Cultural Translation: Signs, Images, Narratives*. Anthem Press.
- Carrillo López, S., & González Siguenza, L. (2023). DISEÑO DE VESTUARIO PARA PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS ECUATORIANAS DE CIENCIA FICCION, APLICANDO EXPERIMENTACION TEXTIL. Cuenca, Ecuador: Universidad del Uzuay.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches a crash course in statistics*. Sage publications.
- Díaz Soloaga, P., Muñoz Domínguez, G., & Woodside, A. G. (2023).
- Fashion and film stories of (mis)understanding: Introduction to a special issue on cinema and fashion. *Journal of Global Fashion Marketing*, 14(4), 369-373.
- Eco, U. (1975). *A Theory of Semiotics*. Bloomington, Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press.

Ferriss, S. (2021). *The Cinema of Sofia Coppola: Fashion, Culture, Celebrity*. Londres, Reino Unido: BLOOMSBURY ACADEMIC.

Fossali, P. B. (2020). Dressing the characters, covering the flesh. The contribution of costumes to filmic meaning. *Signata*, 11, 1-29. doi:<https://doi.org/10.4000/signata.2878>

Gallego Quiroz, S. M. (2021). Cuerpo vestido para la expresión sensible del encuentro con la memoria y la reconciliación. *Actas de Diseño*, 37, 212-214.

Gibson, P. C. (2021). From stardom to celebrity culture and beyond: Fashion, costume, cinema, and change. En P. C. Gibson, *The Routledge Companion to Fashion Studies* (págs. 362-370). Londres, Reino Unido: Taylor and Francis.

Godard, J.-L. (1972). *Godard on Godard*. Boston, Massachusetts, Estados Unidos: Da Capo Press.

Hernández Campos, R. (2024). Vestimenta, biopolítica y representación de la disidencia sexual en literatura y cine: un análisis comparativo. *Revista Estudios*(48), 229-262.

Hernández, R. F. (2016). *Metodología de la investigación*. Plaza y Valdés.

Izquierdo Jácome, M., & Guerrero Sanchez, A. (2023). Análisis de la comunicación no verbal presente en la película Cruella (2021), a partir de cuatro vestuarios del personaje principal. Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia: Universidad Autónoma de Occidente.

Laime Eulogio, S. O., & Rodriguez Quintana, M. (2023). La semiótica de color en el cine de autor. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 11(2), 45-57.

Lopera Echavarría, J. D., Ramírez Gómez, C. A., & Aristazábal, Z. (2010). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL. *Euro-Mediterranean University Institute*.

McDaniel, C. (2016). *Investigación de mercados*.

Melnique, A. (14 de Junio de 2023). *Nokton*. Obtenido de <https://noktonmagazine.com/fashion-obsession-el-cine-y-la-moda/>

Mercado, G. (2016). Vestuario: entre el cine y la moda. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*.

Metz, C. (1974). *Film Language: A Semiotics of the Cinema*. Chicago, Illinois, Estados Unidos: University of Chicago Press.


Miguélez, M. M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma* v. 27.


Ocampo, P. (17 de Junio de 2024). *UNONUEVEDOS*. Obtenido de <https://revista192.com/la-moda-en-el-cine-mas-alla-de-la-superficie/>



- Pan, Y. (2020). ANÁLISIS DE LA MODA FEMENINA EN IN THE MOOD FOR LOVE DESDE UNA MIRADA SEMIÓTICA. *SIGNA - REVISTA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SEMIÓTICA*(29), 223-242.
- Pascual, P. G. (Diciembre de 2020). Hacia una nueva perspectiva semiótica y su aplicación al análisis fílmico: propuesta metodológica a partir de un caso práctico. *Communication & Methods*, 2(2), 80-90.
- Perez, J. (2021). *Fashioning Spanish Cinema Costume, Identity, and Stardom*. Austin, Texas, Estados Unidos: University of Toronto Press.
- Ribeiro Quiles, A. (2020). Estudio de la función narrativa del vestuario en el cine: La creación de la identidad del personaje cinematográfico en el cine de Hollywood. Gandia, España: Universitat Politècnica de València.
- Rodriguez, L. I. (2021). Códigos vestimentarios, identidad y migración. Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Roffe, S. (Julio de 2016). Vestuario de cine: relator silencioso. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(58), 79-86.
- Sánchez, C. G. (Febrero de 2024). Análisis desde la perspectiva artística del uso del color en creaciones audiovisuales específicas del entorno de la moda. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(217), 229-242.
- Saravia Gallardo, M. A. (2006). Metodología de Investigación.
- Saussure, F. d. (1916). *Course in General Linguistics*. París, Francia: Editions Payot.
- Sheldon, S., Tamim, J., & Noble, S. (20 de Marzo de 2015). Costume Designing a Film. *BAFTA Film Craft Sessions*. (H. Patterson, Entrevistador) BAFTA Guru. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=MxoPT7rhRUE>
- Simmel, G. (1905). *Filosofía de la Moda*. Madrid, España: Casimiro.
- Summa, L. T. (2022). *A Philosophy of Fashion Through Film: On the body, Style, and Identity*. Londres: BLOOMSBURY ACADEMIC.
- Tipantasig Bombón, G. (2022). Las estéticas de la moda en el cine: El caso de Yves Saint Laurent. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Uhlrova, M. (2021). Fashion in cinema: reframing the field. En E. Paulicelli, V. Manlow, & E. Wissinger (Edits.), *The Routledge Companion to Fashion Studies* (1 ed., págs. 351-361). Londres, Reino Unido: Taylor & Francis Group.
- Xie, F. (Julio de 2022). El vestido como forma y proceso semiótico en el cine: Federico Fellini, Zhang. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.


10. ANEXOS

[Material de trabajo](#)

 Insumos//Resultados

 Análisis de fuentes 

 Copia de Anteproyecto de grado - Veronica Londoño.pdf 

 Copia de Borrador_Proyecto final 