



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Análisis del diseño de vestuario de la película Barbie.

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

AUTOR/A: Febrer Genis, Carla

Tutor/a: Martorell Fernández, Sandra María

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

RESUMEN

El presente trabajo de fin de grado tiene como objetivo principal realizar un análisis del diseño de vestuario de la película *Barbie* (2023).

Se busca comprender y estudiar las características de su estética, destacando cómo el diseño de vestuario ha contribuido en la construcción visual y narrativa de la película.

El trabajo se centra en analizar el proceso creativo y el resultado final del diseño de vestuario del film, con el fin de comprender estas elecciones de caracterización y su discurso subyacente.

Además, se estudia el impacto cultural y social del vestuario de la película, investigando las particularidades del movimiento *Barbiecore* y examinando la estrategia de marketing implementada, basada en los looks de la actriz Margot Robbie en las alfombras rojas.

Palabras clave: Diseño de vestuario; caracterización; cine; arte; Barbie.

ABSTRACT

This work aims to conduct a comprehensive analysis of the costume design of the film *Barbie* (2023).

The purpose is to comprehend and study the aesthetic features, emphasizing how the costume design has contributed to the visual and narrative construction of the film.

The study focuses on analyzing the creative process and the final outcome of the film's costume design, aiming to understand the choices in characterization and the underlying speech.

Additionally, it explores the cultural and social impact of the movie's costumes, investigating the peculiarities of the *Barbiecore* movement and examining the extensive marketing strategy implemented, based on the looks of actress Margot Robbie on the red carpets.

Keywords: Costume design; characterization; cinema; art; Barbie.

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. Objetivos.....	3
1.2. Justificación.....	3
1.3. Metodología.....	3
1.4. Estructura.....	4
2. El diseño de vestuario.....	6
2.1. Breve historia del diseño de vestuario en el cine.....	6
2.2. La función narrativa y descriptiva del diseño de vestuario.....	8
2.3. El/la diseñador/a de vestuario.....	9
3. Barbie: “Tú puedes ser lo que quieras ser”.....	11
3.1. Repaso de las muñecas Barbie y su vestuario (desde 1959 hasta 2010).....	13
3.2. El papel de Barbie en la construcción y evolución de los estándares de belleza.....	18
3.3. <i>Barbie</i> , la película de Greta Gerwig.....	21
4. Análisis del diseño de vestuario de la película <i>Barbie</i>.....	23
4.1. El personaje de Barbie: características físicas y psicológicas.....	23
4.2. Metodología de análisis del vestuario.....	25
4.2.1. Bocetos y referencias.....	27
4.2.2. Paleta de colores.....	30
4.2.3. Materiales, texturas y formas.....	33
4.2.4. Complementos.....	35
4.2.5. Simbolismos.....	38
4.3. Cine y moda: Chanel como colaborador.....	39
5. Repercusión mediática del vestuario de Barbie.....	41
5.1. El <i>method dressing</i> : uso del vestuario como estrategia de marketing.....	43
5.2. La estética <i>Barbiecore</i> : el fenómeno que tiñó los cines de color rosa.....	47
6. Conclusiones.....	49
7. Bibliografía.....	50
8. Filmografía.....	55

1. Introducción.

La película *Barbie* (Gerwig, 2023) ha generado un gran revuelo desde su anuncio, no solo por su temática, sino también por su diseño de vestuario. Esta propuesta estética ha despertado un gran interés tanto en el ámbito cinematográfico como en el cultural. En este contexto, surge la necesidad de realizar un estudio del diseño de vestuario de la película, explorando sus características, su función narrativa y su repercusión mediática.

1.1. Objetivos.

El objetivo principal de este proyecto se basa en ver cómo el diseño de vestuario de la película *Barbie* (2023, Gerwig) ha contribuido a la construcción de la identidad del personaje principal y la trama.

Entre los objetivos secundarios encontramos:

- Identificar las referencias culturales y artísticas presentes en el diseño de vestuario de *Barbie* (2023, Gerwig).
- Conocer su repercusión mediática, teniendo en cuenta la estrategia de marketing y la tendencia *Barbiecore*.
- Entender la historia del diseño del vestuario en el cine, su función narrativa y descriptiva y el papel del/la diseñador/a de vestuario.
- Explorar la historia de Barbie, repasando sus muñecas y su papel en la construcción y evolución de los estándares de belleza.

1.2. Justificación.

El diseño de vestuario juega un papel fundamental en la construcción de la identidad de los personajes y la atmósfera visual de una película. En el caso de *Barbie* (2023, Gerwig), el vestuario es especialmente significativo, ya que la muñeca Barbie ha sido un icono cultural durante décadas, asociada a una imagen de belleza idealizada y estereotipada. La película *Barbie* (2023, Gerwig), al ser una reinterpretación moderna del personaje, presenta una oportunidad única para examinar cómo el diseño de vestuario puede desafiar o reforzar estas expectativas.

1.3. Metodología.

Para alcanzar los objetivos planteados se utilizará una metodología basada en el análisis cualitativo observacional, que permitirá profundizar en la interpretación y comprensión del significado, simbología y función del vestuario en la narrativa y estética de la película.

Además, el análisis cualitativo observacional es el indicado para interpretar el significado detrás de los elementos del vestuario y su contexto cultural, social e histórico. Este enfoque permitirá obtener datos detallados sobre el diseño, los materiales, los colores, y cómo estos elementos interactúan con otros aspectos de la película. La observación directa de la película, es decir, su visionado repetido, permitirá captar cada detalle del vestuario, desde los diseños más llamativos hasta los más sutiles.

Se comenzará con una recopilación de información a través de diversas fuentes como libros, artículos académicos, documentales, entrevistas e imágenes del vestuario. A continuación, se profundizará en temas específicos para sentar las bases de nuestro análisis. Se investigará el papel de la diseñadora de vestuario, su proceso creativo y la función del vestuario en la construcción narrativa y visual de la película. Se realizará un recorrido por la evolución de la muñeca Barbie, analizando sus diferentes estilos. Y, se adentrará en el contexto de la película, explorando el proceso de diseño de producción, el argumento y las claves de su estética.

Finalmente llega el momento del análisis, para ello, se descifrarán los bocetos, referencias, materiales, formas, texturas, paletas de color y complementos utilizados a partir de un patrón de estudio previamente definido. Se explorará su función narrativa, cómo el vestuario contribuye a la construcción de la personalidad de los personajes, la trama y la estética general de la película. Se buscarán significados ocultos en el vestuario, interpretando los elementos que lo componen y su relación con la narrativa. Se analizará el fenómeno *Barbiecore*, la estrategia de marketing ligada al vestuario y la recepción de la película.

Con el análisis cualitativo observacional, se pretende obtener una visión completa y profunda del vestuario, entendiendo su importancia dentro del conjunto de elementos que conforman la película.

1.4. Estructura.

Este trabajo se ha estructurado en cuatro etapas bien definidas. Acompañando a cada etapa, se ha elaborado un cronograma detallado para garantizar un control preciso del tiempo y del proceso de investigación.

Fases	Tareas	Horas	SEP	OCT	NOV	DEC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	
Preparación	Visualización de la película Barbie	12	█											
	Definición del tema	2	█											
	Revisión bibliográfica	30			█									
	Definición de la metodología	4					█							
	Elaboración del índice	5				█								
Investigación	Investigación	80			█									
Redacción	Análisis y redacción	50						█						
	Presentación primer borrador	1										█		
	Revisión y edición	10										█		
Presentación	Preparación presentación	10										█		
	Presentación	3											█	
	TOTAL HORAS	207												

Figura 1: Cronograma de la organización del TFG.
Fuente: Elaboración propia.

La primera fase se enfoca en la preparación del trabajo, comenzando con el análisis de la película *Barbie* (2023, Gerwig) para identificar aspectos clave del vestuario y delimitando el enfoque del estudio. Se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva y se seleccionarán herramientas y métodos de análisis adecuados, organizando el índice del TFG de manera lógica.

La segunda fase consiste en la recopilación y análisis de información, incluyendo la visualización de entrevistas y documentales, y el estudio detallado del vestuario por personaje, escena y contexto. También se analizará la colaboración con Chanel y su impacto en la película.

La tercera fase es la redacción del TFG, se seguirá el índice previamente elaborado, incluyendo citas y referencias según normas APA, y se revisará el borrador con la tutora para mejorar la calidad de la redacción.

La cuarta fase implica la preparación y presentación del TFG ante el tribunal, se elaborará una presentación visual concisa y se practicará la exposición oral para una defensa clara y convincente del trabajo.

2. El diseño de vestuario.

El diseño de vestuario es un arte que se encarga de crear la apariencia visual de los personajes en una producción, ya sea teatral, cinematográfica o de otro tipo, de esta manera lo define la diseñadora de vestuario Deborah Nadoolman Landis en su libro *'Diseño de vestuario. Definir el personaje'* (2014).

Nadoolman (2018) agrega que “el diseño de vestuario se muestra como una forma de arte vibrante, moderna y cinética... es el/la diseñador/a de vestuario en colaboración con el actor/a quien crea el personaje” (p. 93). Por tanto, el objetivo del diseño de vestuario es comunicar de forma no verbal la identidad, el estado de ánimo, la época y la cultura del personaje, así como su función narrativa dentro de la historia. Para ello, el/la diseñador/a de vestuario trabaja en estrecha colaboración con el/la director/a, el/la escenógrafo/a y otros miembros del equipo creativo para desarrollar una visión integral de la producción. De esta manera, el diseño de vestuario es una colaboración creativa que va más allá de la simple elección de ropa.

El diseño de vestuario es una pieza vital en la creación cinematográfica, donde cada prenda y accesorio actúa como un medio para dar forma a los personajes y promover el desarrollo de la trama. Deborah L. Scott y Mayes Rubeo, diseñadoras de vestuario de *Avatar* (Cameron, 2009), destacan que el vestuario comunica la personalidad de los personajes al público y ayuda a los actores a transformarse en personas creíbles en la pantalla.

Además, más allá de constituir su estética visual y su personalidad, el vestuario también ayuda a definir el viaje emocional de los personajes. En *Dreamgirls* (Condon, 2006), el diseñador Sharen Davis utiliza el vestuario para reflejar la evolución de un grupo de cantantes desde sus humildes comienzos hasta la fama mundial, demostrando cómo la ropa puede ser un símbolo de transformación y crecimiento.

Por otra parte, el vestuario también puede establecer la época y el lugar de la historia, ya que no se limita a reflejar la moda actual, sino que también abarca una amplia gama de estilos, desde trajes históricos hasta atuendos de fantasía. Por ejemplo, en *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (Columbus, 2001), la diseñadora Judianna Makovsky fusionó uniformes escolares tradicionales con elementos modernos para dar vida al mundo mágico de Hogwarts.

2.1. Breve historia del diseño de vestuario en el cine.

El diseño de vestuario desempeña un papel crucial en la construcción de la identidad de los personajes y en la experiencia del espectador/a. Max Rée, un destacado diseñador de la época dorada de Hollywood, enfatizó la necesidad de una concepción clara de la

personalidad del personaje al diseñar su vestuario. Según Rée, el vestuario comunica aspectos fundamentales de la identidad y la psicología del personaje (Nadoolman, 2007). El vestuario cinematográfico revela la percepción del personaje sobre su cuerpo, posición social, creencias y gustos personales, fortaleciendo así la narrativa de la película.

En la década de 1930, Hollywood experimentó un auge creativo y comercial que marcó un punto de inflexión en el diseño de vestuario cinematográfico. Durante esta época, el vestuario no solo complementaba la narrativa de las películas, sino que también influía en la moda de la época. Un ejemplo icónico es el vestido diseñado por Gilbert Adrian para Joan Crawford en *Letty Lynton* (Brown, 1932), que se convirtió en un símbolo de estilo y elegancia, generando una demanda masiva de reproducciones (Nadoolman, 2007).



Figura 2: Joan Crawford con el vestido diseñado por Gilbert Adrian para “*Letty Lynton*” (Brown, 1932)

Extraído de: https://64.media.tumblr.com/8fda6d5f3cfc002f45a9f659496ee2ae/tumblr_mm53dcimHD1ql7qzio1_400.jpg

Desde entonces, el diseño de vestuario ha evolucionado reflejando cambios sociales, tecnológicos y de moda, estableciendo un diálogo constante entre el cine y la moda (Backer, 2008).

Durante el auge del Studio System en Hollywood, el cine moldeaba las aspiraciones del público y consolidaba el culto a la estrella. Los/as diseñadores/as de vestuario eran esenciales en la creación de la identidad visual de las estrellas, generando una demanda de réplicas de los vestidos usados en pantalla. Este vínculo entre cine y moda se promovía a través de estrategias comerciales y revistas especializadas, que influían en la moda del momento (Morin, 1972).

Diseñadores/as como Adrian y Edith Head destacaban que el vestuario para cine seguía directrices dramáticas y técnicas específicas, creando un estilo distintivo que influía en el público. Las estrellas de cine, símbolos de aspiraciones y deseos, popularizaban las tendencias a través de la pantalla y medios especializados. La colaboración entre diseñadores/as de moda y cine intensificó esta conexión, como la de Hubert de Givenchy con Audrey Hepburn (Nadoolman, 2007). Como ejemplo de sus tantas colaboraciones encontramos el vestido que lució Audrey en *Sabrina* (Wilder, 1954).



Figura 3: Collage del boceto diseñado por Givenchy para Audrey Hepburn y foto de Audrey Hepburn con el vestido final.

Fuente: Elaboración propia.

El declive del sistema de estrellato y el surgimiento de nuevos centros de influencia, como Londres, marcaron un cambio en la relación entre cine, moda y celebridad. Figuras como Mary Quant promovieron una estética juvenil y rebelde. Aunque otras formas de entretenimiento ganaron terreno, el cine siguió siendo un medio poderoso para la moda, con colaboraciones entre diseñadores/as y cine que consolidaron tendencias (Wright, 2007).

El diseño de vestuario ha evolucionado junto con la industria cinematográfica, adaptándose a estilos y necesidades de cada época. La importancia del vestuario fue reconocida oficialmente en 1948 con la creación de una categoría en los Premios de la Academia para premiar a los diseñadores/as (Bermeo, 2017).

2.2. La función narrativa y descriptiva del diseño de vestuario.

El diseño de vestuario en el cine no solo cumple una función estética, sino que desempeña un papel crucial en la construcción de la identidad de los personajes y en la experiencia del público. Desde los primeros años del cine, los/as diseñadores/as de

vestuario han comprendido la importancia de sus creaciones en la configuración de la personalidad de los personajes que visten (Nadoolman, 2007).

Carlos Figueiredo y Alexandra Cabral (2019) afirman que “el vestuario es un elemento primordial de la narrativa cinematográfica, siendo un elemento fundamental para la construcción de los personajes y el drama de la ficción cinematográfica” (p. 31). Además, el vestuario cinematográfico también revela la percepción del personaje sobre su cuerpo, posición social, creencias religiosas o políticas, e incluso sus gustos personales, contribuyendo a fortalecer la identidad del personaje y enriquecer la narrativa de la película. La diseñadora de vestuario Deborah Nadoolman Landis (2007) destaca que el vestuario puede transmitir información al espectador incluso antes de que los personajes pronuncien una sola palabra.

En películas como *Vértigo* (Hitchcock, 1958) y *La Strada* (Fellini, 1954), el diseño de vestuario se utiliza para transmitir información sobre los personajes y su entorno social. Por ejemplo, en *La Strada*, los trajes desgastados de Gelsomina y Zampano reflejan su condición económica y el mundo en el que viven, fortaleciendo la naturaleza neo-realista de la película. En *Vértigo*, los detalles del vestuario, como los zapatos, establecen jerarquías entre los personajes y transmiten significados simbólicos clave para la trama.

El diseño de vestuario trasciende su función meramente estética, convirtiéndose en un relator silencioso que no solo embellece la pantalla, sino que también profundiza en la psicología de los personajes y en la trama de la película. En *Titanic* (Cameron, 1997), el traje inicial de Rose revela su encarcelamiento en un mundo de rigidez, mientras que su evolución hacia la libertad se refleja en un vestido final de colores claros y telas livianas (Roffe, 2016).

Cruz Bermeo (2017) menciona que “el vestido cumple un rol central por ser una metáfora visual para la identidad” (p. 133). Esta capacidad de transmitir información de manera visual y simbólica hace que el vestuario sea un componente esencial de la narrativa visual del cine. Deborah Nadoolman Landis (2018) refuerza esta idea al afirmar que “el vestuario en el cine sirve para contar la historia y definir a los personajes. A través de la elección de colores, estilos y texturas, el vestuario puede indicar sutilmente la personalidad y la evolución de los personajes, así como separar diferentes mundos dentro de la narrativa” (p. 95).

2.3. El/la diseñador/a de vestuario.

El/la diseñador/a de vestuario desempeña un papel esencial en la creación y desarrollo de los personajes dentro de una narrativa cinematográfica. Trabaja en estrecha colaboración con el/la director/a y los/las actores/actrices para dar vida a los personajes a través de su indumentaria, abarcando desde los protagonistas hasta los extras. Este rol

implica la concepción y materialización de cada atuendo presente en la película. El proceso de creación de vestuario es complejo e involucra una investigación detallada y una comprensión profunda del guion y los personajes. Según Nadoolman (2014), el/la diseñador/a de vestuario estudia el guion, realiza investigaciones históricas y crea la 'biblia de vestuario', que contiene referencias visuales y notas detalladas. Este proceso asegura que cada prenda refleje adecuadamente las experiencias y el arco dramático del personaje.

El envejecimiento y desgaste del vestuario, junto con la elaboración de un libro de continuidad, son cruciales para garantizar la coherencia visual a lo largo de la película. La sostenibilidad es también un aspecto importante del trabajo del/la diseñador/a de vestuario. Deborah Nadoolman Landis (2018) enfatiza que los/las diseñadores/as de vestuario son recicladores/as y *upcyclers*¹ originales; después de que una película termina de rodarse, todas las prendas se limpian, se colocan en el *stock* de vestuario y se reutilizan para nuevos roles.

Los/las diseñadores/as de vestuario no solo colaboran estrechamente con el/la director/a, el/la director/a de fotografía y el/la diseñador/a de producción, sino que también se sumergen en la investigación para comprender a fondo el contexto y la época en la que se desarrolla la historia. Desde visitar locales reales hasta explorar archivos históricos, su objetivo es crear un vestuario auténtico. El/la diseñador/a de vestuario tiene que poner mucho esfuerzo creativo e investigativo en la creación para proporcionar la ropa adecuada para un rol particular, ya que el vestuario refleja el lugar y la época de la obra (Schumm et al., 2012).

El/la diseñador/a de vestuario no solo se preocupa por el diseño de los atuendos, sino también por su organización. Esto implica encontrar las piezas de ropa necesarias en el mercado para ser prestadas, compradas, o confeccionarlas o fabricarlas por encargo (Schumm et al., 2012). En la elección y fabricación de los vestuarios, los/las diseñadores/as deben considerar la apariencia, personalidades, tipos de cuerpo, estilos de maquillaje y peinados de los/las actores/actrices (Jung & Kim, 2015).

Por tanto podemos decir que el papel del/la diseñador/a de vestuario no se limita a la creación de ropa atractiva, sino que despliega una labor multidisciplinaria, implicando una profunda comprensión del personaje, su contexto histórico, social y psicológico, para lograr una representación visual coherente y significativa (Pérez-Rufí y Pérez-Rufí, 2018).

¹ *Upcyclers*: Personas que transforman objetos desechados en productos de mayor valor o utilidad mediante modificaciones creativas.

3. Barbie: “Tú puedes ser lo que quieras ser”.

El nacimiento de Barbie se remonta a una combinación de visión comercial, inspiración europea y un deseo de ofrecer algo novedoso en el mercado de juguetes. La historia comenzó en 1938, cuando el matrimonio formado por Elliot y Ruth Handler se trasladó a Los Ángeles. Allí, en 1945, fundaron la empresa Mattel, que inicialmente se centraba en la fabricación de marcos para cuadros pero que pronto diversificó su producción hacia los juguetes, influenciada por la intuición y creatividad de Ruth (Tosa, 1999).

La idea de Barbie surgió de una observación cotidiana. Ruth notó que su hija Barbara pasaba horas jugando con muñecas de papel, recortando y diseñando ropa para ellas. Esta observación llevó a Ruth a imaginar una muñeca que permitiera a las niñas proyectarse en roles futuros. La autora y oradora motivacional Robin Gerber (2020), escribió: “Ruth Handler se dio cuenta de que las niñas querían jugar a ser adultas y necesitaban una muñeca que representara esa fantasía. Viendo a su hija Barbara jugar con muñecas de papel, Ruth tuvo la idea de crear una muñeca tridimensional con características adultas, algo que la industria del juguete no había ofrecido antes” (p. 42).

La inspiración directa para Barbie provino de un viaje a Europa, donde Ruth Handler descubrió una muñeca alemana llamada Bild Lilli. Esta muñeca tenía un estilo adulto que Ruth consideró perfecto para su proyecto. “La inspiración directa para Barbie provino de una muñeca alemana llamada Bild Lilli, que era originalmente una figura para adultos basada en un personaje de tiras cómicas” (Wright, 2003, p. 29).



Figura 4: Muñeca Bild Lilli de 1955 de Alemania con un vestido azul y lunares blancos.

Fuente: Barbie Forever. Robin Gerber.

El primer prototipo de Barbie, nombrada así en honor a la hija de Ruth, Barbara, fue presentado el 9 de marzo de 1959 en la Feria Internacional del Juguete de Nueva York. Barbie debutó como una “modelo adolescente de moda” de once pulgadas y media,

capturando rápidamente la atención y la imaginación de millones de niños en todo el mundo.

Ruth Handler no solo se destacó por su visión en el diseño de Barbie, sino también en su comercialización. Optó por anunciar la muñeca en televisión durante el popular programa infantil Mickey Mouse Club, dirigiendo la publicidad directamente a las niñas en lugar de a sus padres. Esta estrategia resultó ser un gran éxito y contribuyó significativamente al dominio de Barbie en el mercado. “Ruth apostó por la publicidad en televisión, algo inusual en la época, dirigiendo los anuncios directamente a las niñas en lugar de a sus padres, lo que resultó ser un gran éxito” (Gerber, 2020, p. 19; Tosa, 1999, p. 13).

El modelo de negocio implementado por Ruth también fue innovador. Inspirada por su experiencia al comprar la muñeca Lilli, donde cada conjunto de ropa venía con una muñeca adicional, Ruth decidió que Barbie debería venderse con un amplio vestuario y accesorios disponibles por separado. Esto no solo permitía a las niñas personalizar su muñeca, sino que también fomentaba la venta de múltiples productos relacionados. “Ruth llegó a la conclusión de que el modelo de ‘navaja y cuchilla’ tendría mucho más sentido. Deja que las niñas tengan una muñeca, y comprarán mucha ropa para vestirla” (Gerber, 2020, p. 44).

Barbie se estableció rápidamente como un icono cultural y un referente en la industria de los juguetes. A lo largo de las décadas, no solo se adaptó a las tendencias de la moda, sino que también se diversificó para incluir muñecas de diferentes etnias y culturas. Barbie se transformó en una plataforma para que las niñas exploraran una variedad de profesiones, desde astronauta hasta cirujana, reflejando los cambios en las oportunidades profesionales disponibles para las mujeres (Spencer, 2019). “Barbie empezó como modelo de moda adolescente, pero ha recorrido un largo camino desde ese primer trabajo, y todavía tiene un largo camino por recorrer. Las ‘carreras’ de Barbie han reflejado no sólo la amplia gama de papeles de las mujeres en el mundo, sino también sus aspiraciones” (Gerber, 2020, p. 90).



Figura 5: Collage de algunas de las carreras de Barbie. De izquierda a derecha: Barbie enfermera (1961), Barbie astronauta (1965), Barbie estrella del rock (1986), Barbie policía (1993), Barbie directora de cine (2015). Fuente: Elaboración propia.

Desde su lanzamiento, Barbie ha mantenido su posición como una de las muñecas más vendidas del mundo, contribuyendo significativamente a las ventas anuales de Mattel y dejando una marca indeleble en la cultura popular. “Entre 1961 y 1965, las ventas de Mattel se duplicaron a 100 millones de dólares. Hoy en día se vende una muñeca Barbie aproximadamente cada medio segundo en algún lugar del mundo, y contribuye con alrededor de 1.5 mil millones de dólares al año a las ventas anuales de Mattel” (Gaudio, 2011, p. 18).

3.1. Repaso de las muñecas Barbie y su vestuario (desde 1959 hasta 2010).

Barbie ofrecía a las niñas la oportunidad de soñar con un estilo de vida glamuroso y sofisticado (Tosa, 1999). El primer modelo de Barbie llevaba un traje de baño a rayas blancas y negras, complementado con gafas de sol blancas, sandalias negras y pendientes dorados de aro. Esta muñeca marcó el comienzo de una nueva era en el diseño de juguetes (Gerber, 2020). Gerber comentó: “El diseño inicial de Barbie era una revolución en sí mismo, estableciendo una base para futuras innovaciones” (Gerber, 2020, p. 10). Carol Spencer, la propia diseñadora de moda de Barbie, también destaca: “El traje de baño a rayas blancas y negras de Barbie es un icono atemporal que simboliza el nacimiento de una nueva era en el diseño de juguetes” (Spencer, 2019, p. 5).



Figura 6: Barbie Número 1 (1959) con su caja de venta original.
Fuente: Barbie, 40 años de Fantasía. Marco Tosa.

Durante los años 60, Barbie comenzó a reflejar las tendencias de la alta moda y las diversas oportunidades profesionales para las mujeres. Uno de los momentos destacados fue su traje de astronauta en 1965, anticipándose al alunizaje de 1969. Spencer señaló: “El traje de astronauta de Barbie fue un testimonio del espíritu pionero de la época, prediciendo eventos históricos antes de que sucedieran” (Spencer, 2019, p. 14).

Además, el estilo de Jackie Kennedy influyó significativamente en los diseños de Barbie, con atuendos que reflejaban la elegancia de la Primera Dama de Estados Unidos, como por ejemplo el modelo “Red Flare”. Spencer comentó: “La influencia de Jackie Kennedy en la moda de Barbie no puede subestimarse; su estilo marcó una era de elegancia y sofisticación” (Spencer, 2019, p. 19).

El vestuario de Barbie en estos primeros años ya insinuaba la futura sofisticación y glamour de su guardarropa. Había veintidós conjuntos en la primera colección de Barbie, incluyendo un vestido de novia de satén con tul, el “Commuter Set” con una chaqueta con falda a juego que recordaba a Chanel, y un conjunto de viaje llamado “Roman Holiday” (Gerber, 2020).



Figura 7: Collage de Barbie “Commuter Set” (1959-1960), Barbie “Red Flare” (1962-1965) y Barbie “Roman Holiday” (1959).

Fuente: Elaboración propia.

La década de los 70 trajo consigo un cambio hacia la moda más relajada y colorida, influenciada por la cultura hippie. Barbie adoptó un estilo más casual y moderno. La muñeca comenzó a usar atuendos que incluían faldas maxi, botas altas y conjuntos vibrantes (Spencer, 2019).

En 1971, Barbie adoptó una mirada más moderna y un estilo de vida californiano con la introducción de Malibu Barbie, que reflejaba el auge de la cultura surfera y el estilo de vida relajado de la costa oeste de Estados Unidos (Gerber, 2020). Este modelo llevaba un traje de baño azul celeste y tenía el cabello rubio y largo, simbolizando una imagen

juvenil (Gerber, 2020). Spencer (2019) apuntó: “Malibu Barbie capturó perfectamente el espíritu de la juventud californiana, con su estilo relajado y soleado” (p. 29).

En 1977, se lanzó Barbie Superstar, que presentaba un nuevo rostro con grandes ojos brillantes y una sonrisa más amplia, inspirada en las celebridades de la época, como Farrah Fawcett-Majors (Tosa, 1999). El autor Marco Tosa mencionó: “La llegada de Barbie Superstar fue un reflejo del deseo de Mattel de capturar la esencia de las estrellas de Hollywood, haciendo que Barbie brillara con un glamour sin igual” (Tosa, 1999, p. 36).



Figura 8: Collage de Barbie Malibu (1971), Barbie Superstar (1977) y Barbie Live Action (1971).
Fuente: Elaboración propia.

Los años 80 fueron una época de glamour y exceso, reflejados en los vestidos de fiesta. La moda de esta década se caracterizó por colores audaces, telas brillantes y un estilo que combinaba la elegancia con la extravagancia (Spencer, 2019). La moda de Barbie en los años 80 también se caracterizó por la inclusión de una variedad de trajes que reflejaban las tendencias de la cultura pop y la moda de la época. La diseñadora de moda de Barbie, Carol Spencer, escribió: “Barbie en los años 80 era una declaración de moda; sus vestidos brillantes y trajes de poder simbolizaban la era del exceso y la opulencia” (Spencer, 2019, p. 35).

Barbie Dream Date, lanzada en 1982, llevaba un vestido de noche brillante y voluminoso, reflejando las tendencias de moda de la época que incluían colores vivos y estilos extravagantes (Gerber, 2020). En 1985, Barbie Day-to-Night mostró la dualidad de la vida profesional y social de las mujeres de la época, con un conjunto que se transformaba de un traje de oficina a un vestido de noche (Gerber, 2020).



Figura 9: Collage de Barbie Dream Date (1982) y Barbie Day-to-Night (1985).
Fuente: Elaboración propia.

En los 90, Barbie continuó evolucionando para mantenerse al día con las tendencias de la moda contemporánea. Los conjuntos deportivos y la ropa casual reflejaban la creciente versatilidad y modernidad de la moda femenina. Además, Barbie comenzó a representar una variedad de profesiones, desde médico hasta piloto, inspirando a las niñas a soñar en grande (Spencer, 2019). Spencer (2019) destacó: “La versatilidad de Barbie en los años 90 reflejaba los cambios en la sociedad, con la muñeca asumiendo roles cada vez más diversos y modernos” (p. 42).

En 1992, se lanzó Totally Hair Barbie, que tenía el cabello más largo de cualquier Barbie hasta ese momento, permitiendo a las niñas experimentar con diferentes estilos de peinado (Tosa, 1999). Este modelo se convirtió en uno de los más vendidos de la historia de Barbie. Tosa (1999) subrayó: “Totally Hair Barbie no solo se convirtió en un éxito de ventas, sino que también marcó un punto de inflexión en la personalización y la moda para las niñas” (p. 49).

Barbie no solo se limitó a la moda contemporánea, sino que también incursionó en el mundo de la fantasía. Su línea Dreamtopia incluye sirenas, hadas y princesas, además de osos y unicornios (Gerber, 2020). Esta expansión reflejó el deseo de Mattel de ampliar el universo de Barbie para incluir una variedad más rica de historias y experiencias. Gerber (2020) indicó: “La línea Dreamtopia permitió a las niñas explorar un mundo de imaginación sin límites, donde Barbie podía ser cualquier cosa, desde una princesa hasta una sirena” (p. 64).



Figura 10: Collage de Barbie Hot Skatin' (1994), Barbie Totally Hair (1992), Barbie Magic Hair (1993).
Fuente: Elaboración propia.

El nuevo milenio trajo innovaciones tecnológicas a la línea de Barbie. En el 2000, se lanzó Jewel Girl Barbie, que presentaba una mayor articulación y ropa más realista y detallada (Gerber, 2020). La moda de Barbie en esta década reflejaba las tendencias contemporáneas con ropa más urbana y casual, siguiendo las influencias de la moda de la calle y las celebridades de Hollywood. Además, en 2001 Barbie estrenó su primer largometraje animado “*Barbie en el Cascanueces*” (Hurley, 2001), a partir de este año Mattel empezó a lanzar muñecas inspiradas en las películas.

Este periodo también marcó un esfuerzo por incluir diferentes tipos de cuerpo, etnias y estilos de vida en la línea de muñecas, buscando representar una amplia gama de experiencias y aspiraciones. Gerber (2020) resaltó: “La inclusión de diferentes tipos de cuerpo y etnias en la línea de Barbie fue un paso significativo hacia la representación de una sociedad más diversa y realista” (p. 78).



Figura 11: Collage de Barbie Jewel Girl (2000), Barbie Cali Girl (2003), Barbie The princess and the Pauper (2004). Fuente. Elaboración propia.

Desde su creación, Barbie ha sido un espejo de las tendencias de moda y los cambios culturales de cada década. A través de sus múltiples transformaciones en el vestuario, ha sabido mantenerse relevante y sigue siendo un ícono de estilo y glamour. Como señaló Gerber (2020), “Barbie estaba destinada desde el principio a tener un hermoso guardarropa. Era la creación de Ruth Handler, y Ruth amaba la moda. Cada foto de Ruth de los años 50 la mostraba con ropa elegante que resaltaba su figura” (p. 106). Finalmente, Spencer (2019) concluyó: “Barbie no solo ha seguido las tendencias de moda, sino que también ha ayudado a crearlas, convirtiéndose en un símbolo atemporal de estilo” (p. 50).

3.2. El papel de Barbie en la construcción y evolución de los estándares de belleza.

Desde su creación en 1959, Barbie ha sido una figura icónica que ha influido en los estándares de belleza y la percepción del cuerpo femenino en la sociedad. Su evolución a lo largo de las décadas refleja tanto los cambios en la moda como las transformaciones en los ideales de belleza.

Barbie debutó con un estilo que capturaba la esencia de la elegancia y la moda de los años 50. Su creadora, Ruth Handler, imaginó a Barbie como una muñeca que pudiera inspirar a las niñas a soñar con ser cualquier cosa que desearan (Spencer, 2019). Esta visión inicial estableció un estándar de belleza que combinaba elegancia y sofisticación. Sin embargo, Barbie presentaba un único tipo de cuerpo delgado con una cintura extremadamente pequeña, piernas largas y pechos prominentes. Este ideal de belleza homogéneo se mantuvo sin cambios significativos durante años, influenciando la percepción de la autoimagen de numerosas generaciones de niñas (Gerber, 2020).

Para muchos, durante décadas Barbie representó un ideal de perfección problemático. Las proporciones corporales de la antigua Barbie, que eran prácticamente inalcanzables para la mayoría de las mujeres, han sido objeto de controversia y debate, con argumentos que señalan su contribución a problemas de imagen corporal y autoestima. Este ideal de perfección ha sido fuente de debate sobre su impacto en la autoimagen de las niñas. “El diseño del cuerpo de Barbie tuvo un propósito pragmático, pero hubo factores además de sus notoriamente inalcanzables medidas que, a lo largo de los años, han causado que la muñeca se asocie con problemas de imagen corporal poco saludables en las mujeres” (Gaudio, 2011, p. 5).

Con el paso del tiempo, la sociedad comenzó a cuestionar los efectos de estas representaciones en la autoimagen y autoestima de las niñas. Las críticas se centraban en cómo Barbie podría fomentar expectativas poco realistas sobre el cuerpo femenino y contribuir a problemas de imagen corporal. La preocupación por estas representaciones llevó a debates sobre la necesidad de incluir muñecas que reflejaran una diversidad mayor de formas y tamaños corporales (Wright, 2003).

A pesar de las críticas, Barbie ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias y mantener su relevancia comercial, actualmente sigue siendo una figura poderosa en la cultura popular. “Es verdad que los tiempos han cambiado y que Barbie, a diferencia de muchos otros modelos lúdicos, se ha adecuado con rapidez a las nuevas tendencias para seguir siendo comercialmente competitiva y continuar aumentando su éxito popular.” (Tosa, 1999, p. 3). Esta capacidad de adaptación ha permitido que Barbie continúe siendo un icono cultural.

Finalmente, en respuesta a estas críticas y a la demanda de mayor diversidad e inclusión, Mattel, la compañía detrás de Barbie, inició una serie de cambios significativos. En 2016, se lanzó la serie de muñecas Barbie Fashionistas, que introdujo nuevas figuras corporales para la muñeca, marcando un cambio drástico en su línea de productos. Barbie comenzó a estar disponible en cuatro tipos de cuerpos diferentes: original, curvilínea, pequeña y alta. Esta expansión tenía como objetivo reflejar una variedad más amplia de formas corporales y hacer que más niñas se sintieran representadas y validadas (Gerber, 2020).



Figura 12: Serie de muñecas Barbie Fashionistas lanzada en 2016.

Fuente: https://m.media-amazon.com/images/I/71P+zACnATL._AC_UF894,1000_OL80_.jpg

Además de la diversificación corporal, Barbie también ha evolucionado en términos de inclusión étnica y cultural. Durante muchos años, Barbie fue criticada por su falta de diversidad étnica. Aunque se introdujeron muñecas de diferentes etnias, a menudo solo variaban en el color de piel, manteniendo las mismas características faciales y corporales que la Barbie original. Kimberly Culmone, vicepresidenta y directora global de diseño de Barbie, explicó que esta diversificación era crucial para mantener a Barbie relevante y a la vanguardia de la innovación en juguetes. La misión era crear una línea de productos que no solo representara diferentes tipos de cuerpos sino que también

incorporara diversos tonos de piel, colores de ojos y estilos de cabello (Gerber, 2020). “La diversidad y la inclusión se convirtieron en las principales preocupaciones de los diseñadores” (Gerber, 2020, p. 95).

Actualmente, la evolución de Barbie en la década de 2020 ha continuado con un enfoque en la inclusión y la sostenibilidad. Mattel ha lanzado muñecas con discapacidades físicas, como Barbie en silla de ruedas y Barbie con una prótesis, para reflejar mejor la diversidad del mundo real. Además, se han hecho esfuerzos para utilizar materiales más sostenibles en la producción de las muñecas y sus vestuarios, alineándose con las preocupaciones ambientales contemporáneas (Spencer, 2019). Este esfuerzo por representar a más personas a través de la muñeca ha sido fundamental para su relevancia continua.



Figura 13: Collage de Barbie Fashionistas con silla de ruedas, con prótesis y con Síndrome de Down.
Fuente: Elaboración propia.

Barbie ha sido un reflejo y un moldeador de los estándares de belleza a lo largo de los años. Mattel ha intentado adaptarse a los cambios en las percepciones sociales sobre la belleza y el papel de la mujer, tomando medidas significativas para diversificar la apariencia de Barbie. Esta evolución no solo responde a una demanda por una mayor inclusión, sino que también refleja un cambio cultural hacia una aceptación más amplia de diversos tipos de belleza (Wright, 2003). Sin embargo, a día de hoy las críticas persisten sobre los ideales de belleza que puede perpetuar.

3.3. *Barbie*, la película de Greta Gerwig.

La película *Barbie*, dirigida y escrita por Greta Gerwig y coescrita con Noah Baumbach, es una exploración del icónico personaje de Mattel. Gerwig, quien creció en un hogar donde su madre era “un poco cautelosa con Barbie”, decidió abordar este proyecto con una mezcla de nostalgia y crítica constructiva (Gerwig, 2023). La historia sigue a Barbie, interpretada por Margot Robbie, y a Ken, interpretado por Ryan Gosling, en un mundo lleno de color y humor. Gerwig mencionó que la atracción de Barbie para ella provino en parte de la “intriga” y la limitación de su acceso en la infancia, lo que hizo que la muñeca fuera aún más fascinante (Gerwig, 2023).

La narrativa de la película aborda las contradicciones inherentes a la figura de Barbie. Desde su creación en 1959, Barbie ha sido tanto un símbolo de aspiraciones femeninas como un ejemplo de estándares de belleza inalcanzables y Gerwig era consciente de las múltiples interpretaciones y críticas que rodean al personaje. En una escena significativa, Barbie se enfrenta a una adolescente que la acusa de haber retrasado el avance de las mujeres, reflejando las críticas que el personaje ha enfrentado a lo largo de los años (Gerwig, 2023). La película no esquiva estas controversias; al contrario, las aborda de frente, presentando a Barbie como un personaje complejo. Gerwig quería que la película sorprendiera a la audiencia, haciéndoles reír y luego, inesperadamente, llorar. Según ella, “en lugar de rechazar todas las complicaciones y las cosas que parecían espinosas, simplemente corrimos hacia ellas” (Gerwig, 2023).

La realización de la película fue un proceso colaborativo y lleno de creatividad. Margot Robbie compartió su entusiasmo por el proyecto y su compromiso con el papel de Barbie. “Yo produje la película, así que supongo que me elegí a mí misma”, dijo Robbie sobre su participación, resaltando su implicación desde el principio (Robbie, 2023).

El rodaje en locaciones como Venice Beach fue desafiante. Durante una escena de patinaje, los actores experimentaron en la vida real las dinámicas de atención y objetificación que sus personajes vivían en la ficción. Según Gerwig, la reacción del público hacia Robbie y Gosling durante el rodaje fue paralela a la de sus personajes en la pantalla. “La gente no podía dejar de mirarlos, era como si estuvieran viendo a las propias muñecas Barbie y Ken en la vida real” (Gerwig, 2023).

El éxito visual y estético de *Barbie* (Gerwig, 2023) se debe en gran medida al departamento artístico, que incluye diseño de producción, vestuario, maquillaje y peluquería. Sarah Greenwood y Katie Spencer, diseñadora y decoradora de sets respectivamente, detallan los desafíos y la creatividad implicados en este proyecto. La recreación de la *Dreamhouse* y otros icónicos escenarios de Barbie requirieron una gran atención al detalle y un diseño imaginativo. Greenwood mencionó que “cuando piensas en Barbie, piensas en rosa, piensas que eso va a ser sencillo, y no lo es en absoluto, es todo lo contrario en muchos niveles” (Greenwood & Spencer, 2023).

La escala también jugó un papel crucial en el diseño, con todos los objetos y escenarios reducidos en un 23% para mantener la sensación de “juguete”. “Las casas son un 23%

más pequeñas que en la vida real [...] y los coches también, porque cuando juegas con Barbie, siempre se queda un poco fuera del coche” (Greenwood & Spencer, 2023).



Figura 14: Collage de la *Dreamhouse* de Barbie.
Fuente: Elaboración propia.

El diseño de vestuario, liderado por Jacqueline Durran, fue esencial para darle vida a los personajes. Cada conjunto de Barbie y Ken fue cuidadosamente diseñado para reflejar sus personalidades y la evolución de la historia. Durran se inspiró en la moda de varias épocas, así como en los propios atuendos icónicos de Barbie a lo largo de los años. Uno de los trajes más emblemáticos de la película es el vestido de cuadros vichy rosa que usa Margot Robbie al comienzo del filme.

El maquillaje y los peinados eran fundamentales para capturar la esencia de cada personaje y asegurarse de que se vieran perfectos en cada escena. Ivana Primorac, la diseñadora de maquillaje y peluquería, creó estilos que permitían transformaciones mágicas y rápidas, como el cambio instantáneo de peinados entre escenas. “La clave del look de Barbie era esta cantidad imposible de pelo” (Robbie, 2023). Robbie destacó la importancia del maquillaje para lograr una apariencia impecable y casi irreal, mencionando que Greta Gerwig se inspiró en las películas antiguas de Technicolor para lograr una piel cremosa y uniforme. “Greta realmente le gustaba el look de estas películas antiguas de Technicolor donde tienen este aspecto cremoso en su piel” (Robbie, 2023).

La película *Barbie* (2023) de Greta Gerwig es un testimonio de cómo una visión artística clara y un equipo talentoso pueden transformar una idea en una gran obra cinematográfica. La película se ha convertido en una celebración de la nostalgia, la creatividad y la alegría pura. Como dijo Gerwig, “realmente lo hicimos por alegría, y creo que es realmente maravilloso verlo recibido de esa manera” (Gerwig, 2023).

4. Análisis del diseño de vestuario de la película *Barbie*.

Aunque la película presenta una variedad de personajes, este análisis se enfocará en el personaje de Barbie, ya que se presentan 11 versiones diferentes de Barbie en la película. Concretamente, el estudio se centrará en la Barbie Estereotípica, interpretada por Margot Robbie, por ser la versión de Barbie que cuenta con el mayor número de cambios de vestuario.

En *Barbie* (Gerwig, 2023), Margot Robbie lleva más de 20 cambios de vestuario a lo largo de la trama. Este despliegue de moda incluye una variedad de conjuntos que van desde lo retro y nostálgico hasta lo moderno y vanguardista, reflejando la evolución estilística de la muñeca Barbie.

Además de los numerosos cambios de vestuario, cada conjunto viene acompañado de peinados y accesorios. Por ejemplo, Robbie utilizó 48 pelucas y más de 20 complementos de pelo diferentes, como diademas, para lograr las distintas apariencias de Barbie.

4.1. El personaje de Barbie: características físicas y psicológicas.

En *Barbie* (Gerwig, 2023), se presentan 11 versiones diferentes de Barbie, cada una diseñada para representar una variedad de roles y profesiones, destacando la capacidad de Barbie para asumir múltiples identidades. Algunas de las Barbies destacadas incluyen: Barbie Estereotípica, Barbie Presidenta, Barbie Rara, Barbie Escritora, Barbie Física, Barbie Doctora, Barbie Abogada, Barbie Jueza, Barbie Sirena, Barbie Periodista y Barbie Diplomática.



Figura 15: Collage de las diferentes versiones de Barbie.
Fuente: Elaboración propia.

Estas Barbies no solo aportan diversidad al elenco, sino que también reflejan la evolución de los roles que Barbie ha desempeñado a lo largo de los años, desde su lanzamiento en 1959 hasta la actualidad. La inclusión de Barbies con discapacidades, como una Barbie con prótesis y una Barbie en silla de ruedas, también destaca el compromiso de la película con la representación inclusiva. Además, las versiones de Barbie como sirena y otros roles creativos añaden un elemento de fantasía y diversión.

La Barbie Estereotípica es la encarnación más reconocible de la muñeca clásica, personificada por Margot Robbie. Físicamente, Robbie presenta una figura esbelta, alta y estilizada, con pelo rubio y ojos azules, características que se alinean con la imagen tradicional de Barbie.

Psicológicamente, la Barbie Estereotípica representa el optimismo, la confianza y la empatía. A lo largo de la película, este personaje enfrenta desafíos que la llevan a cuestionar su identidad y propósito, mostrando una profundidad emocional que trasciende su apariencia superficial. Este viaje introspectivo añade una dimensión de vulnerabilidad y resiliencia, rompiendo con la imagen de perfección sin fallas y mostrando a Barbie como un modelo de superación personal.

La película introduce una diversidad de personajes de Barbie, cada uno con su propio estilo y personalidad distintivos, mostrando que la identidad de Barbie no está confinada a una sola imagen. A continuación, en esta tabla se detallan algunas de estas versiones:

Tabla 1. Descripciones de las diferentes versiones de Barbie.

Barbie Presidenta	Traje formal y sofisticado. Encarna el liderazgo y la política, destacándose por su inteligencia y determinación.
Barbie Científica	Bata de laboratorio y equipo científico. Representa la pasión por el conocimiento y la innovación.
Barbie Atleta	Ropa deportiva y físico atlético. Simboliza la fuerza, la dedicación y el espíritu competitivo.
Barbie Artista	Atuendos bohemios y creativos. Expresa la importancia de la creatividad y la libertad de expresión.
Barbie Empresaria	Trajes ejecutivos elegantes. Refleja la ambición y la capacidad de liderazgo en el mundo corporativo.
Barbie Ambientalista	Ropa sostenible y ecológica. Promueve la conciencia ambiental y el activismo.

4.2. Metodología de análisis del vestuario.

Este trabajo de fin de grado propone una metodología de análisis del vestuario cinematográfico que se basa en los principios establecidos por Rebecca Cunningham en su obra *The Magic Garment: Principles of Costume Design* (2019). Además, se complementa con los parámetros propuestos por Deborah Nadoolman Landis en su libro *Diseño de vestuario* (2014) y en el artículo *Diseño de vestuario. Definir el personaje*. (2014). La metodología desarrollada permitirá desglosar los elementos clave del diseño de vestuario, con el objetivo de analizar y comprender el vestuario de la película *Barbie* (Gerwig, 2023).

A continuación, se describen los parámetros de la metodología y se argumenta la importancia de cada uno en el diseño de vestuario, utilizando citas literales del texto de Cunningham y Nadoolman Landis para fundamentar cada punto:

Tabla 2. Descripción de los parámetros incluidos en la metodología del análisis y las citas que los argumentan.

Parámetros	Descripción	Citas
Bocetos y referencias	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentales para comprender la visión inicial del/la diseñador/a de vestuario y cómo esta se materializa en el producto final. 	<p>“Los bocetos sugieren las ideas principales del vestuario para cada personaje.” (Cunningham, 2019, p. 127)</p> <p>“El/la diseñador/a puede desarrollar una serie de bocetos antes de tomar la decisión final. Esto ayuda a visualizar y refinar el vestuario a lo largo del proceso de diseño.” (Cunningham, 2019, p. 129)</p>
Color	<ul style="list-style-type: none"> Comunica significados y emociones. Se seleccionan colores predominantes. Se realizan combinaciones de colores con impacto visual. 	<p>“El elemento más emocionante, poderoso y provocativo del diseño de vestuario es el color.” (Cunningham, 2019, p. 64)</p> <p>“La teoría del color es fundamental para el diseño de vestuario, la planificación de paletas de color agradables y la mezcla de colores en las telas requieren que el/la diseñador/a entienda la teoría básica del color.” (Cunningham, 2019, p. 73)</p>
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> La elección de materiales añade autenticidad. 	<p>“La elección de telas para el vestuario es crucial, ya que la tela</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de tejidos (sedas, lanas, algodones, sintéticos, etc.) • Innovaciones en materiales (nuevos tejidos y tecnologías) 	no solo debe apoyar el diseño visual del personaje, sino también ser funcional y adecuada para el actor y la producción en términos prácticos.” (Cunningham, 2019, p. 185)
Texturas	<ul style="list-style-type: none"> • Juegan un papel importante en la percepción visual y táctil del vestuario. • Superficie y acabado: rugoso, suave, brillante, mate, etc. • Patrones o estampados: añaden atractivo visual y pueden tener connotaciones simbólicas. 	<p>“La textura de un objeto son sus características superficiales táctiles.” (Cunningham, 2019, p. 82)</p> <p>“La textura puede ser lisa o rugosa, blanda o dura, con patrones o lisa, brillante o mate.” (Cunningham, 2019, p. 87)</p> <p>“Una forma especial de textura visual es el patrón.” (Cunningham, 2019, p. 85)</p>
Formas	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuyen a la caracterización de los personajes y al desarrollo de la narrativa. • Silueta y corte del vestuario. • Ajuste y caída de las prendas. 	<p>“El/la diseñador/a de vestuario establece la forma de la silueta para lograr el efecto deseado en cada personaje.” (Cunningham, 2019, p. 15)</p> <p>“El vestuario puede cambiar la figura del cuerpo de un actor para reflejar la época y la personalidad del personaje.” (Nadoolman Landis, 2014, p. 3)</p>
Complementos	<ul style="list-style-type: none"> • Completan el atuendo de los personajes. • Añaden capas adicionales de significado. • Elementos decorativos (joyas, sombreros, accesorios). 	“Los accesorios pequeños como zapatos, sombreros, guantes, bolsos, bastones y otros añaden interés visual y detalle al personaje y proporcionan posibilidades para la acción escénica.” (Cunningham, 2019, p. 129)
Simbolismo	<ul style="list-style-type: none"> • Puede revelar mensajes implícitos en el diseño, deseos inconscientes, e identidades ocultas. 	“Los colores y los estampados que usamos revelan nuestra personalidad. El vestuario puede proveer al público la información sobre la época, el lugar y la profesión de la gente en la historia.” (Nadoolman Landis, 2014, p. 9)

4.2.1. Bocetos y referencias.

El vestuario de Margot Robbie en *Barbie* (Gerwig, 2023) es una representación de la evolución estilística de la muñeca de Mattel. Para llevarlo a cabo se idearon bocetos iniciales y referencias basadas en un estudio de los catálogos y colecciones históricas de Barbie.

Las referencias abarcan diversas épocas, desde los estilos clásicos de los años 60 y 70 hasta la moda vibrante de los 80 y 90, llegando a las tendencias actuales. A continuación, se examinan algunos de los bocetos y las referencias directas a las muñecas originales.

En primer lugar, el traje de baño a rayas blanco y negro que lleva Margot Robbie al comienzo de la película es una clara referencia a la Barbie original de 1959. Este diseño es uno de los más reconocibles y su inclusión rinde homenaje a los comienzos de la muñeca.



Figura 16: Collage del boceto, el look final y la muñeca original de 1959.
Fuente: Elaboración propia.

Otro atuendo significativo es el vestido rosa de cuadros que Barbie luce para comenzar su “Perfect Day”. El boceto muestra un vestido de tirantes simple pero elegante, inspirado en los años 60, con un cinturón y una falda amplia.

Este atuendo se basa en la “Dancing Doll Barbie” de 1964. El vestido en la película es un fiel reflejo del original, con el mismo patrón de cuadros y el estilo acampanado.



Figura 17: Collage del boceto, el look final y la muñeca "Dancing Doll Barbie" de 1964.
Fuente: Elaboración propia.

El tercer boceto muestra un mono brillante, ajustado y de pierna ancha, adornado con lentejuelas que reflejan la luz. El conjunto fue diseñado para una fiesta y captura el glamour y la sofisticación característicos de Barbie.

Este traje se inspira en la "Golden Dream Barbie" de 1980, reconocible por su traje dorado. La versión cinematográfica mantiene la esencia, con una misma elección de materiales con acabado brillante.



Figura 18: Collage del boceto, el look final y la muñeca "Golden Dream Barbie" de 1980.
Fuente: Elaboración propia.

Otro boceto relevante es el del conjunto de patinaje inspirado en la muñeca "Hot Skatin' Barbie" de 1994. El atuendo deportivo con colores vivos y patrones llamativos resalta la diversión y la energía juvenil del personaje.



Figura 19: Collage del boceto, el look final y la muñeca "Hot Skatin' Barbie" de 1994.
Fuente: Elaboración propia.

Otra referencia significativa es el conjunto rosa de inspiración western. El vestuario vaquero rosa es una oda a la "Western Stampin' Barbie" de 1993. Con su chaleco, pantalones y sombrero blanco, el diseño encapsula la estética del salvaje oeste con un toque de fantasía.



Figura 20: Collage del boceto, el look final y la muñeca "Western Stampin' Barbie" de 1993.
Fuente: Elaboración propia.

Los bocetos y las referencias en *Barbie* (Gerwig, 2023) son un testimonio de la investigación de Jacqueline Durran hacia la historia y evolución de la muñeca. Cada atuendo no solo se adapta al personaje sino que también evoca nostalgia. Además, el uso de bocetos previos para la realización de los vestuarios muestra un proceso de

diseño bien pensado, asegurando que cada conjunto cumpla con las expectativas tanto de los fanáticos como de los nuevos espectadores.

4.2.2. Paleta de colores.

El color del vestuario juega un papel fundamental en la construcción de la identidad visual y simbólica. La paleta de colores de la película refleja la personalidad optimista y alegre del personaje Barbie, así como el universo brillante y colorido en el que habita.

El rosa se utiliza para resaltar la inocencia, alegría y la estética asociada con Barbie, ya que este color ha sido vinculado con la muñeca desde su creación. Por este motivo, es el color más utilizado en el vestuario de la película, incluyéndolo en una amplia gama de tonalidades, desde el rosa pastel (#FED2E6) hasta el fucsia vibrante (#E23E95). Además de reforzar la identidad de la marca, el rosa ayuda a crear un mundo de fantasía esencial para la narrativa de Barbie.



Figura 21: Collage de los atuendos en rosa y su paleta de colores.

Fuente: Elaboración propia.

El color azul, en sus diversas tonalidades, confiere serenidad y confianza a la paleta cromática. Se introduce en momentos de vulnerabilidad y cambio, destacando escenas que representan cambios significativos en la vida de Barbie.

Por ejemplo, en la escena donde Barbie descubre que Ken ha transformado Barbie Land, el azul pastel (#B9CEDE) de su vestido simboliza la tristeza y vulnerabilidad que siente, destacando su desamparo.

En contraste, el azul marino (#000080) se usa en atuendos más casuales, como el conjunto náutico que lleva Barbie a la playa, mostrando su faceta más relajada.

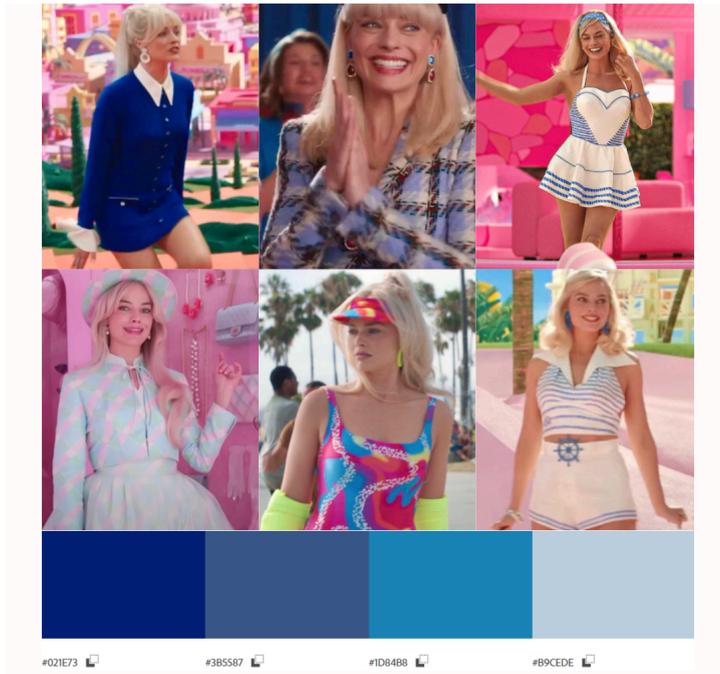


Figura 22: Collage de los atuendos en azul y su paleta de colores.
Fuente: Elaboración propia.

El blanco (#FFFFFF) es otro color predominante en el vestuario de Barbie, utilizado tanto en piezas principales como en detalles. Un ejemplo notable es el vestido con rayas horizontales en blanco y azul (#5D86BF), ideal para un entorno veraniego. Este uso del blanco también se observa en el clásico traje de baño de rayas en blanco y negro (#000000), que aporta un toque de sofisticación.

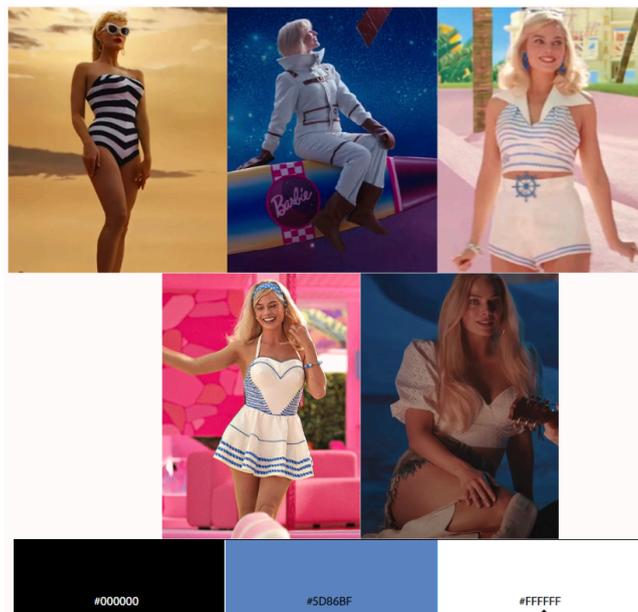


Figura 23: Collage de los atuendos en blanco.
Fuente: Elaboración propia.

El amarillo marca un nuevo comienzo y crecimiento personal, ya que el vestido amarillo pastel (#FFFFC6) que usa Barbie al final de la película simboliza la aceptación de su nueva identidad. Jacqueline Durran comentó que el vestido se diseñó para reflejar “una sensación de nostalgia y un guiño a la moda de la década de 1950” (Durran, 2023).



Figura 24: Collage del atuendo en amarillo con su color correspondiente.
Fuente: Elaboración propia.

Los colores terrosos y neutros son utilizados en la transformación final de Barbie a humana. Barbie se viste con una chaqueta marrón, una camiseta blanca y vaqueros, simbolizando su integración en el mundo real y su aceptación de la imperfección.

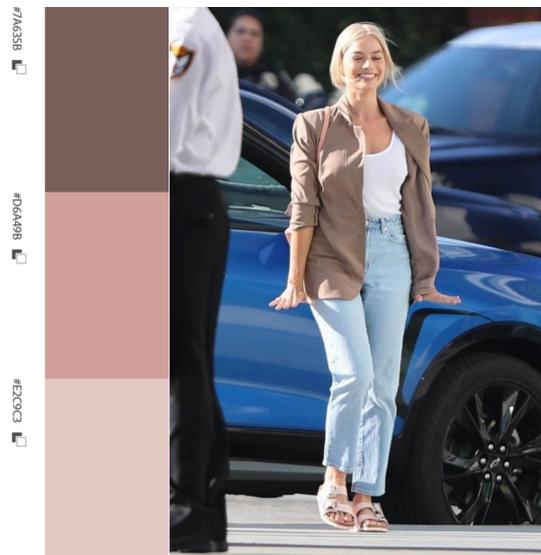


Figura 25: Collage del atuendo terroso y su paleta de colores.
Fuente: Elaboración propia.

Además de estos colores principales, la paleta de Barbie incluye tonos secundarios que añaden variedad. Detalles en colores brillantes que introducen un elemento de sorpresa y dinamismo. El verde neón (#C9F235), por ejemplo, se utiliza en conjuntos y accesorios, aportando un aire retro.



Figura 26: Collage del atuendo de patinaje y su paleta de colores.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Materiales, texturas y formas.

Entre los materiales utilizados, destaca el uso de telas guinga y de algodón, tejidos ligeros y transpirables que ofrecen comodidad. Por ejemplo, en varios conjuntos de día, como el vestido de cuadros rosa y el conjunto amarillo pastel, estos materiales permiten una movilidad fluida y una estética veraniega. Durrán mencionó que la textura y el patrón del vestido amarillo fueron seleccionados para dar una impresión de suavidad y accesibilidad, diferenciándolo del típico brillo y perfección plástica asociada a Barbie (Durrán, 2023).

En contraste, las telas metálicas, las lentejuelas y los brillos son materiales que añaden un toque de festividad. Un claro ejemplo es el mono de lentejuelas plateadas que Barbie lleva en una fiesta de noche. La superficie de las lentejuelas crea un acabado reflectante, ideal para momentos en los que Barbie necesita destacar.

Para los trajes más formales, sobre todo en los diseñados por la marca Chanel, como el traje a cuadros azul o el traje rosa que Barbie usa en asambleas o reuniones, se utilizan materiales como la lana o el tweed². La textura rugosa y el acabado mate de estos materiales contrastan con los elementos más brillantes del vestuario.

² Tweed: tela áspera de lana de aspecto rugoso, típicamente usada para prendas de vestir como chaquetas y abrigos.



Figura 27: Collage de trajes diseñados por Chanel.
Fuente: Elaboración propia.

Además, materiales como el spandex y la lycra, conocidos por su alta elasticidad, se utilizan en atuendos ajustados como el traje de patinaje neón, permitiendo libertad de movimiento y realzando la figura del personaje.

En cuanto a los patrones, se observan diversas tendencias. Las rayas, tanto horizontales como verticales, son comunes en trajes de baño y vestidos, como en el traje de baño de rayas negras y blancas, evocando un estilo náutico y clásico.

Los cuadros hacen eco de las tendencias de moda de las décadas pasadas. El uso de patrones de cuadros es evidente en varios conjuntos, como el vestido de tela cuadro Vichy rosa.



Figura 28: Collage de trajes con patrones de rayas y cuadros.
Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a las formas y cortes de los vestidos, las siluetas retro y clásicas, inspiradas en las décadas de 1950, 1960 y 1980 dominan muchos de los trajes, incluyendo monos acampanados, faldas plisadas y líneas A.

Por último, la evolución de los materiales, las texturas y formas a lo largo de la película también es significativa. A medida que Barbie enfrenta su crisis existencial, sus atuendos cambian de materiales brillantes y perfectos a texturas más naturales y formas menos estructuradas. Esto simboliza su evolución de una muñeca perfecta a un ser humano con imperfecciones.



Figura 29: Collage de evolución de los materiales, texturas y formas.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.4. Complementos.

Uno de los elementos recurrentes en los conjuntos de Barbie es el uso de joyería llamativa. En varias escenas, se observa a Barbie luciendo piezas de gran tamaño, como pendientes, pulseras y collares. Algunas de estas joyas, aunque no lo son, parecen de plástico, recordando a los accesorios que vienen con las muñecas Barbie reales.



Figura 30: Collage de complementos con apariencia plástica.
Fuente: Elaboración propia.

Además, la película muestra varios trajes de Chanel, complementados con joyas y accesorios de la misma marca, recordando la relación entre Barbie y la moda de lujo. Los trajes de Chanel son complementados con joyas elaboradas, como collares de perlas y broches.



Figura 31: Collage del collar de Chanel de la colección primavera/verano de 1995 y Margot Robbie llevándolo en la película.
Fuente: Elaboración propia.

El uso de sombreros y tocados es abundante. Los sombreros de ala ancha y los lazos grandes, hacen referencia a las modas de las décadas de 1950 y 1960. En particular, el sombrero de gran volumen en el atuendo de playa es un complemento que equilibra el volumen del traje corto. Los elementos decorativos en el pelo, como los lazos o las diademas, ayudan a crear una apariencia cohesiva, haciendo que cada detalle del conjunto parezca bien pensado.



Figura 32: Collage de los sombreros, tocados y lazos.
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, cabe destacar el uso de un calzado adecuado dependiendo del atuendo y del momento de la película. Los zapatos más usados son los tacones, sobre todo al principio de la película, ya que Barbie tiene los pies de puntillas, haciendo referencia a las muñecas reales, que fueron fabricadas con los pies arqueados desde 1959 hasta 2015. Además, este tipo de calzado alarga las piernas y mantiene una apariencia elegante.



Figura 33: Collage de Barbie con los pies en punta y los pies de la muñeca original de 1959.
Fuente: Elaboración propia.

Se utilizan todo tipo de tacones, los más usados son los de aguja, pero también aparecen cuñas, botas de tacón o el tacón bloque.



Figura 34: Collage de algunos de los tacones utilizados.
Fuente: Elaboración propia.

Los complementos también reflejan las diferentes etapas emocionales y de desarrollo del personaje. Al principio de la película, cuando Barbie está en su estado más idealizado y perfecto, los complementos son coordinados y pulidos. Las diademas, los cinturones decorativos y los zapatos perfectamente combinados con cada atuendo subrayan su perfección y su vida de ensueño en Barbie Land.

Conforme avanza la trama y Barbie comienza a enfrentar desafíos, los complementos se vuelven más simples. Durante su crisis existencial, Barbie opta por accesorios más sencillos y prácticos, reflejando su transición hacia una mayor humanidad e imperfección.

4.2.5. Simbolismos.

El vestuario en la película *Barbie* (Gerwig, 2023) no solo es un elemento clave en la estética visual de la película, sino que también cumple funciones simbólicas, narrativas y descriptivas. Desde la primera aparición de Barbie en pantalla, vestida con un traje de baño a rayas blanco y negro, gafas de sol y zapatos de tacón, queda claro el impacto de la moda en la película. Este atuendo inicial está inspirado en la primera muñeca Barbie de Mattel y según Durrán, su principal inspiración fue mantenerse fiel a la historia de Barbie, consultando los archivos de Mattel para encontrar atuendos adecuados para cada momento de la película.

Durrán destaca que Barbie está profundamente vinculada con la moda: “La forma en que juegas con ella es vistiéndola. La ropa es su forma de expresión” (Durrán, 2023). Además, subraya que el vestuario de Barbie está diseñado en función de su actividad: “La característica definitoria de lo que lleva puesto es adónde va y qué está haciendo” (Durrán, 2023). Cada muñeca Barbie viene con un set de moda adecuado para su tarea específica, lo que se traduce en la película en un vestuario coordinado para cada situación.

Por tanto, el vestuario desempeña una función descriptiva al proporcionar información sobre el entorno y la situación en la que se encuentra Barbie. Los trajes de playa y deportivos, por ejemplo, indican un entorno más casual, mientras que los vestidos y trajes más formales reflejan eventos y situaciones más serias. Esta función descriptiva ayuda a los espectadores a entender mejor el contexto de cada escena y la disposición de Barbie en cada momento de la historia.

Al diseñar los trajes, Durrán imaginó conjuntos completos similares a los que se encuentran en una caja de Barbie. “Quería hacer referencia a cómo se juega con Barbie y cómo se viste a Barbie.” (Durrán, 2023). Un ejemplo es el vestido midi de cuadros vichy y joyas de flores que lleva Barbie al salir de casa, que se cambia por un minivestido de cuadros, joyas de conchas y un sombrero al aparecer en la playa. Este conjunto refleja cómo se jugaría con una Barbie en la vida real, cambiando su atuendo rápidamente según la ocasión.

Por otra parte, los trajes de Barbie utilizan colores y estilos que simbolizan su perfección y su mundo idealizado al principio de la película. Por ejemplo, el conjunto de pijama rosa, acompañado de zapatos de tacón de plumas, da a entender que tiene una vida perfecta y sin preocupaciones. Conforme la trama avanza y Barbie comienza a experimentar una crisis existencial, su vestuario refleja estos cambios internos. Los colores y estilos de sus trajes se vuelven menos idealizados y más realistas. Este cambio es evidente cuando Barbie se despierta al día siguiente con un pijama rosa más sencillo, mostrando signos de imperfección como el pelo despeinado.

Uno de los trajes más significativos es el vestido amarillo que Barbie lleva hacia el final de la película. Este vestido, que contrasta con los atuendos rosas que caracterizan al personaje, simboliza la transición de Barbie hacia una versión más humana y real de sí

misma. Durran explica que el vestido amarillo representa el deseo de Barbie de ser más humana, alejándose de su existencia como muñeca.

Por último, en la escena final de la película, el vestuario adquiere una carga narrativa importante. Barbie, ahora conocida como Barbara Handler, aparece en una clínica ginecológica, marcando su completa transición de un mundo de fantasía a la realidad. El atuendo que elige en esta ocasión es sencillo y profesional: una chaqueta marrón, una blusa blanca y pantalones vaqueros, complementados con zapatos planos. Este atuendo simboliza su aceptación de una vida más sencilla y real, donde su valor no está determinado por su apariencia superficial, sino por sus habilidades y autenticidad.

4.3. Cine y moda: Chanel como colaborador.

La presencia de Chanel en *Barbie* (Gerwig, 2023) fusiona la alta moda con el cine, una alianza que ha existido desde hace años. La moda y el cine han evolucionado juntos y grandes nombres de la moda como Chanel, Armani y Prada han dejado su huella en el cine, contribuyendo a la creación de personajes memorables.

Hoy en día, el rol de las grandes firmas ha evolucionado, convirtiéndose en compañías. Ahora, los diseñadores no solo idean el estilismo, sino que en algunos casos participan en la producción. Un ejemplo de esto es Saint Laurent, que creó su propia productora, Saint Laurent Productions.

Margot Robbie, embajadora global de Chanel desde 2018, luce en la película varios atuendos vintage y recreaciones de piezas archivadas de la marca. La diseñadora de vestuario, Jacqueline Durran, trabajó estrechamente con Chanel para seleccionar y adaptar las prendas que se verían en la película. La colaboración también incluyó la participación de Virginie Viard, directora creativa de Chanel, quien diseñó atuendos exclusivos que incluyen elegantes trajes y vestidos, complementados con accesorios icónicos.

Chanel proporcionó una variedad de piezas en diferentes tonalidades de rosa, pertenecientes a las colecciones Chanel Ready-to-Wear, Coco Beach y Coco Neige. Aunque algunas de estas piezas fueron recreadas para ajustarse mejor a las necesidades del film.

En total, Barbie aparece con cinco atuendos de Chanel, que incluyen tres trajes, un vestido y un mono de esquí, además de los numerosos accesorios. Entre los más destacados se encuentran un traje de falda rosa, originalmente usado por Claudia Schiffer, y un traje de falda azul, usado por Patricia Velásquez. Los dos trajes fueron presentados en la pasarela de primavera/verano de 1995 de Chanel.



Figuras 35 y 36: A la izquierda, collage del traje rosa usado por Margot Robbie y por Claudia Schiffer.
 A la derecha, collage del traje azul usado por Margot Robbie y por Patricia Velázquez.
 Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, entre los accesorios destacados se encuentra un bolso en forma de corazón de la colección de primavera/verano de 1995, y diversas piezas de joyería de la colección Coco Neige, como collares y puños holográficos.



Figura 37: Collage del bolso de Chanel usado por Margot Robbie y foto promocional de Claudia Schiffer para la colección de primavera/verano de 1995 de Chanel.
 Fuente: Elaboración propia.

En una entrevista a Margot Robbie, se enseña el armario de Barbie en la película, el cual incluye una gran cantidad de piezas vintage de Chanel, bolsos de todos los tamaños y colores, joyería, zapatos y hasta barras de labios con la doble C como sello inconfundible.



Figura 38: Collage de fotos del armario de Barbie lleno de prendas de Chanel.
Fuente: Elaboración propia.

5. Repercusión mediática del vestuario de *Barbie*.

Barbie (Gerwig, 2023) ha generado una importante repercusión mediática, especialmente en lo que respecta a su vestuario. Creados por la diseñadora Jacqueline Durran, los trajes de Barbie han captado la atención de miles de personas y han creado tendencias en redes sociales.

Numerosos medios de comunicación han publicado artículos, entrevistas y reportajes sobre el vestuario de la película, destacando la visión artística de Durran.

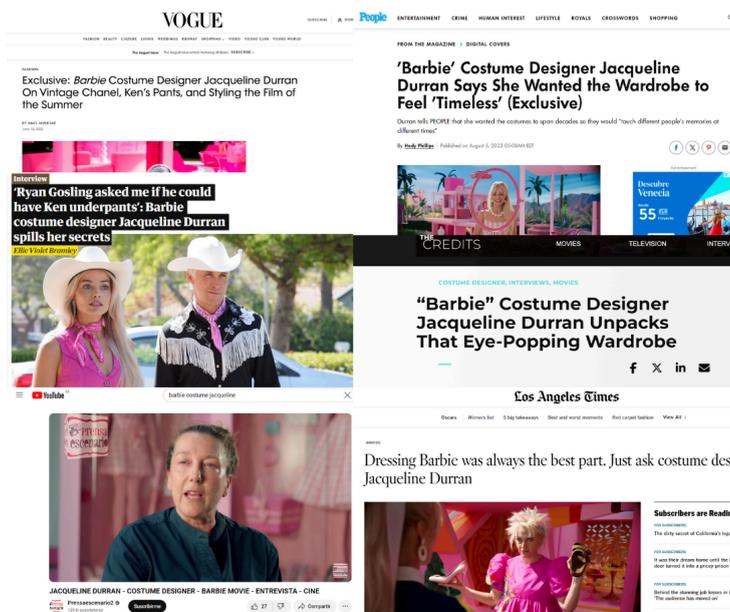


Figura 39: Collage de entrevistas a Jacqueline Durran.
Fuente: Elaboración propia.

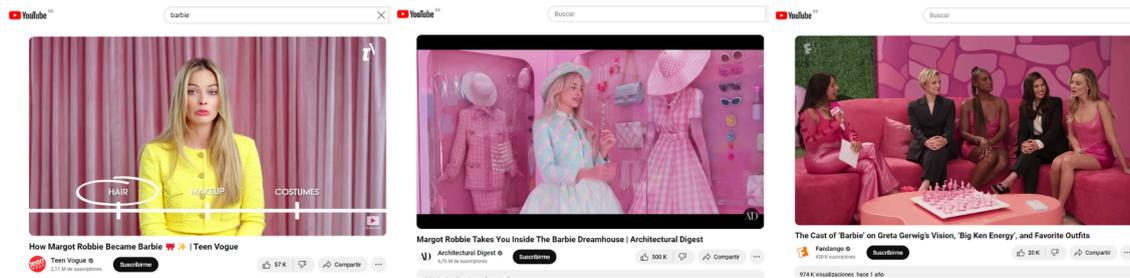


Figura 40: Collage de entrevistas a Margot Robbie sobre el vestuario de Barbie.
Fuente: Elaboración propia.

Además, las redes sociales han desempeñado un papel crucial en la difusión y discusión de estos estilos, con hashtags como *#Barbiecore* ganando popularidad. Usuarios, influencers y celebridades han compartido sus propias interpretaciones y conjuntos inspirados en Barbie, amplificando la influencia del estilo de la película. Por ejemplo, el usuario *nicoleisgod* ha llegado a conseguir 18 millones de visualizaciones en TikTok con un vídeo enseñando un conjunto inspirado en Barbie



Figura 41: Collage de fotos sobre el alcance del hashtag *#Barbiecore* en Tiktok e Instagram.
Fuente: Elaboración propia.

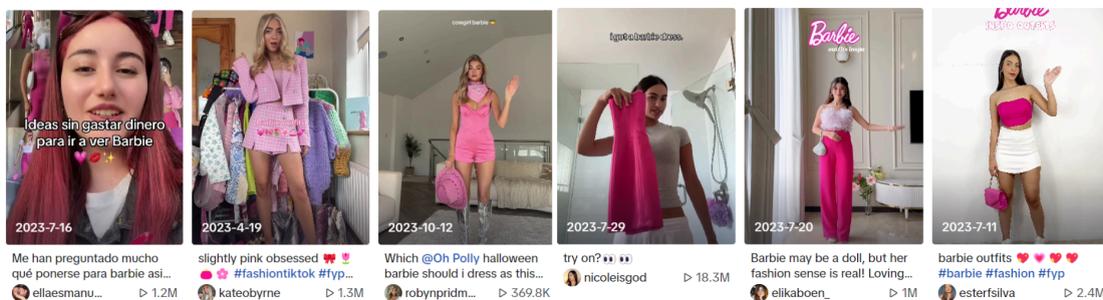


Figura 42: Collage de vídeos de influencers en TikTok sobre Barbie y las visualizaciones que han conseguido. Fuente: Elaboración propia.

Varios vídeos de YouTube también han acumulado millones de visualizaciones, con usuarios recreando conjuntos de la película. Por ejemplo, la influencer Yuya consiguió 12 millones de visualizaciones con un vídeo disfrazándose de Barbie.

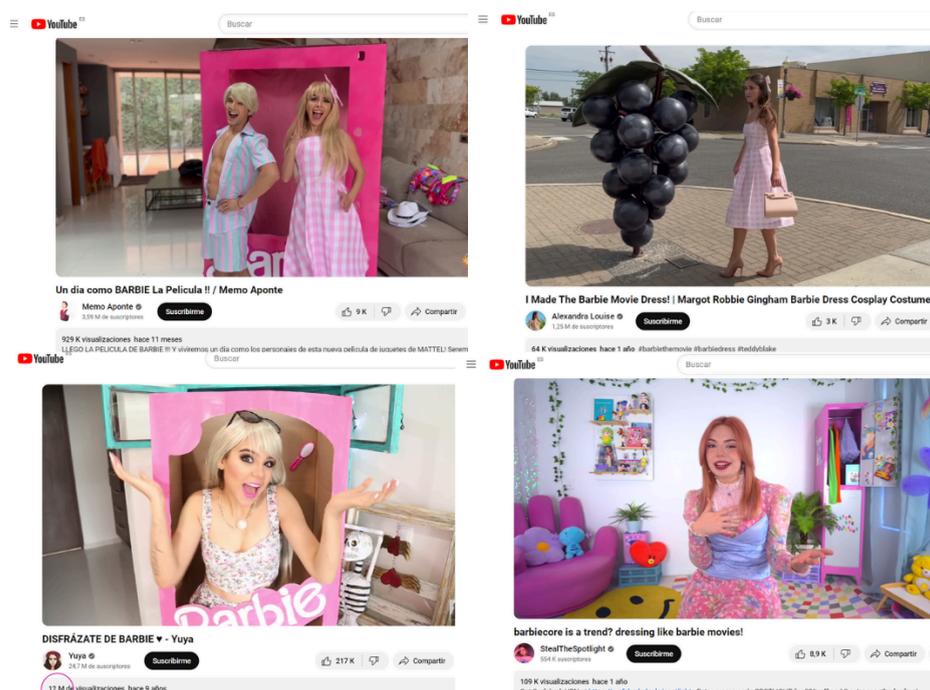


Figura 43: Collage de vídeos de influencers en YouTube sobre Barbie y las visualizaciones que han conseguido. Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, el reconocimiento del vestuario del film en diversas ceremonias de premios refuerza su recepción positiva. La película ha ganado premios de diseño de vestuario de los críticos de San Diego y Phoenix, y ha sido nominada en categorías similares en los Oscars, los Satellite Awards y los Critics Choice Awards.

5.1. El *method dressing*: uso del vestuario como estrategia de marketing.

El *method dressing* es una herramienta de marketing cada vez más usada en la industria cinematográfica, y la promoción de *Barbie* (Gerwig, 2023) es un claro ejemplo de ello. Léa Zetlaoui, jefa de redacción de *Numéro Magazine*, describe el fenómeno: “Cuando asisten a ceremonias oficiales, festivales o promociones de películas, las actrices todavía interpretan a sus personajes fuera del set de filmación. Esta nueva técnica de marketing que combina moda y actuación se conoce como *method dressing*.” Añade además: “El *method dressing* se está volviendo cada vez más común en las alfombras rojas.” (Zetlaoui, 2024).

Esta tendencia, que conecta estrechamente la moda con el cine, se basa en la idea de que los actores se vistan de manera que refleje los personajes que interpretan, no solo durante la filmación, sino también a lo largo de la campaña promocional de la película.

El periodista André Wheeler fue quién acuñó por primera vez el término *method dressing* el pasado mayo al hacer referencia a los conjuntos de sirena que Halle Bailey llevó para el estreno de La Sirenita. (Wheeler, 2023).

La alfombra roja se ha convertido en una herramienta de marketing crucial para atraer público al cine. Margot Robbie, junto con su estilista Andrew Mukamal, han llevado el vestirse temáticamente a un nuevo nivel con Margot interpretando a Barbie en la vida real.

Mukamal se inspiró en las muñecas Barbie originales de distintas décadas, vistiendo a la actriz con conjuntos que hacen referencia a versiones específicas de la muñeca. Desde el tweed vintage de Chanel hasta conjuntos personalizados de Versace en rosa, Mukamal ha trabajado con grandes casas de moda para crear el guardarropa de Margot inspirado en Barbie.

A continuación, se presenta una lista de algunas de las referencias de Margot Robbie a la muñeca Barbie:

Margot Robbie vestida con un diseño personalizado de Balmain inspirado en la Barbie “Earring Magic” de 1992 en el estreno de Ciudad de México.



Figura 44: Collage de Margot Robbie en el estreno de México y la Barbie "Earring Magic" de 1992.
Fuente: Elaboración propia.

Margot Robbie con un conjunto rosa personalizado de Versace haciendo referencia a la Barbie “Day to Night” de 1985, acompañado de un bolso Versace ‘La Medusa’ en el estreno de Seúl.



Figura 45: Collage de Margot Robbie en el estreno de Seúl y la Barbie "Day to Night" de 1985.
Fuente: Elaboración propia.

Margot Robbie vestida con un diseño personalizado de Giorgio Armani Privé inspirado en la Barbie “Superstar” de 1977 en los Globos de Oro y la fiesta posterior.



Figura 46: Collage de Margot Robbie en los Globos de Oro y la Barbie "Superstar" de 1977.
Fuente: Elaboración propia.

Margot Robbie con un vestido personalizado de Vivienne Westwood inspirado en la Barbie “Enchanted Evening” de 1960 en el estreno de Londres.



Figura 47: Collage de Margot Robbie en el estreno de Londres y la Barbie "Enchanted Evening" de 1960. Fuente: Elaboración propia.

Margot Robbie vestida con un diseño personalizado de Schiaparelli por Daniel Roseberry inspirado en la Barbie “Solo in the Spotlight” de 1960 en Los Ángeles.



Figura 48: Collage de Margot Robbie en el estreno de Los Ángeles y la Barbie "Solo in the Spotlight" de 1960. Fuente: Elaboración propia.

Margot Robbie con un conjunto personalizado de Emilio Pucci haciendo referencia a la Barbie “Totally Hair” de 1992, combinado con aretes y un anillo de la colección Resort 2024 de Chanel en Ciudad de México.



Figura 49: Collage de Margot Robbie en el estreno de México y la Barbie "Totally Hair" de 1992.
Fuente: Elaboración propia.

No obstante, aunque el *method dressing* ofrece múltiples beneficios comerciales y de visibilidad, también presenta desafíos. Existe el riesgo de que los actores queden encasillados en ciertos roles, lo que puede limitar sus oportunidades futuras. Hannah Jackson, escritora de Vogue, comentó: “como si la cultura de las celebridades no fuera lo suficientemente parasocial, el método de vestir se está filtrando en la vida real, creando aún más confusión entre los actores y sus personajes” (Jackson, 2024).

5.2. La estética *Barbiecore*: el fenómeno que tiñó los cines de color rosa.

Desde su aparición en los años 50, Barbie ha sido un ícono de estilo, marcando tendencias con su estética rosa a lo largo de generaciones. Hoy en día, sigue a la vanguardia invadiendo la cultura pop con la estética *Barbiecore*, la cual se ha mencionado anteriormente. Esta tendencia resurgió con la colección Pink PP de Valentino y la primera imagen de Margot Robbie interpretando a Barbie en la película de 2023.

El impacto de Barbie ha llegado a los armarios de las celebridades más influyentes como Zendaya y Anne Hathaway, quienes han adoptado el característico look rosa de la muñeca.



Figura 50: Collage de Zendaya y de Anne Hathaway llevando la colección Pink PP de Valentino.
Fuente: Elaboración propia.

La estética *Barbiecore* se define por un código de vestimenta dominado por el color rosa, especialmente en sus tonalidades más vibrantes. Este estilo no solo celebra el color rosa, sino que también incorpora detalles característicos de la moda de Barbie, como plumas, lentejuelas y accesorios brillantes.

En el verano de 2023, la estética *Barbiecore* tiñó de rosa las salas de cine de todo el mundo, con millones de espectadores vistiéndose de rosa para ir a ver la película. Esta tendencia fue promovida por influencers en redes sociales, lo que provocó que personas de todas las edades llenaran cines y centros comerciales con prendas y accesorios rosas, e incluso pelucas rubias, para homenajear al famoso juguete.

La idea de vestirse de rosa era una forma de ser parte de la película más esperada del año. Y, además, esta marea rosa, compuesta por niños, adolescentes y adultos, demuestra que Barbie es un icono transgeneracional que sigue siendo relevante y querido.

Aparte de los fans vistiéndose de rosa, las salas de cine potenciaron el lanzamiento de la película con promociones creativas, como palomitas rosas y cubos personalizados. Algunos cines fueron más allá, organizando ‘fiestas rosas’ y creando experiencias interactivas como alfombras rosas y *photocalls*³ donde los asistentes podían posar como Barbie dentro de su emblemática caja.

³ *Photocall*: Espacio decorado destinado a tomar fotografías, generalmente usado en eventos y presentaciones, con fondos personalizados que muestran logotipos, marcas o temáticas del evento.



Figura 51: Collage de las promociones del cine (el cubo de palomitas y la caja de Barbie) y fans vestidos de rosa esperando para entrar a ver la película.

Fuente: Elaboración propia.

El éxito de la película no solo se debió a una fuerte campaña promocional por parte de Warner, sino también al poder de la nostalgia y la curiosidad. Para muchos adultos, Barbie representa un vínculo con su infancia y una oportunidad para ver cómo ha evolucionado este ícono en una sociedad cambiante. Este apego emocional, junto con la curiosidad por la interpretación moderna de Barbie en la pantalla grande, pudo atraer a una audiencia diversa y convirtió el estreno en un evento veraniego imperdible.

6. Conclusiones.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado, como se determinó al principio del documento, se basaba en ver cómo el diseño de vestuario de la película *Barbie* (Gerwig, 2023) ha contribuido a la construcción de la identidad del personaje principal y la trama.

Este objetivo ha sido cumplido ya que el análisis del diseño de vestuario ha demostrado cómo las elecciones de atuendo contribuyen a la construcción visual y narrativa del personaje principal. El vestuario ha sido fundamental para definir la personalidad, el estado emocional y la evolución de Barbie a lo largo de la película. Esto se refleja en la cuidadosa selección de colores, texturas y estilos que se adaptan a cada escena y contexto, destacando la versatilidad y profundidad del personaje.

Por otra parte, entre los objetivos secundarios encontramos: identificar las referencias culturales y artísticas presentes en el diseño de vestuario de *Barbie* (Gerwig, 2023). El trabajo ha identificado numerosas referencias culturales y artísticas en el diseño de

vestuario de la película, incluyendo influencias de la moda de distintas épocas y colaboraciones con marcas de alta costura como Chanel. Además, se han analizado bocetos y diseños que rinden homenaje a las versiones clásicas de Barbie.

Otro objetivo secundario era conocer la repercusión mediática del vestuario, teniendo en cuenta la estrategia de marketing y la tendencia *Barbiecore*. Se ha explorado esta repercusión, destacando cómo la estrategia de marketing y la tendencia *Barbiecore* han amplificado la visibilidad de la película. La elección de vestuarios específicos para las apariciones públicas de Margot Robbie ha jugado un papel crucial en la promoción de la película, fusionando moda, cine y marketing. Este enfoque ha resonado fuertemente en la sociedad, tiñendo de rosa tanto eventos públicos como redes sociales.

También se propuso entender la historia del diseño del vestuario en el cine, su función narrativa y descriptiva, y el papel del diseñador de vestuario. El trabajo ha mostrado que el diseño de vestuario es una disciplina necesaria en la producción cinematográfica, ya que tiene un impacto directo en la recepción del público, pudiendo influir en cómo los espectadores interpretan los personajes y la historia. El análisis histórico ha revelado cómo los/las diseñadores/as de vestuario han evolucionado en su enfoque, adaptándose a cambios sociales y tecnológicos. Además, se ha subrayado la necesidad de una colaboración entre el/la diseñador/a de vestuario y otros miembros del equipo creativo para asegurar una coherencia visual y narrativa.

Finalmente, se planteó explorar la historia de Barbie, repasando sus muñecas y su papel en la construcción y evolución de los estándares de belleza. El trabajo ha permitido investigar sobre la historia de Barbie, destacando su evolución desde un simple juguete hasta un icono cultural con un impacto significativo en la moda y los estándares de belleza. Se ha concluido que Barbie ha sabido adaptarse a los cambios sociales, reflejando y, a veces, anticipando tendencias en la moda. La película de Greta Gerwig ha sabido captar esta evolución, utilizando el vestuario para explorar y subvertir los estereotipos asociados con la muñeca.

7. Bibliografía.

Architectural Digest (Director). (2023, junio 16). Margot Robbie Takes You Inside The Barbie Dreamhouse | Architectural Digest.

<https://www.youtube.com/watch?v=uKgaVIMN7IY>

Batty, C. (2014). Costume as Character Arc: How Emotional Transformation is Written into the Dressed Body. En C. Batty (Ed.), *Screenwriters and Screenwriting: Putting Practice into Context* (pp. 80-94). Palgrave Macmillan UK. _____

https://doi.org/10.1057/9781137338938_6

- Caan, F., & Lee, A. (2023). *Celebrity Fashion Marketing: Developing a Human Fashion Brand*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003175360>
- ChicagoSciFi (Director). (2023, agosto 19). Jacqueline Durran • Barbie • Costume Designer. <https://www.youtube.com/watch?v=r4kEdgeOuuM>
- Choi, J.-A., Luo, Y., Benton, B., & Green, K. (2023). Halloween 2023: It's A Barbie World! *School of Communication and Media Scholarship and Creative Works*. <https://digitalcommons.montclair.edu/scom-facpubs/38>
- Coghlan, J., Hackett, L. J., & Nolan, H. (2024). Barbie: Imagining and Interrogating a Popular Culture Icon. *M/C Journal*, 27(3), Article 3. <https://doi.org/10.5204/mcj.3072>
- Cruz Bermeo, W. (2017). *Vestuario cinematográfico, moda e identificación* (pp. 131-149). Editorial Pontificia Bolivariana.
- Cunningham, P. A., & Lab, S. V. (1991). «We Girls Can Do Anything-Right Barbie!» A Survey of Barbie Doll Fashions. En *Dress and Popular Culture* (pp. 19-32). Bowling Green State University Popular Press.
- Cunningham, R. (2019). *The Magic Garment: Principles of Costume Design, Third Edition*. Waveland Press.
- Dr. Divya, P. (2017). Breaking the stereotype: Celebration of the Girl power in Barbie Movies. *SMART MOVES JOURNAL IJELLH*, 5(9) 1-10. <https://ijellh.in/index.php/OJS/article/view/2368>
- DuCille, A. (1994). Dyes and Dolls: Multicultural Barbie and the Merchandising of Difference. *differences*, 6(1), 46-68. <https://doi.org/10.1215/10407391-6-1-46>
- DW Documental. (2024, febrero 28). *Barbie: ¿la mayor influencer del mundo?* | DW Documental. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0yq2bdYXcLs>
- Extratv (Director). (2023, julio 26). Greta Gerwig on 'Barbie' Making People CRY & Its Deeper Messages (Exclusive). <https://www.youtube.com/watch?v=wloJxjbmeUM>

- Figueiredo, C. M., & Cabral, A. (2018). Costume and characters' construction in cinematographic fiction and drama. En *Textiles, Identity and Innovation: Design the Future*. CRC Press.
- Gaudio, A. (2011). *Beauty and the Barbie Doll: When Life Imitates Plastic* [Tesis Senior, Fordham University].
https://research.library.fordham.edu/amer_stud_theses/5
- GERBER, R. (2020). *Barbie Forever: Inspiración, Historia y Legado*. Edicions Llibreria Universit ria de Barcelona, SL.
- Good Morning America (Director). (2023, julio 20). Greta Gerwig talks about her new film, 'Barbie' | GMA. <https://www.youtube.com/watch?v=liGgTWJpLyw>
- Havrylenko, V. (2023). THE ART OF MARKETING: HOW THE BARBIE MOVIE BECAME A BRAND AND CULTURAL EVENT. *World Scientific Reports*, (4).
<https://ojs.scipub.de/index.php/WSR/article/view/2265>
- Holt, A. (2020). *Modernizing Costume Design, 1820–1920*. Routledge. ____
<https://doi.org/10.4324/9780429054785>
- Hudson, E. C. (2024). From Doll to Screen: Investigating PR and Marketing Techniques in the *Barbie* Movie's Global Success. *M/C Journal*, 27(3), Article 3.
<https://doi.org/10.5204/mcj.3068>
- Jackson, Hannah. (2024) *Enough With the Method Dressing!*. Vogue.
[https://www.vogue.com/article/enough-with-the-method-dressing#:~:text=For%20the%20\(blissfully\)%20unaware%2C,a%20dress%20with%20baseball%20stitching.](https://www.vogue.com/article/enough-with-the-method-dressing#:~:text=For%20the%20(blissfully)%20unaware%2C,a%20dress%20with%20baseball%20stitching.)
- Jung, J., & Kim, E. (2015). A Study of the Costumes and Make-up in the Movie «Anna Karenina». *Journal of Fashion Business*, 19(3), 14-30. ____
<https://doi.org/10.12940/jfb.2015.19.3.14>
- Luttrell, R., & Welch, C. (2023). Everything Barbie all at Once: “A Marketing Campaign for the Ages”. *Case Studies in Strategic Communication Journal*. 8(1). Artículo 2167-1974. <https://cssc-ojs-utexas.tdl.org/cssc/article/view/239>

- Marañón, I. B. (2023). La rebelión contra los estereotipos en Barbie (Greta Gerwing, USA, 2023). *FILMHISTORIA Online*, 33(2), 605-608. <https://doi.org/10.1344/fh.2023.33.2.605-608>
- Mercado, G. (2016). Vestuario: Entre el cine y la moda. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 57, 10-20. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1853-35232016000200004&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Merz, M. (2016). *The Art and Practice of Costume Design*. CRC Press.
- Mukamal, A. (2024). *Barbie(TM): The World Tour*. Rizzoli.
- Mukhtar, A. (2023, junio 12). *Exclusive: «Barbie» Costume Designer Jacqueline Durran On Vintage Chanel, Ken's Pants, and Styling the Film of the Summer*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/barbie-costumes-jacqueline-durran>
- Nadoolman Landis, D. (2014a). *Diseño de vestuario*. BLUME (Naturart).
- Nadoolman Landis, D. (2014b). *DISEÑO DE VESTUARIO. DEFINIR EL PERSONAJE*. (Guía de profesorado. Copley Center for the Study of Costume Design, UCLA). <https://www.oscars.org/sites/oscars/files/teachersguide-costumedesign-spa-2015.pdf>
- Nadoolman Landis, D. (2018). Character and costume in cinema: The Hollywood Costume exhibition. *Studies in Costume & Performance*, 3(1), 91-96. https://doi.org/10.1386/scp.3.1.91_1
- Nebens, R. (2023, julio 10). *Barbie Movie Reviews: Critics Share Strong First Reactions*. The Direct. <https://thedirect.com/article/barbie-movie-reviews-critics-first-reactions>
- Olmedo, I. (2018). La Dirección de Arte en el cine, desafíos disciplinares y pedagógicos. *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño Y Comunicación. Ensayos*, 67, 39–61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7326949>

- Osorio García, J. (2016). *Gestión del diseño de vestuario en una producción cinematográfica*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. [Repositorio UPB. https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/3306](https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/3306)
- Paul Gaultier, J. (2022). *Cine Y Moda Por Jean Paul Gaultier*. FUND. CAIXA DE PENSIONS.
- Pérez-Rufi, J. P., & Pérez-Rufi, M. I. (2018). La función narrativa del vestuario en el cine: La apariencia física del personaje cinematográfico como elemento de caracterización en el cine clásico de Hollywood. *Razón y Palabra*, 22(2_101), 547-568. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1093>
- Prensaescenario2 (Director). (2023, julio 22). SARAH GREENWOOD - KATIE SPENCER - DESIGNER - SET DECORATOR - BARBIE MOVIE. <https://www.youtube.com/watch?v=pgXYkbTYVPY>
- Pritchard, K. & Williams, HC. (2024). Pretty in Plastic: Aesthetic authenticity in Barbie Land. *BBR*, 2401(1), 1-22. <https://cronfa.swan.ac.uk/Record/cronfa65542/>
- Roffe, S. (2016). Vestuario de cine: El relator silencioso. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 58, 1-10. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1853-35232016000300008&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Schlumberger, R. (Director). (2023). *Prime Video: The Barbie Story* [Documental]. Prime Video.
- Schumm, D., Barzen, J., Leymann, F., & Ellrich, L. (2012). A pattern language for costumes in films. *Proceedings of the 17th European Conference on Pattern Languages of Programs*, 1-25. <https://doi.org/10.1145/2602928.2603083>
- Spencer, C. (2019). *Dressing Barbie: A Celebration of the Clothes That Made America's Favorite Doll and the Incredible Woman Behind Them*. Harper Design.
- Taylor, M. (2017). THE ART AND PRACTICE OF COSTUME DESIGN. *Studies in Costume & Performance*, 2(2), 186-189. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&sw=w&issn=20524013&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA509321814&sid=googleScholar&linkaccess=abs>

- Tena, M. (2022). *Barbie: 40 años de fantasía*. BLUME (Naturart).
- The View (Director). (2023, julio 20). Greta Gerwig Tackles The «Complex» Story Of Barbie In New Movie | The View.
<https://www.youtube.com/watch?v=-hd80GGWx1o>
- Tiffany Linn, H. (1996). *Barbie: Popular culture icon as positive female role model*. [Trabajo de Fin de Máster, University of Southern California]. ProQuest.
<https://www.proquest.com/openview/4c7f4e6159a21c59ad31d05771728e80/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Volk-Weiss, B., & Stern, T. (Directores). (2017). *The Toys That Made Us* (Temporada 1, Episodio 2) [Documental]. Netflix.
- Weissman, K. N. (1999). *Barbie: The Icon, the Image, the Ideal : an Analytical Interpretation of the Barbie Doll in Popular Culture*. Universal-Publishers.
- Wright, L. (2003). The Wonder of Barbie: Popular Culture and the Making of Female Identity. *Essays in Philosophy*, 4(1), 28-52. <https://doi.org/10.5840/eip20034121>
- Yin, F. (2023). Analysis of the Role of Costume Design in Shaping the Characters of Film and Television. *Frontiers in Art Research*, 5(6), 58-63. _____
<https://doi.org/10.25236/FAR.2023.050611>
- Zetlaoui, Lea. (2024) *What is method dressing, or the art of embodying a character to promote a film?*. Numéro.
<https://numero.com/en/fashion/what-is-method-dressing-or-the-art-of-embodying-a-character-to-promote-a-film-2/>

8. Filmografía.

- Brown, C. (Director). (1932). *Letty Lynton*. [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer.
- Cameron, J. (Director). (1997). *Titanic*. [Película]. 20th Century Fox. Paramount Pictures. Lightstorm Entertainment.
- Cameron, J. (Director). (2009). *Avatar*. [Película]. 20th Century Fox.

Columbus, C. (Director). (2001). *Harry Potter y la piedra filosofal*. [Película]. Warner Bros. Pictures.

Condon, B. (Director). (2006). *Dreamgirls*. [Película]. DreamWorks Pictures. Paramount Pictures.

Fellini, F. (Director). (1954). *La strada*. [Película]. Trans Lux Inc.

Gerwig, G. (Directora). (2023). *Barbie* [Película]. Mattel Films. Warner Bros. Pictures.

Hitchcock, A. (Director). (1958). *Vértigo*. [Película]. Paramount Pictures. Universal Pictures.

Wilder, B. (Director). (1954). *Sabrina*. [Película]. Paramount Pictures.