

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE
LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2019-2020

ESTUDIO ESTÉTICO-PUBLICITARIO DEL CINE DE PEDRO ALMODÓVAR (1986-1990)

DISERTACIÓN

ALBA DE PAZ MULERO

Tutor: Alejandro Buitrago Alonso
SEGOVIA, A 6 DE JULIO DE 2020

RESUMEN

En el presente trabajo se lleva a cabo un estudio estético-publicitario del cine del director español Pedro Almodóvar. El trabajo de campo se ha realizado mediante un proceso de análisis audiovisual de cuatro de las obras del autor, enmarcadas en el lustro 1986-1990: “Matador” (1986), “La ley del deseo” (1987), “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988) y “¡Átame!” (1989). La primera mitad del trabajo comprende un marco teórico del cineasta y un contexto sobre el periodo histórico en el que se realizaron los títulos estudiados: *la movida madrileña*. Seguidamente, mediante una plantilla de análisis diseñada *ex profeso*, se lleva a cabo un análisis estético (arte, fotografía y música) de las cuatro obras mencionadas. Del mismo modo, se dedica un apartado específico a analizar el *product placement* que aparece en dichos títulos y la representación del consumo de esas marcas en la vida cotidiana de los protagonistas. El propósito central de este trabajo es profundizar en el modelo estético-publicitario de Almodóvar y su evolución a lo largo del periodo estudiado.

Palabras clave: Pedro Almodóvar, estética publicitaria, dirección de arte, *movida madrileña*, cine español.

ABSTRACT

An aesthetic-advertising study of the cinema of the Spanish director Pedro Almodóvar is carried out in the present work. The chosen methodology has been an audio-visual analysis of four Almodóvar films framed in the period 1986-1990: “Matador” (1986), “La ley del deseo” (1987), “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988) y “¡Átame!” (1989). The first half of this report comprises a theoretical framework of this Spanish filmmaker and a context about the historical period in which the four studied films were made: *la movida madrileña*. Then, using an analysis template *ex profeso* designed for this research, an aesthetic analysis (art, photography, music) of the four aforementioned films is carried out. Subsequently, a specific section is devoted to analyze the product placement that appears in those films and the representation of the consumption of those brands in the daily lives of the protagonists. The central purpose of this research is to deepen Almodóvar’s aesthetic-advertising model and its evolution throughout the period 1986-1990.

Keywords: Pedro Almodóvar, advertising aesthetics, art direction, *movida madrileña*, Spanish cinema.

-ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	7
4. DISEÑO METODOLÓGICO	8
4.1. INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	9
5. MARCO TEÓRICO	11
5.1. CONTEXTO	11
5.1.1. CONTEXTO: MOVIDA MADRILEÑA.....	11
5.1.2. EL CINE DE LOS 80	13
5.2. CINE DE ALMODÓVAR	14
5.2.1. PEDRO ALMODÓVAR.....	14
5.2.2. OBRAS	16
5.2.3. EVOLUCIÓN DEL CINE DE ALMODÓVAR.....	19
5.3. ESTÉTICA DEL CINE DE ALMODÓVAR	20
6. ANÁLISIS CINEMATográfico	22
6.1. MATADOR (1986)	22
6.1.1. FICHA TÉCNICA.....	22
6.1.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA.....	22
6.1.3. FOTOGRAFÍA.....	23
6.1.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES.....	25
6.1.5. MÚSICA.....	25
6.1.6. PRODUCT PLACEMENT.....	25
6.1.7. COMENTARIO.....	26
6.2. LA LEY DEL DESEO (1987)	26
6.2.1. FICHA TÉCNICA.....	26
6.2.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA.....	27
6.2.3. FOTOGRAFÍA	27
6.2.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES.....	29
6.2.5. MÚSICA.....	29
6.2.6. PRODUCT PLACEMENT.....	30
6.2.7. COMENTARIO.....	31
6.3. MUJERES AL BORDE DE UN ATAQUE DE NERVIOS (1988)	31
6.3.1. FICHA TÉCNICA.....	31
6.3.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA.....	31
6.3.3. FOTOGRAFÍA.....	33
6.3.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES.....	34
6.3.5. MÚSICA.....	34
6.3.6. PRODUCT PLACEMENT.....	35
6.3.7. COMENTARIO.....	36
6.4. ¡ÁTAME! (1989)	36
6.4.1. FICHA TÉCNICA.....	36
6.4.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA.....	36
6.4.3. FOTOGRAFÍA	37
6.4.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES.....	38
6.4.5. MÚSICA.....	38
6.4.6. PRODUCT PLACEMENT.....	39
6.4.7. COMENTARIO.....	39
7. CONCLUSIONES	40

-FUENTES Y REFERENCIAS.....	42
-FILMOGRAFÍA	43

1. INTRODUCCIÓN

La estética es un elemento fundamental a la hora de captar la atención del espectador. Es primordial que el receptor quede cautivado de forma visual para que su atención se prolongue en el tiempo. De ahí que sea uno de los elementos fundamentales del cine, una de las mayores industrias culturales tanto a nivel artístico como de movimiento de capitales. Del mismo modo, el sector publicitario también obtiene beneficio gracias a obtener la atención de un público, de ahí que exista la necesidad de implementar una estética atractiva para poder cautivar a estos consumidores.

Durante la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas se nos presenta un mundo de posibilidades creativas en torno a las que construir una marca. En todas ellas se refleja la importancia de un diseño visualmente atractivo. No obstante, no es hasta tercer curso cuando el medio audiovisual empieza a tomar relevancia. En este punto, vemos cómo el cine es un ejemplo de construcción narrativa para la publicidad. De ahí que uno de los apartados que se analice en este trabajo sea la estética cinematográfica.

Por otro lado, hemos podido estudiar numerosos formatos publicitarios que, de una forma u otra, están presentes en la vida de todos nosotros. De todos ellos el *product placement* posee gran interés ya que en numerosas ocasiones pasa desapercibido y no hemos podido indagar todo lo deseado en esta técnica durante los cuatro años de titulación.

Así pues, personalmente encontraba un gran interés en la estética de formato audiovisual y quería integrar algún elemento publicitario a este estudio. No tenía duda de que el director objeto del análisis sería Pedro Almodóvar. Con una filmografía que comprende 21 películas hasta la fecha de realización de este TFG, ha mantenido en todas ellas su propio estilo. Su personalidad se ve reflejada en sus obras y nos permite identificar rápidamente al autor. El singular estilo del cineasta hace que no deje a nadie indiferente, ni del sector de la crítica ni del público. De ahí que hayamos considerado al director como el más conveniente para este estudio. Su especial representación de vidas cotidianas hace además interesante un análisis del consumo de marcas de sus personajes y cómo nos hacen llegar a ellas.

Por todo ello, además del estudio estético hemos decidido añadir un análisis del *product placement*, analizando de este modo esa doble vertiente estética-publicitaria del cine del cineasta manchego.

2. JUSTIFICACIÓN

El cine es una expresión artística que ha evolucionado a lo largo de la historia, cambiando nuestra forma de consumo. Surgió como medio de entretenimiento para la sociedad, pero esto también ha evolucionado convirtiendo esta industria en un producto cultural. El cine nos aporta entretenimiento, conocimientos de realidades diferentes a la propia y, además, actúa como medio de consumo. Esto hace referencia a que el cine es un medio idílico para que las marcas puedan mostrarse en un mundo que ya está saturado.

La publicidad está presente continuamente en nuestro entorno, llevando a la sociedad a una saturación que crea indiferencia a estos estímulos. Así pues, en los años 30 surgió un nuevo modelo publicitario que consistía en la incorporación de marcas a producciones audiovisuales, conocido como *product placement*. No obstante, y pese a que este elemento ayudaba a la reducción de costes de la producción y le aportaba veracidad, entró en desuso después de la II Guerra Mundial, y no sería hasta mediados de los 80 cuando se volvería a usar, consolidándose como formato publicitario.

Como se ha mencionado, la industria del cine ha avanzado notablemente. Una de las características más relevantes es el cuidado estético y cómo un guion se plasma de manera audiovisual captando la atención de sus espectadores. Así pues, Pedro Almodóvar es el cineasta indicado para realizar este estudio debido a su gran interés en la estética y su marcado estilo. Durante más de 40 años de carrera, podemos apreciar esa estética común a la que han denominado “sello Almodóvar”. La finalidad de este análisis es el estudio tanto de la estética del cineasta como del uso del *product placement* en sus películas. En este segundo apartado el autor también es el indicado debido a su interés por mostrar la vida cotidiana de sus personajes, donde buscamos el reconocimiento de marcas y cómo se vincula a las tramas y sus protagonistas. Debido a la amplia filmografía del director hemos acotado el objeto de estudio a 4 de sus películas pertenecientes a la misma época: “Matador” (1986), “La ley del deseo” (1987), “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988) y “¡Átame!” (1989). Estas películas poseen temáticas obviamente diversas. No

obstante, todas representan la sociedad madrileña de los años de *la movida*. Una época de crecimiento de las libertades sociales y culturales que nos permite contemplar cómo Almodóvar ve esta sociedad a través de personas cotidianas, como Pepa en “Mujeres al borde de un ataque de nervios”.

Una vez expuesta la elección del tema es conveniente indicar la necesidad de realizar este estudio. Almodóvar es uno de los mayores representantes del cine español a nivel internacional. Y aunque existen numerosos estudios acerca de su cine, son escasos los que profundizan en el modelo estético que sigue el autor a lo largo de sus obras.

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

En el siguiente estudio podemos determinar el objetivo principal en torno al que gira la investigación. No obstante, seguidamente determinaremos una serie de objetivos específicos que nos permitirán llegar al primero.

Por tanto, el objetivo principal se basa en demostrar cómo la composición estética de Pedro Almodóvar es imprescindible en el significado de sus obras. Además, se pretende identificar los elementos comunes que el director mantiene a lo largo de su filmografía y las influencias recibidas tanto de corrientes artísticas como de otros autores de diversas disciplinas.

A partir de este objetivo se han establecido los siguientes objetivos específicos:

- Conocer los elementos característicos de la dirección artística de la filmografía de Pedro Almodóvar.
- Determinar las características comunes de la dirección de fotografía cinematográfica del autor.
- Mostrar la composición de los personajes principales mediante elementos audiovisuales.
- Analizar el uso de la música del autor en sus películas.
- Evaluar el uso de *product placement* en su obra y su representación.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico en torno al que está basada la siguiente investigación se sustenta en el análisis de cuatro películas del cineasta Pedro Almodóvar. Las cuatro películas objeto de estudio son “Matador” (1986), “La ley del deseo” (1987), “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988) y “¡Átame!” (1989). Esta elección se debe al interés personal y académico por el periodo histórico en el que estas obras fueron realizadas: la *movida madrileña*. Cuatro años en los que la evolución de Almodóvar es notable.

Para el estudio fue necesario un proceso minucioso de recogida de datos por cada título estudiado, que posteriormente fueron puestos en común y analizados conjuntamente. Dicho proceso ha permitido la elaboración de unas conclusiones que retoman los objetivos planteados anteriormente.

El análisis audiovisual cuenta con dos reproducciones de cada filme. El primero de ellos ha permitido el conocimiento de la historia y los datos más relevantes que lleven a entender el por qué de la elaboración estética correspondiente. Así pues, durante una segunda reproducción se ha procedido a la recogida de datos que finalmente han permitido el análisis cinematográfico de cada uno de los largometrajes y por último el análisis publicitario de su *product placement* y cómo el autor hace uso de este recurso en sus películas.

El primer punto de análisis gira en torno a la dirección artística. En dicho apartado se han analizado las principales localizaciones reales y cómo afectan a la historia; el decorado y sus significados y finalmente la construcción de los personajes a través de sus vestuarios.

Seguidamente se ha llevado a cabo un análisis de la fotografía del filme. Esta ha consistido en la construcción visual del guion, uno de los factores más importantes en la estética cinematográfica. Para ello hemos tenido en cuenta la paleta cromática, la iluminación y la cámara. Este último punto abarca movimiento de cámara, planos y simetrías, por lo que delimitamos el estudio a los planos con más relevancia en la historia o con elementos inusuales.

Para profundizar en la construcción de personajes se ha realizado un estudio de su presentación. Así pues, ha sido un punto fundamental para conocer a los protagonistas de

la historia mostrando su personalidad en un primer instante. Permite poder apreciar su evolución mediante los elementos y construcciones que giran en torno a él a lo largo de la película permitiendo profundizar en la importancia de la connotación de elementos que la construyen.

Por último, en lo que respecta al análisis cinematográfico se realizará un pequeño análisis de la música para completar así el estudio audiovisual.

Por otro lado, se ha implementado un análisis publicitario que engloba el *product placement* de cada una de las películas. Para ello se ha procedido a la observación de marcas que aparecen en la obra y cómo se representan. En primer lugar, diferenciando entre el *product placement pasivo*, el cual hace referencia a los productos que no interactúan con los personajes (simplemente aparecen en escena) y del *product placement activo*, con el cual el personaje tiene alguna relación, ya sea dándole uso, o mediante una mención. Finalmente se han computado los agradecimientos que el autor hace en los créditos a diferentes marcas y si su aparición en la película es significativa.

4.1. INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Para determinar los elementos que compondrían el estudio, en primer lugar, se planteó todos los rasgos estéticos que componen el ámbito audiovisual. A partir de estos se realizó una elección de los más relevantes teniendo en cuenta su aporte significativo en la obra. Por último, se los dividió en categorías haciéndolo coincidir con las categorías que se querían analizar.

A continuación, se muestra una plantilla en la cual encontramos los elementos a estudiar.

TÍTULO DE PELÍCULA Y AÑO		
DIRECCIÓN ARTÍSTICA	Localizaciones	
	Escenarios	
	Vestuario	
	Objetos o elementos relevantes	
FOTOGRAFÍA	Paleta de color	
	Iluminación	
	Posición cámara (planos y movimientos)	
ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN	Presentación visual de personajes principales	
	Posiciones cámara	
MÚSICA	Canciones	
	Banda sonora	
PRODUCT PLACEMENT	Marcas con <i>product placement</i> pasivo	
	Marcas con <i>product placement</i> activo	
	Agradecimientos (créditos)	

5. MARCO TEÓRICO

5.1. CONTEXTO

5.1.1. CONTEXTO: MOVIDA MADRILEÑA

Los años 80 supusieron para España una ventana hacia una Europa avanzada, con el reconocimiento de nuevas libertades.

“Movida Madrileña fue la manera de nombrar la nueva ola de liberación y apertura de la juventud que experimentó la sociedad española después de cuarenta años de dictadura de Francisco Franco” (Correa Ulloa, 2005)

Con el fin de la Guerra Civil en 1939 comienza en España la dictadura franquista. Más de tres décadas dónde el general Francisco Franco ocupó la jefatura de Estado. Una dictadura caracterizada por la represión y la censura, que incidían en la carencia de libertad de expresión.

En 1975 con la muerte del dictador se instala en España un ambiente de incertidumbre que acompaña a los primeros años de reinado de Juan Carlos I y de su camino hacia la democracia. Esta se verá consolidada con el primer triunfo del PSOE en unas elecciones generales.

A este periodo de tiempo, en el que España busca amoldarse a los avances europeos que conocemos como la España de la Transición, Vilarós lo define como “un periodo de explosiones sociales, artísticas, literaria y políticas” (Vilarós, 2018).

Los jóvenes deciden romper con su estilo de vida y a través de influencias de otros países europeos van construyendo unos nuevos valores e intereses que implantarán en España una nueva cultura hedonista basada principalmente en inquietudes artísticas, fiesta, alcohol, sexo y drogas.

Ahora bien, no existe un acontecimiento clave para dar comienzo a este nuevo periodo, únicamente podemos destacar el homenaje a la muerte de Canito, batería del grupo de rock “Tod”, como el gran momento de encuentro de los artistas de la época. Así pues, como homenaje póstumo al batería, se congregaron todos los artistas *underground* de la

época, con poco reconocimiento y cuya única relación era compartir salas de ensayo. Para retransmitir estos conciertos tomaron el micro de Onda 2, siendo el primero de muchos más conciertos y reuniones de estos artistas. Toda esta cultura *underground* llegaría a la calle mostrando al resto de la gente la liberación como seña de identidad de la época.

Numerosos locales de Madrid contribuyeron a crear este movimiento como la sala “Rock Ola” o “La vía Láctea”. Pero también podemos destacar la revista “La Luna de Madrid” como portavoz del movimiento. Esta revista formada por artistas hoy en día podría considerarse como una revista de actualidad. Si bien, en los años 80 sus páginas contenían una crítica social y un alentamiento al nuevo estilo de vida que cubría Madrid.

Su propio director Borja Casani sentencia: “Los rasgos decisivos son la fascinación por lo nuevo, la aparición de un nuevo tipo de intelectual más frívolo y menos clásico y la creación de una pequeña cultura sin grandes obras ni grandes maestros” (Gallero, 1991). Un pequeño catálogo de los artistas más actuales, y aunque no los más conocidos en su momento, hoy en día son los representantes de esa cultura ochentera. “Se puso en marcha para dar eco al auge de una creatividad que no sabemos de dónde salía, pero que estaba en el subsuelo de la transición política [...] Al cabo se vio que aquella revolución también era un producto de consumo.” (Felix Cábez)

Y efectivamente la movida madrileña comenzó a politizarse, llevando a gran parte de sus integrantes a desmarcarse de esta tendencia. Organismos políticos tomaron este movimiento para propulsar diferentes industrias culturales, tales como la música y el cine. Comenzaba en España una época de libertad artística y debía ser “explotada”. Todo ello nos dejó grandes nombres en múltiples disciplinas artísticas como Antonio Banderas, Pedro Almodóvar, Miguel Bosé, Alaska...

Todo este ambiente de libertad y diversión se acabó torciendo para muchos de los artistas que se encontraban envueltos en ella. La gran presencia de las drogas, y en especial la heroína, hizo que los participantes en *la movida* se dividieran y decidiera alejarse de todo este ambiente, mientras que otros se vieron envueltos siendo derrotados por el “caballo”. Se podría decir que el fin de esta *movida* idílica de fiesta y cultura llegó en 1983.

No obstante, todo ello dejaba en España unos nuevos códigos estéticos y culturales que trascenderían a lo largo de los años y dejarían marcador estos años como una etapa trascendental de liberación.

5.1.2. EL CINE DE LOS 80

“El cine es, como la fotografía y el fonógrafo, un procedimiento técnico que permite al hombre asir un aspecto del mundo: el dinamismo de la realidad visible” (Gubern, 2014).

Como hemos mencionado anteriormente la figura de Franco supuso en España unas limitaciones, no solo en su ámbito social, sino también en el cultural. El general trató de tener a su disposición los canales de comunicación, convirtiendo el cine en un medio fundamental de propaganda. En 1977 se instaura un Real Decreto que abarca nuevas medidas frente al desbloqueo de esta industria como son la tolerancia ante la entrada del cine internacional o las subvenciones que se ofrecen a los directores. Estas son imprescindibles para la consolidación de la industria.

Uno de los factores más importantes para el desarrollo del cine fue la llegada de Pilar Miró en 1982 como directora general de Cinematografía. Esta cineasta estableció *La Ley Miró* en 1984, gracias a la cual se promocionó el cine español con numerosas ayudas, protegiendo el cine de autor y un importante convenio con RTVE. El cine no pasaba por su mejor momento económico, pero durante los años 80 fue tomando importancia. En primer lugar, comienzan a adaptar obras literarias tanto a la televisión como al cine y seguidamente la cultura *underground* que rondaba en la sociedad se introduce en las grandes pantallas gracias a directores como Fernando Trueba, Fernando Colomo, Iván Zulueta o Pedro Almodóvar.

Con toda la evolución del cine se celebra por primera vez en España los premios Goya el 17 de marzo de 1987. Una ceremonia que premia lo mejor del cine español, organizado por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España siguiendo el ejemplo de los *Oscar*. Se trata de una forma de dar reconocimiento al cine del país. La Academia surgió un año antes para poder apoyar la industria y a sus profesionales.

La gente ansiaba libertad y quería crear bajo su propia idea. Así pues, es común encontrar películas de bajo presupuesto en estos años. Podemos observar algunos restos del destape, una estética bastante estrafalaria y una representación de la sociedad de la época. Querían dar protagonismo a todo aquello que el franquismo había censurado; de ahí que destaquen las relaciones homosexuales, la droga, la transexualidad...

La comedia es un género bastante recurrente del mismo modo que lo es el cine *quinqui*, basado en jóvenes y su relación con las drogas y delincuencia. Todo ello empujado por un ambiente de pobreza. Aquí encontramos títulos como “El Pico” (1983) o “La estanquera de Vallecas” (1987) de Eloy de la Iglesia.

Sin embargo, los ochenta destacarán por la aparición de Pedro Almodóvar, quien gracias a su curioso reflejo de la sociedad se hace un hueco en la industria internacional. Su particular forma de narrar y su estética llevan a subrayar irremediabilmente el nombre del autor.

5.2. CINE DE ALMODÓVAR

5.2.1. PEDRO ALMODÓVAR

Pedro Almodóvar nació el 25 de septiembre de 1949 en Calzada de Calatrava, un pequeño pueblo de Ciudad Real que le vería crecer hasta que se mudó a Orellana la Vieja, otro pequeño pueblo, en este caso de Extremadura. Una familia con gran presencia de mujeres, lo cual Almodóvar reflejaría posteriormente en sus películas. Siempre mostró gran capacidad de adaptación y facilidad para el aprendizaje, así pues, pronto aprendió a leer con su madre en un pueblo de analfabetos. Su capacidad creativa comenzó con su madre, leyendo cartas de las vecinas y transformando las noticias más duras en livianas. Así, Almodóvar comenzó a tomar nota de vidas ajenas que posteriormente usaría en sus personajes.

Estudió bachillerato en Cáceres en un colegio de curas. Nada de acuerdo con la educación recibida, lo plasmaría posteriormente en una de sus reconocidas películas: “La mala educación” (2004).

A los dieciséis años y arrastrando una gran pasión por el cine decidió irse a la capital tratando de matricularse en la Escuela de Cine. Pero el franquismo la había cerrado, por lo que comenzó a trabajar en Telefónica, donde las llamadas que recibía a diario también le servirían de inspiración en su carrera.

La *movida madrileña* ya era un hecho y Almodóvar encontró allí toda la libertad que los pequeños pueblos donde había vivido y su educación eclesiástica le había reprimido.

Mostrándose tal y como era creó su propio personaje, sin miedo a los juicios de una sociedad recién liberada.

En su estancia en Madrid y pese a su decepción con la ciudad, Almodóvar comenzó su vida nocturna donde conocería a artistas de la época y que le ayudarían a despegar su carrera. Empezó a escribir relatos cortos como “La visita” o incluso novelas como “Fuego en las entrañas”. Y formó un dúo de rock musical cómico junto a Fabio McNamara.

Grabó su primer trabajo cinematográfico con una cámara de 8 mm, la cual no registraba sonido, “Film político” (1974). Y seguidamente numerosos cortos que le irían marcando el camino para llegar a la gran pantalla con la muerte del dictador. Su primer largometraje, “Folle...folle...fólleme Tim!” (1978) también fue rodada en *súper 8*, aunque no será hasta dos años después cuando se reconocerá a Almodóvar como director.

La *movida* continuaba y el desarrollo artístico también. Se incorporó al grupo de teatro “Los Goliardos” sin saber que allí conocería a la protagonista de sus primeros largometrajes, Carmen Maura. Junto a sus compañeros de teatro consiguió una cámara de 16 milímetros y algo de dinero y comenzó a rodar “Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón” (1980).

Almodóvar continuó escribiendo y a pesar de tener algún que otro contratiempo a la hora de producir sus películas consiguió profesionalizarse, llegando especialmente a “¿Qué he hecho yo para merecer esto!” (1984). Carmen Maura continuaba protagonizando sus filmes y en esta ocasión la obra fue reconocida internacionalmente, permitiendo al director ser reconocido en la industria.

Apenas seis años después de su primera película fundaría su propia productora junto a su hermano Agustín Almodóvar, conocida como El Deseo. Ahí produciría el resto de sus películas a partir de este momento, entre ellas “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988), primera película de su filmografía en ganar un Goya y candidata a *Oscar* a la mejor película de lengua extranjera. El *Oscar* llegaría con la película “Todo sobre mi madre” (1999) que marca el comienzo del triunfo de la carrera del cineasta.

Almodóvar siempre ha estado muy seguro de su obra, y cuando en 2005 “La mala educación” no ganó ningún Goya decidió separarse de la Academia de Cine alegando que no compartía su forma de juzgar las obras. No sería hasta 2012 cuando podremos ver al

director volver a recoger las famosas estatuillas, pese a haber ganado algunas entremedias, las cuales fueron recogidas por su nueva “musa” Penélope Cruz y su hermano Agustín.

Finalmente, respecto al artista, cabe destacar su personalidad provocadora. Tanto en sus películas como en su forma de ser muestra un pensamiento rompedor. Su relación con artistas de carácter internacional e innovador como Warhol fomentan lo esperpéntico de su personalidad, lo que le permite crear una identidad inconfundible en él.

5.2.2. OBRAS

- “Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón” (1980)

Es la primera película de Almodóvar, y la más barata. Carmen Maura protagonizó la película ocupando el lugar de Pepi; Alaska, cuya amistad había surgido gracias al ambiente de *la movida*, fue Bom y por último Eva Silva fue Luci. El filme muestra mediante sus excéntricos personajes la esencia de *la movida madrileña*. Un grupo de mujeres, una relación sadomasoquista, un grupo de música moderna, una violación y la más pura esencia *underground* da comienzo al “Universo Almodóvar”.

- “Laberinto de pasiones” (1982)

En el propio ambiente de la *movida* narra una historia de sexo, amor, fiesta y drogas donde se conocerán una joven ninfómana y el hijo de un jeque árabe.

- “Entre tinieblas” (1983)

Una cantante drogadicta interpretada por Cristina Sánchez Pascual ve como su novio muere de sobredosis, ante lo que decide refugiarse en un convento de monjas “Las Redentoras Humilladas”. Las monjas son cada cual más peculiar, desde heroinómanas a domadoras de tigres. Con esta película se introduce la religión en la filmografía de Almodóvar. Combinada con la droga hace de las monjas un universo particular en el convento.

- “¿Qué he hecho yo para merecer esto!” (1984)

Refleja una familia de clase media-baja española, cuya protagonista, Gloria, ama de casa y limpiadora hace todo lo que puede para poder sacar adelante a su familia. Una obra

violenta y dramática con una fuerte crítica social. Representa una sociedad más asentada y “seria”.

- “Matador” (1986)

Una historia de amor y placer en un ambiente de tauromaquia. La muerte es la principal protagonista en torno a María y Diego.

- “La ley del deseo” (1987)

Crímenes pasionales con un fuerte poder homosexual y transexual. La vida de dos hermanos separados en la infancia se vuelve a juntar muchos años después por medio de sus relaciones amorosas. Cartas de amor, asesinatos y relaciones familiares son la base de película.

- “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988)

Iván desencadena la histeria de Pepa, la cual está embarazada de él y necesita contárselo. A su alrededor comienzan a surgir numerosos contratiempos que le harán imposible contactar con su expareja. Un gazpacho repleto de somníferos se convierte en el verdadero protagonista.

- “¡Átame!” (1989)

Recién dado de alta del psiquiátrico, Ricky decide reencontrarse con Marina, actriz porno con la que se había acostado una vez. Para ello la secuestra en su casa y la ata. Sus únicas intenciones es demostrarle el amor que siente y conseguir que ella le dé una oportunidad.

- “Tacones lejanos” (1991)

Madre e hija comparten al gran amor de su vida. Su asesinato crea desconfianza en ellas y las separa. Almodóvar integra en la película un ambiente *drag* que aporta la parte más festiva de la obra.

- “Kika” (1993)

Kika tiene que lidiar con la traición de su mejor amiga, el engaño de su pareja y su propia violación, convertida en objeto de estudio del reality show “Lo peor del día”.

- “La flor de mi secreto” (1995)

Una metáfora entre la muerte física y la muerte del amor en torno a Leo, una escritora abandonada que debe aprender a valerse por sí misma y aceptar la soledad.

- “Carne trémula” (1997)

Víctor descubre que el hombre por el que había estado en la cárcel se había casado con la mujer por la que habría ocurrido el accidente esa misma noche. Cuando sale de la cárcel busca a Elena para poder reencontrarse con ella, pero el entorno no pondrá fácil esta situación desatando la tragedia.

- “Todo sobre mi madre” (1999)

Una madre emprende la búsqueda del padre de su hijo recién fallecido para poder contarle acerca de él. La transexualidad y el dolor de una madre son la base de este drama.

- “Hable con ella” (2002)

Benigno y Marcos entablan una amistad en el hospital donde ambos cuidan a dos mujeres en coma, el primero de ellos enfermero y el segundo escritor y novio de la torera en coma.

- “La mala educación” (2004)

Un director de cine se reencuentra con el que dice ser Ignacio, un compañero suyo de clase y quiere interpretar con él una obra del director que habla sobre los abusos que recibieron en la escuela. Ignacio no es quien dice ser, pero Enrique accede a rodar con él. Tras el rodaje, Enrique descubre sucesos que se le ocultaron de pequeño.

- “Volver” (2006)

En palabras de Almodóvar “tres generaciones de mujeres que sobreviven al viento solano, al fuego, a la locura, a la superstición e incluso a la muerte a base de bondad, mentiras y una vitalidad sin límites” (ABC, 2006)

- “Los abrazos rotos” (2009)

Mateo se queda ciego tras sufrir un accidente. Comienza a escribir sus memorias con ayuda del hijo de su mujer. Un drama lleno de celos y abuso de poder.

- “La piel que habito” (2011)

El cirujano Robert Ledger ha sufrido un accidente que ha provocado quemaduras por todo su cuerpo. Decide crear una piel artificial contra todo tipo de agresiones. Para comprobar su verdadera utilidad investiga con un humano.

- “Los amantes pasajeros” (2013)

Probablemente la película más alejada de la filmografía de Almodóvar. Un vuelo averiado hace que su tripulación y primera clase decidan resolver sus últimos asuntos para no dejar cabos sueltos en su vida.

- “Julieta” (2016)

Julieta comienza a escribir para su hija toda su historia, desde el momento en que conoció a su padre hasta el momento en el que sus caminos se separaron para siempre. Una historia familiar de pérdida.

- “Dolor y gloria” (2019)

La última película de Almodóvar la define como la más personal. Hace un paralelismo de su vida a través del protagonista Salvador Mallo, un director de cine fracasado que va reviviendo su infancia a través de la heroína y a su vez intentando conseguir remontar su trabajo en el presente.

5.2.3. EVOLUCIÓN DEL CINE DE ALMODÓVAR

Aunque el director tiene su propio sello y sus obras tienen una estética en común que veremos posteriormente, podemos diferenciar su obra en diferentes etapas. Su temática y representaciones van evolucionando a lo largo del tiempo. Desde la representación de un Madrid de los años 80 hasta un cine más personal y emocional.

Por ello podemos determinar que la primera etapa de su obra es *la movida*. “Pepi, Luci, Boom y otras chicas del montón” (1980), “Laberinto de pasiones” (1982), “Entre tinieblas” (1983) y por último donde se nota más la evolución y su nueva forma de concebir el cine: “¿Qué he hecho yo para merecer esto!” (1984). Esta primera parte de su filmografía es una exageración del entorno que le rodeaba, toman gran protagonismo las drogas, el sexo y las relaciones homosexuales. Cuatro películas con una importancia

femenina que no era habitual en la época. Mujeres libres que ya no dependen de un hombre para poder vivir. Es un claro reflejo de la evolución que la sociedad estaba sufriendo. Una etapa experimental donde Pedro se va formando en el mundo del cine.

Con unas bases ya establecidas podemos determinar la siguiente etapa como la de perfeccionamiento. “Matador” (1986), “La ley del deseo” (1987), “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988), “¡Átame!” (1989), “Tacones lejanos” (1991) y “Kika” (1993) forman parte de esta fase. Almodóvar comienza a ser conocido, aunque no es hasta su siguiente etapa cuando será reconocido como artista.

“La flor de mi secreto” (1995), “Carne trémula” (1997), “Todo sobre mi madre” (1999), “Hable con ella” (2002) y “La mala educación” (2004) forman parte de su etapa social. Un estilo mucho más maduro y su primer *Oscar* marcarán su evolución.

Y finalmente su etapa más introspectiva y personal con obras como “Volver” (2006), “Los abrazos rotos” (2009), “La piel que habito” (2011), “Julieta” (2016) y su última obra “Dolor y gloria” (2019) (exceptuando “Los amantes pasajeros” (2013)).

5.3. ESTÉTICA DEL CINE DE ALMODÓVAR

Visualmente, Almodóvar tiene unos rasgos comunes en todas sus épocas, aunque con la evolución y mejora de la técnica consigue resultados mucho más avanzados en las últimas.

Para poder analizar la obra de Almodóvar veo conveniente en primer lugar abordar sus influencias. Para ello debemos volver a su juventud en *la movida madrileña*. Lo más *underground* y *quinqui* estaba presente en la sociedad y sus primeras obras son clave en su representación.

No obstante, una de sus principales referencias es la estética pop estadounidense. Warhol, uno de los principales representantes de esta corriente, era una de las principales fuentes de inspiración de Almodóvar. Su uso de colores vivos y los decorados de las escenas se convierten en una de las principales características del autor. De hecho, en una entrevista a Román Gubern, historiador de medios de comunicación y cine, sentencia que “el “efecto

Almodóvar” es similar al producido por Andy Warhol en Nueva York [...] admirado por crítica y público” (Gubern, 2001)

Como antecesor del estilo característico de los años 80, el postmodernismo, encontramos la *nouvelle vague*, una corriente artística francesa de los años 60. Un cine de bajo presupuesto y escasos medios que rompía con el cine americano. Su temática también era más abierta y podíamos encontrar la total libertad del autor. Esto fue seguido por el posmodernismo, desde los años 80 hasta la actualidad, esta corriente busca un hueco en la industria. Algunas de sus características más innovadoras son los cambios temporales. Las acciones no necesitaban transcurrir en orden, sino que los personajes muestran sus recuerdos y vivimos una abundancia de saltos temporales. Otra característica bastante común en las obras de Almodóvar es el hecho de mezclar géneros. Así pues, en su filmografía destaca una gran presencia de comedia melodramática. Y más relacionado con la estética visual está la ruptura con la realidad. Aunque Almodóvar trata de reflejar una sociedad real lo hace de forma exagerada, con situaciones que no encontramos en la vida cotidiana. El artificio de los personajes hace que su entorno sea igual de exagerado. Una decoración con exceso de color, protagonismo de tonos rojos y azules y mobiliario abundante. Logra que el postmodernismo se mezcle con el *kitsch* y *camp* creando ese “efecto Almodóvar” que hace reconocer su sello en cada uno de sus fotogramas.

El *Kitsch* es conocido como el “estilo del mal gusto”, se caracteriza por el exceso de color y formas. Combinación de texturas y estampados. Un entorno extravagante que podemos encontrar en las casas de algunos de los personajes de las películas de Almodóvar, como es el caso de “Kika” (1993).

Por otro lado, el *Camp* es considerado como el estilo kitsch más bajo. También secunda la exageración difiriendo en su tendencia más afeminada. De hecho, es integrado en la cultura LGTB y especialmente en el *drag*.

Almodóvar es consciente de la imperfección estilística de su obra por lo que proclama lo siguiente para justificar su estilo “cuando una película tiene uno o dos defectos es una película defectuosa, pero cuando tiene tantos, esos defectos constituyen un estilo” (Polimeni, 2004)

6. ANÁLISIS CINEMATOGRAFICO

6.1. MATADOR (1986)

6.1.1. FICHA TÉCNICA

Guion	Pedro Almodóvar y Jesús Ferrero
Dirección	Pedro Almodóvar
Productor	Andrés Vicente Gómez
Música	Bernardo Bonezzi
Director de fotografía	Ángel Luis Fernández
Montaje	José Salcedo
Dirección artística	Román Arango, José Morales, Josep Rosell
Vestuario	José María de Cossío
Maquillaje	Juan Pedro Hernández
Director de producción	Miguel Gómez
Sonido	Bernard Orthion
Efectos especiales	Reyes Abades

6.1.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA

La dirección artística en el cine es principalmente la puesta en escena del guion de forma visual. Así pues, uno de los principales puntos para este análisis es su escenografía. “Matador” (1986) se desarrolla en Madrid, aunque en este caso Almodóvar no se ve en la necesidad de mostrar el entorno puesto que muestra la identidad nacional mediante el tema central de la película, la tauromaquia. No obstante, durante la película si que podemos observar dos localizaciones que nos contextualizan en la capital. La primera en aparecer es la Plaza de la Paja, donde se presenta a uno de los principales personajes: María. En este caso la localización no aporta un significado en la escena, pero la siguiente localización, el viaducto de Segovia, connota en significado a la escena. También llamado el *viaducto de los suicidas* es conocido por ser un lugar popular para quitarse la vida, en este caso es un punto de encuentro entre Diego y María donde hablan de cómo a los dos les obsesiona la muerte.

“Matador” es considerada una de las películas con una concepción artística más desarrollada. Cada escenario tiene su propio significado. Y en primer lugar conviene destacar la casa de Diego, pintada de rojo hasta la cintura y con un suelo redondo color

tierra imitando una plaza de toros, del mismo modo que lo hace su escuela. Toda su decoración contiene elementos taurinos.

Así como los escenarios y localizaciones aportaban un significado, el vestuario nos explica los acontecimientos. La personalidad de María se ve reflejada en su propia ropa. Así pues, en ella diferenciamos su parte de amante con la de abogada. De abogada es más elegante y sencilla, mientras que en sus encuentros con Diego es extravagante y en su vestuario destaca el color rojo, que como veremos posteriormente es un factor imprescindible para la obra.

Almodóvar en sus obras suele destacar un objeto, en el caso de “Matador” encontramos el alfiler de María, con el cual asesina a sus amantes. El juego de dualidad que hace el director en esta obra entre el placer y la muerte se ve reflejado en la horquilla. En escenas de sexo, en primero lugar, el alfiler recoge su pelo, pero finalmente es usada para acabar con la vida de sus amantes. Cabe resaltar su comparación con un estoque o puntilla que, de la misma manera, quita la vida a un toro.

6.1.3. FOTOGRAFÍA

El color es un factor muy importante a la hora de definir una estética. Así pues, Almodóvar cuenta mayoritariamente en sus películas con el color rojo. “Matador” destaca por el uso de tres colores: el rojo, el rosa y el amarillo. Tres colores muy presentes en el mundo de la tauromaquia. Desde el comienzo de la película, nos encontramos su título con grandes letras rojas, del mismo modo que los nombres del reparto. Tanto Eva como María visten de rojo cuando transcurre una escena importante con Diego, lo que lleva al espectador a una sensación de tensión cuando el color aparece en ellas. Un elemento muy destacado de esta obra es un fundido a rojo que transcurre cuando María enseña a Diego todos sus objetos personales.

Del mismo modo que lo hace el color, la iluminación enfatiza y nos permite captar diferentes emociones durante la película. La más destacable de la película se encuentra en una de las últimas escenas. El eclipse que está teniendo lugar crea una iluminación rojiza que enfatiza la pasión de los amantes cuando se quitan la vida.

En este aspecto, hay que destacar por último la claridad con la que se tratan las escenas en las que Ángel tiene “visiones”. Una sala completamente blanca cuyos únicos colores se encuentran en el vestuario de la psicóloga y el abrigo de Ángel.

Por otro lado, consideramos conveniente hacer un análisis de las posiciones de cámara con las que el director crea el filme. En primer lugar, llama la atención la presencia de primeros planos que acentúan las emociones de los personajes, generalmente en situaciones de angustia y sufrimiento. La forma de enfocar las conversaciones también es un elemento destacable de la película. Así pues, en diferentes diálogos como el de Ángel con su madre, o el de Eva con el comisario, encontramos un intercalado breve de primeros planos frontales que ayuda a situarnos con el personaje que habla, dinamizando la conversación. El uso de planos picados o incluso cenitales es un recurso que podemos apreciar en diferentes ocasiones. Resalta a los personajes contextualizándolos en su entorno, como podría ser en la escena donde María y Diego se acuestan en la alfombra junto al capote al final de la película.

El intercambio de primeros planos durante las conversaciones da una sensación de simetría, otra de las características del cine de Almodóvar. No solo la encontramos entre personajes, sino que muchos de sus planos buscan un enfoque simétrico que dota de equilibrio a la imagen.

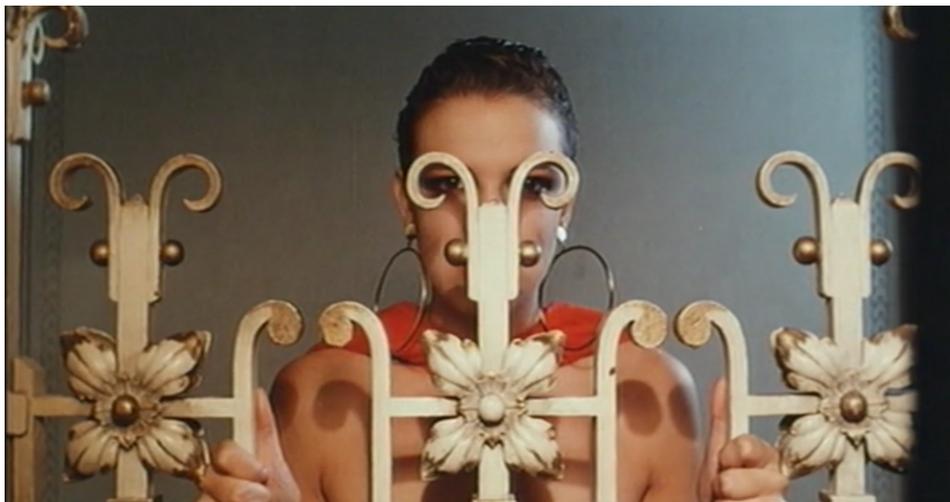


Imagen 1: Recuperada de: <https://www.elmundo.es/cultura/2014/03/04/53160eb8e2704e30238b458f.html>

6.1.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES

“Matador” presenta a Diego en el primer minuto de la película. Para hacerlo nos muestra la característica principal de su personalidad en torno a la que girará la obra. Primeros planos de su cara intercalados con escenas de una película violenta mientras el protagonista se masturba. El director nos muestra los extraños gustos de Diego que combinarán con la presentación de María. No obstante, profundiza en el personaje masculino siendo el siguiente plano de este impartiendo clase. Un plano medio estático que encuadra a Diego con los planos de una plaza de toros. Ese plano se combina con un primer plano de Ángel, mostrándonos su parte más cuerda siguiendo la clase de su maestro. Y seguidamente tenemos la presentación del personaje femenino. Esta camina de espaldas por la Plaza de la Paja, resaltando el alfiler que recoge su pelo. Le acompaña una escena de sexo donde apuñala a su amante y cuyo dialogo es la lección de Diego sobre cómo se mata a un toro.

Nos permite apreciar desde ese instante la conexión de los dos amantes y cómo sus destinos tienen que unirse.

6.1.5. MÚSICA

En esta película encontramos tanto canciones como música. En primer lugar, quiero destacar las canciones, estas actúan como elementos narrativos de la historia, añadiendo significado y complementando las imágenes. En este caso se trata de la canción “Espérame en el cielo”, que acompaña a los amantes en su último encuentro mientras acaban con sus vidas. Por otro lado, la música es del mismo modo un complemento imprescindible para las imágenes, con un tono dramático y tétrico que pone en alerta al espectador.

6.1.6. PRODUCT PLACEMENT

El *product placement* en España comenzó a ser habitual a partir de los 80, por lo que en la filmografía de Almodóvar podemos ver cómo va aumentando su uso progresivamente.

En sus obras, el director especifica sus colaboraciones en la sección de agradecimientos incluida en los créditos finales. En “Matador” encontramos la “Concejalía y Club de la

Tercera Edad del Distrito de Arganzuela (Casa del Reloj)” y la “Escuela de Tauromaquia de Madrid”.

Dentro de este método publicitario podemos diferenciar si son elementos activos o pasivos. En el primer caso, “La Casa del Reloj”, es totalmente pasivo. Los protagonistas no mencionan su nombre ni hacen ninguna interacción donde este lugar se vea involucrado. Es un lugar de paso para María y Diego en su persecución. Por otro lado, la Escuela de Tauromaquia aparece activamente en la obra. Es citada en diferentes ocasiones y una de las localizaciones principales del largometraje.

6.1.7. COMENTARIO

“Matador” es una de las películas de la filmografía de Almodóvar que más destaca por su despliegue artístico. Tiene una imagen cuidada en cada detalle y destaca principalmente la construcción de los personajes a raíz de esta. Los colores son la base fundamental en la estética del autor, y en esta película como hemos dicho predomina el rojo, símbolo de sangre, fuerza y el poder que refleja el torero ante el toro, o en este caso los amantes obsesionados con la muerte.

Respecto al *product placement* en esta obra pasa totalmente desapercibido. Durante el largometraje no encontramos marcas que destaquen en torno a los personajes. Los dos únicos emplazamientos que se han señalado están indicados en los créditos, por lo que pasa totalmente desapercibido para el espectador.

6.2. LA LEY DEL DESEO (1987)

6.2.1. FICHA TÉCNICA

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Miguel Ángel Pérez Campos
Productor asociado	Agustín Almodóvar
Encargado de producción	Esther García, Federico Bermúdez de Castro
Música	Bernardo Bonezzi
Director de fotografía	Ángel Luis Fernández
Montaje	José Salcedo
Vestuario	José María de Cossío
Maquillaje	Juan Pedro Hernández, Jorge Hernández
Sonido	James Willis
Decorados	Javier Fernández

6.2.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA

“La ley del deseo” narra la historia de unos amantes separados en el espacio. El primero de ellos es Juan, el cuál debe irse de Madrid a Conil de la Frontera, donde trabaja en un chiringuito. En Madrid conoce a Pablo, que trabaja allí en sus obras de teatro. Y por último tenemos a Antonio, el cual aparece en numerosas ocasiones en la capital, pero conforme transcurre la película, se localiza su vivienda en el barrio de San Miguel de Jerez, en Cádiz. Por lo que podemos determinar que las relaciones de los personajes transcurren entre Madrid y Cádiz.

Una de las escenas más reconocidas de esta película transcurre en la calle Conde Duque en Madrid, donde al pasar Tina, Pablo y Ada se encuentran con una manguera que atraviesa toda la calle, a lo que Tina ruega: “¡Riégueme!”.

Posteriormente veremos las referencias del director al pintor estadounidense Edward Hopper, pero en este apartado cabe destacar localizaciones claves en su imagen como por ejemplo el Faro de Trafalgar en Barbate. Este lugar es nombrado en diferentes momentos de la película y en él transcurre el principal nudo de acción de la trama.

Por otro lado, los decorados de esta película siguen una línea *Camp* con abundante color y diferentes elementos que, aunque no cuadran entre ellos, crean una atmósfera de excesos, pudiendo destacar en este punto la terraza de Pablo.

Respecto a los vestuarios debemos resaltar el elemento principal de la película, la camisa que tienen Pablo y Antonio de Antonio Alvarado, que tiene un estilo barroco que apoya al *Camp* de los decorados.

6.2.3. FOTOGRAFÍA

La filmografía entera de Almodóvar está repleta de color y esta obra no es una excepción. No obstante, sí que podemos destacar que no existe un color protagonista como es costumbre por parte del director. Podemos destacar el rojo, ya que es un color muy presente en los vestuarios de los protagonistas y en la habitación de Pablo, o el azul ya que en numerosas ocasiones los planos dan importancia al cielo, dotando a la película de ese color y claridad. Ahora bien, no es un protagonismo incondicional como vemos en otras de sus obras.

La iluminación roba protagonismo al color. En “La ley del deseo” encontramos importantes secuencias tanto de día como de noche. No obstante, estos fragmentos están cargados de diferentes connotaciones debido a su iluminación. En primer lugar, durante las escenas de día se trata con una luz natural. La película se desarrolla en verano y la luz que transcurre en ella es clara y potente transmitiendo una sensación de naturalidad y realismo. Pero, por otro lado, las escenas nocturnas están cargadas de una iluminación artificial con diferentes subtonos. En primer lugar, cabe destacar las escenas que poseen un subtono rojizo. Estas las encontramos en el interior de los bares, donde Pablo tiene encuentros con sus amantes. Por otro lado, el amanecer que viven Pablo y Juan en la cama transita de una iluminación artificial roja a una claridad más natural. Así podemos determinar que este tono señala escenas de pasión reforzando los encuentros entre estos.

Almodóvar toma las obras del realismo americano de Hopper y las plasma en Madrid y Cádiz. Encontramos tres referencias claves al autor americano, todas ellas con la característica común de tratarse de un plano panorámico donde está presente una descompensación por el peso de los elementos.

Los espejos continúan presentes en esta obra. Nada más comenzar la película se puede ver una escena de “El paradigma del mejillón”. En ella un narrador indica a un joven lo que debe ir haciendo. Una de las acciones es besarse con su propio reflejo. Así pues, el espejo nos enseña el narcisismo del narrador, que se refleja en Pablo. Por otro lado, cuando Antonio lee una de las cartas de *Laura P*, el espectador lo observa a través de un reflejo, del mismo modo que lo hace su madre. El reflejo nos muestra una realidad que, mediante nuestros propios ojos, o en este caso con los de la madre de Antonio, no podríamos conocer.

La simetría de los planos en ocasiones es puramente estética, sin embargo, en esta película encontramos algunos con fuerte significado. El más destacable lo hayamos en una conversación telefónica. En primer lugar, la conversación la mantienen Juan y Pablo, donde muestran sus sentimientos y el vínculo que les une. Se muestra mediante una pantalla dividida un primer plano de cada uno de los protagonistas. Para acercar sus figuras los planos se encuentran enfrentados, permitiendo la sensación de cercanía y contacto entre ellos. Sin embargo, la llamada posterior es protagonizada por Antonio y Pablo, donde su simetría es opuesta, dirigiendo la mirada fuera de plano, permitiendo percibir el rechazo de Pablo por este.



Imagen 2: Recuperada de: <http://www.ficarq.es/almodovar-hopper/>

6.2.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES

En esta película podemos destacar tres personajes principales. Tina y Pablo comparten escena. Después de ver un fragmento de la obra de Pablo, se abre un telón detrás del cual podemos leer en la pantalla la palabra “Fin”. Ante esta aparece Tina en un primer plano estático. Mirando hacia los lados ve a su hermano que es encuadrado con un plano medio corto encontrándose visualmente con esta. Seguidamente con un plano americano y ligeramente picado los hermanos se abrazan y se paraliza el fotograma en blanco y negro. En este fotograma encontramos el amor que sienten los hermanos el uno por el otro, pero además en la imagen podemos ver un tercer integrante que es el tercer protagonista de la obra, Antonio. A esto le sigue la presentación de dicho personaje. Un primer plano que muestra la excitación del personaje tras el visionado de la película del director reproduciendo la última escena y su diálogo. Esta secuencia finaliza con un plano detalle de sus labios con un fundido a Pablo. Nos mete en contexto de cómo la excitación del personaje no es provocada únicamente por la escena reproducida, sino por el propio director.

6.2.5. MÚSICA

“Ne me quitte pas” interpretada por Maysa Matarazzo es el tema principal de la película. Su primera aparición se encuentra en los primeros minutos del filme y acompaña a la despedida de Juan y Pablo. La canción suplica un “No me dejes”, palabras que repetiría Pablo para que su amante no le deje en Madrid. Nuevamente este tema será protagonista en el teatro, interpretada por Ada y Tina, donde ambas la representan con sus propios sentimientos. Tina por el abandono de la madre de Ada a ella y su hija, y Ada por miedo

a que Tina decida abandonarla y tenga que volver con su madre como manifiesta posteriormente.

La música religiosa es bastante recurrente en las películas de Almodóvar, en este caso encontramos “Oh virgen más pura” acompañada de un órgano, todo ello seguido de una crítica del autor hacia los abusos sexuales en colegios religiosos enmascarados en la piel de Tina.

En los últimos minutos de película encontramos la canción “Lo dudo” de Los Panchos, la cual es acompañada por la voz de Antonio Banderas sustituyendo el diálogo en el que manifiesta su amor por Pablo.

6.2.6. PRODUCT PLACEMENT

Aunque en esta película aparecen numerosas marcas a lo largo de ella -como hemos visto en el apartado anterior- Almodóvar solo hace referencia a alguna de ellas en sus créditos finales.

En la película el diseñador no es mencionado, pero como se ha comentado anteriormente Antonio Alvarado es el diseñador de la camisa en torno a la que se desenlaza la trama. Además, Ángela Arregui Duo es la encargada del vestuario de la película con sus propios diseños.

Todas las marcas vistas anteriormente encajan en la categoría de *product placement* pasivo. Del mismo modo encontramos la “Ferretería Gran Vía” en la cuál Antonio va a comprar y el propio Pedro Almodóvar hace un pequeño cameo como es costumbre en sus películas.

BMW es el coche que utiliza Pablo para ir a Conil de la Frontera y con el cual tiene el accidente. No obstante, la marca del coche pasa totalmente desapercibida en escena, y no es hasta los agradecimientos de los créditos donde podemos conocer la marca.

Del mismo modo, aunque no aparezca su reconocimiento, marcas como “Olympia”, la maquina de escribir de Pablo, son reconocidas en la película y pertenecerían al *product placement* activo.

6.2.7. COMENTARIO

En esta película se pueden diferenciar dos ambientes. El primero de ellos, en Madrid, es más oscuro y contrasta con la luminosidad blanquecina del sur. Las referencias a Hopper crean por ellas mismas la estética de la película remitiéndonos a cuadros como “Nighthawks” (1942), “Habitación en Nueva York” (1932), “Faro a dos luces” (1927) o “Mar de Onguquit” (1928). Esta película tiene una estética más colorida y propia del cineasta. El uso de colores abigarrados y una decoración sobrecargada representa de alguna manera el “mundo Almodóvar” que podemos identificar en varias de sus obras.

En este caso aparecen numerosas marcas que confunden el término *product placement*. En la escena del almacén del bar, por ejemplo, encontramos numerosas marcas, de hecho, encontramos juntas a marcas situadas como competencia directa. Esto aumenta el realismo de la película, pero descarta la eficacia publicitaria.

6.3. MUJERES AL BORDE DE UN ATAQUE DE NERVIOS (1988)

6.3.1. FICHA TÉCNICA

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Productor asociado	Antonio Llorens
Directora de producción	Esther García
Música	Bernardo Bonezzi
Director de fotografía	Jose Luís Alcaine
Montaje	José Salcedo
Vestuario	José María de Cossío
Sonido	Guilles Ortion
Decorados	Félix Murcia

6.3.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA

Calle Montalbán 7 es una de las direcciones más icónicas del director. Allí se sitúa el ático de Pepa en “Mujeres al borde de un ataque de nervios”, situado en el centro de Madrid y con unas vistas artificiales a la Gran Vía. Es la primera vez que Almodóvar usa un plató para su escenografía, y de hecho es una de las más destacadas del director.

Lucía también verbaliza en diferentes ocasiones las direcciones de su casa, la primera de ellas y la más actual está en Calle Almagro, 38. En esta dirección transcurre la conocida referencia de Almodóvar a “La ventana indiscreta” de Hitchcock. Por otro lado, Lucía había

estado ingresada en la clínica López Ibor debido a sus problemas mentales que se manifiestan a lo largo de la película.

Los estudios Exa es el lugar de trabajo de Pepa e Iván, unos famosos estudios de doblaje popularizados en los años 90 y situados en la calle Alcalá 464.

Finalmente, el desenlace de la película transcurre en el aeropuerto de Barajas donde Lucía intenta matar a Iván y concluye en la película con la famosa frase “Llévenme a la clínica López Ibor, que es donde vivo”.

El ático de Pepa goza de todo lujo de detalles y excesos que caracteriza la decoración de los 80. Cada elemento decorativo de la casa tiene color, especialmente destacando los tonos pastel y rojos. Elementos de diseño también están presente en la casa de Pepa como la silla Wassily de Breuer que destaca en primer plano en diferentes escenas. Numerosas plantas, figuras aleatorias, jarrones, lámparas, incluso un globo terráqueo... componen un salón de lo más *kitsch*. Además de su terraza, que lleva a Pepa al más puro estilo rural mediante gallineros y conejos.

Otro elemento muy característico son los papeles que recubren las paredes. Todos ellos con carácter geométrico que contribuyen a ese toque *kitsch* tan característica de la película. Lucía es la representación de esa esencia estética mediante sus vestuarios y maquillajes. Y el último personaje que completa esta concepción estética es el taxista, el cual se encuentra varias veces con Pepa. Un pelo rubio teñido, tapicería de leopardo y una gran colección de productos, conforman en el espacio reducido del “Mambo-taxi”, otro escenario *kitsch* que ha trascendido en la estética del director.

La vestimenta de este protagonista, de forma contraria a su casa, es mucho más sencilla y elegante. Cuando llega a casa su referencia a “ponerse cómoda” únicamente consiste en cambiarse los tacones por unas zapatillas “Victoria”. Esto contrasta con un anuncio que se reproduce en la televisión protagonizado por Pepa, en el que actúa como ama de casa, y su vestimenta es mucho más común y práctica.

Respecto a los objetos enmarcados de esta película podemos destacar dos. En primer lugar, el gazpacho dopado con “Orfidal” que es recurrente en diferentes conversaciones y el que permite el desenlace de la película. Y por otro lado la importancia de los teléfonos durante toda la película. Encontramos diferentes conversaciones telefónicas desde

cabinas y teléfonos propios. Todos ellos fundamentales en el desarrollo del filme, lo que nos resalta la importancia de los medios de comunicación. Se trata de dar mayor protagonismo al teléfono rojo de Pepa, el cual se ha convertido con el paso del tiempo en el símbolo de la película.

6.3.3. FOTOGRAFÍA

“Mujeres al borde de un ataque de nervios” quizás sea la obra más colorida y brillante de Almodóvar fomentada por sus escenarios irreales. En el apartado fotográfico destaca el protagonismo del color rojo. En esta película, aunque con gran cantidad de colores, el rojo y el naranja protagonizan en él los elementos clave. Así pues, como hemos mencionado antes, dos de los objetos más simbólicos son de este color: el problemático teléfono y el gazpacho. El rojo evoca vitalidad, sufrimiento, vulnerabilidad... una mezcla de sentimientos que representa Pepa en su compleja y confusa personalidad.

La iluminación en esta película es artificial y bastante constante. Si bien, la última escena destaca en comparación con el resto por su estilo hollywoodiense que enfatiza el rojo de los vestidos de las dos mujeres que parecen en contraste con el anochecer madrileño.

Por otro lado, los planos y encuadres de “Mujeres al borde de un ataque de nervios” buscan aportar información al espectador más que un aporte estético. En primer lugar, la forma de representar a las mujeres en momentos de nervios. El ejemplo más representativo lo encontramos cuando Lucía llega al aeropuerto. Únicamente podemos ver su cabeza detrás de una pared avanzando sin variar su posición. Por otro lado, destacan los planos que pretenden resaltar una información. Cuando Candela escucha en las noticias que su amante es un terrorista chiita, el plano se mantiene estático enfocando a la televisión, mientras ella camina de un lado a otro entrando únicamente en el plano de espaldas y a través de su reflejo.



Imagen 3: Recuperada de: <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19461984/mujeres-al-borde-de-un-ataque-de-nervios-30-aniversario/>

6.3.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES

“Mujeres al borde de un ataque de nervios” tiene una protagonista absoluta que es Pepa. Su personaje aparece en el minuto 3:10 mediante una fotografía donde esta acompañada por su antiguo amante. Este primer plano de presentación del personaje muestra además las pastillas que usa la protagonista para dormir, dándonos a conocer desde este momento el estado de nervios en el que se encuentra. No obstante, no es hasta el minuto 6:19 donde podemos ver la cara de la protagonista. Esta presentación se realiza mediante un plano medio corto en movimiento de *steadycam* que sigue la cara de la protagonista recién despertada por el sonido del teléfono.

6.3.5. MÚSICA

En la película solo encontramos dos canciones en sus títulos de entrada y en sus créditos. No obstante, estas enmarcan a la perfección el sentido de la película. Comienza con “Soy infeliz” que nos pone en contexto de los sentimientos que la llevan a esa situación, hablando de un desamor que será la trama principal de la película. Y acaba con “Puro teatro” un resumen de los sentimientos finales de Pepa tras todo lo que ha descubierto en relación con Iván.

Por otro lado, toda la película está acompañada por una banda sonora orquestal que enfatiza y ayuda a exagerar el dramatismo de los sucesos, excluyendo de estas

características la música del “Mambo-taxi” que, como su propio nombre indica, es mambo, mucho más animado y rítmico.

6.3.6. PRODUCT PLACEMENT

En esta película encontramos la evolución de la publicidad en el cine del director con una mayor cantidad de productos, aunque también diferenciaremos los que son reconocidos en créditos y los que cobran protagonismo en determinados planos.

Gran parte se trata de elementos pasivos y un ejemplo de ello es el propio “Mambo-taxi”. En él encontramos un gran catálogo de productos donde podemos observar reconocidas marcas como “Larios” y “Gordons” o “Semana” y “Mia”, los cuales serían marcas con competencia directa entre ellas.

Las cabinas telefónicas son soportes publicitarios que cobran gran protagonismo en la obra, destacando la aparición de dos marcas en sus cristales además de “Telefónica”. En primer lugar, la marca de calcetines “Cóndor” y en otra “La Oca”, una tienda de muebles de diseño con los cuales, además, se decora parte del ático.

El cineasta no solo incluye grandes marcas en sus emplazamientos publicitarios. Un elemento que ocupa casi 100 segundos de la película es el “Videoclub Mayte”, que se puede leer en un calendario situado entre la secretaria del estudio y Pepa.

El tabaco es un elemento con el que los personajes interactúan en gran parte de las películas. En este caso Pepa fuma “Camel” en diferentes escenas. La primera de ellas no se centra en la marca, pero en la segunda el plano se mantiene estático permitiendo al espectador leer la marca. En este caso el *product placement* es activo. Aunque en escenas posteriores veremos cajetillas de otras marcas de tabaco en las que no se enfatiza en la marca.

Otro tipo de publicidad es la que menciona la propia marca de forma verbal, así encontramos a la “Inmobiliaria Ubis”. La primera vez que aparece, el espectador no recibe la información necesaria para identificar el nombre de la inmobiliaria. No obstante, cuando Carlos llega a ver el ático de Pepa, hace alusión al establecimiento diciendo que ha sido enviado por la “Inmobiliaria Ubis”.

6.3.7. COMENTARIO

“Mujer al borde de un ataque de nervios” es el reflejo de la estereotipación de las características de Almodóvar en todos los aspectos de la composición de la obra. En sus personajes predomina el protagonismo de la mujer, fuerte e independizada de la figura masculina, que el director pretende plasmar en su obra. A esto le acompaña el protagonismo de colores vivos que caracteriza la película y le otorga un singular criterio estético. Así como el color rojo a pesar de que Almodóvar afirma no ser consciente de su debilidad por él.

En el terreno publicitario, en esta película el *product placement* es más notable, y aunque su integración en la obra no es descarada, sí que llama la atención sobre otros elementos. Aunque en el caso de este largometraje la presencia del *product placement* es recurrente, las marcas que posee no son de un consumo cotidiano, por lo que quizás, su inversión en la película no resulte satisfactorio a nivel de beneficios económicos.

6.4. ¡ÁTAME! (1989)

6.4.1. FICHA TÉCNICA

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Directora de producción	Esther García
Director artístico	Ferrán Sánchez
Música	Ennio Morricone
Director de fotografía	Jose Luís Alcaine
Montaje	José Salcedo
Jefe de sonido	Daniel Goldstein
Figurista	Jose María de Cossio
Maquillaje	Juan Pedro Hernández

6.4.2. DIRECCIÓN ARTÍSTICA

“¡Átame!” transcurre principalmente en interiores, fundamentalmente la casa de Marina y su vecino. Ambos pisos se localizan en Madrid. Del mismo modo que encontramos señalada la Plaza de Chueca, donde se sitúa por la noche el mercado negro. El protagonista tiene un destino fijo, el pueblo de su infancia, y se lo nombra en varias ocasiones a Marina: Zarza de Granadilla (Cáceres). Este será su lugar de reencuentro.

Así pues, los decorados de esta película siguen la línea de “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988): mezcla de colores vivos y tonos pastel, paredes cubiertas por papeles decorados y grandes espacios. Continúa con una estética *kitsch* destacando principalmente la cocina de la casa del vecino de Marina, la cual posee en la pared un mosaico que contrasta con las cortinas de flores y el rojizo de los muebles, finalizando con el estampado de leopardo de los dos taburetes que tiene enfrente de la barra. Principalmente destaca en la casa la cocina y la habitación, donde ocurren las situaciones más relevantes de la trama.

Los vestuarios de la película siguen una línea bastante monótona. Por un lado, Ricky viste siempre con una camiseta o polo de un color liso, lo cual aporta al personaje una estabilidad física de la que carece emocionalmente. Marina por el contrario recorre la mitad de la película en camión y la segunda mitad luce vestidos con estampados alegres y florales, que aportan una alegría y vida que comienza a recuperar enamorándose de Ricky.

6.4.3. FOTOGRAFÍA

Probablemente la película más simétrica del director. En las imágenes predomina el equilibrio. En primer lugar, encontramos el uso del centro por el director de fotografía. Cuando un personaje se encuentra solo en plano se sitúa en el centro y su fondo no posee diferencias de peso, creando esa simetría que busca Almodóvar. Por otro lado, son muchas las escenas donde busca la simetría con dos elementos situados a una misma distancia del centro. Esto se da tanto con los personajes como en la mesa de la cocina donde están sentados Ricky y Marina. También puede ocurrir con los mismos objetos. La casa del vecino tiene dos sillones iguales a la entrada que nos dan esta sensación de equilibrio cuando Lola entra a la casa. Además, los planos estáticos que predominan en el largometraje ayudan a esa estabilidad.

Por otro lado, los espejos son otro elemento que también aparece en la obra, como reflejo de realidad. Cabe destacar la escena en la que Marina está curando a Ricky y lo mira a través del espejo, asumiendo que realmente está enamorada.



Imagen 4: Recuperada de: <https://www.eldeseo.es/atame/>

6.4.4. ESTÉTICA DE LA PRESENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES

En el caso de “¡Átame!” encontramos dos personajes principales. El primero de ellos es Ricky, cuya primera aparición tiene lugar en el minuto 2:29. Su presentación dura 20 segundos en los que el personaje se encuentra en el hospital psiquiátrico. Mantiene una conversación con la enfermera que refuerza la idea de que estamos ante un personaje con problemas mentales. El plano se encuentra ocupado en la parte izquierda de la pantalla por una puerta con rejas, ayudando a la idea de estar encerrado. El personaje está encuadrado en un plano medio que se queda estático cuando este entra en la imagen.

Por otro lado, tenemos a Marina que tarda más en aparecer. En primer lugar, la contemplamos en una revista observada por Ricky, un plano corto detalle que muestra la columna donde Marina presenta la película que está rodando. Este plano va seguido de su primera aparición en los camerinos del plató de rodaje, donde mediante un plano medio corto la vemos hablando con su hermano.

6.4.5. MÚSICA

“Resistiré” es el tema protagonista de la obra. Así pues, es la canción que tiene Lola en su *walkman* y la que Ricky tararea mientras Marina duerme. Pero no será hasta el final de la película cuando cobrará verdadero protagonismo, puesto que en el momento que Marina y Lola encuentran a Ricky y se van los tres juntos, la ponen en el coche y la cantan como muestra de unidad.

6.4.6. PRODUCT PLACEMENT

Siguiendo en la línea de la película anterior, el *product placement* ya es algo habitual en el cine de Almodóvar y el cineasta manchego recurre a ello con frecuencia. En primer lugar, hay que destacar el emplazamiento de producto pasivo que es, nuevamente, el más frecuente de la película. En la “Confitería Toñi”, marca activa, se puede apreciar gran cantidad de marcas como “Trident” o “Rallye”, unos caramelos refrescantes. Del mismo modo, la farmacia también es un escaparate para estas, donde encontramos “Ricola”. De manera verbal en este mismo lugar escuchamos “Sosegon”, analgésico sobre el cual los protagonistas describen algunas de sus características.

Siguiendo con menciones verbales, encontramos “Dry 100”, una marca de cerveza. Está se manifiesta en las tres modalidades que estamos analizando, pues Lola la pide de manera verbal; se puede ver a varios participantes de la fiesta bebiendo sus botellines, lo que sería una representación activa; y finalmente en la barra encontramos un letrero luminoso que la nombra.

Finalmente, los personajes interactúan con numerosas marcas de diferente registro como “Danone”, “Vespa”, “Seat Ibiza”, entre otras.

6.4.7. COMENTARIO

“¡Átame!” causó en su momento gran controversia por su contenido machista, incluso fue considerada en Estados Unidos como pornográfica. A día de hoy en algunos sectores se sigue calificando al director como machista más allá de esta obra. La construcción de personajes marca a una mujer dependiente de un hombre, todo lo contrario de lo que había creado anteriormente. La simetría característica de la película dota a la obra de delicadeza. El equilibrio nos permite percibir la tensión de la protagonista con cada movimiento.

El *product placement* de la obra es más selectivo que en “La ley del deseo”. Pese a encontrar acumulaciones de marcas, podemos encontrar la intención del director de destacar unas sobre las otras, como sería en el caso del quiosco. Además, esta película contiene un *product placement* mucho más activo que en las demás, causando mayor impresión en el espectador.

7. CONCLUSIONES

Pedro Almodóvar tenía claro cómo quería enfocar su personalidad en el mundo de cine con independencia de las dificultades que le plantearan sus extravagantes ideas. Así pues, el director ha conseguido ser reconocido a nivel internacional como una de las principales figuras del cine europeo de las últimas décadas. Aunque narrativamente sus historias también son destacables, el factor estético juega un papel trascendental en toda su obra. Almodóvar ha construido su propio estilo que se puede identificar a lo largo de toda su filmografía.

Durante el análisis realizado hemos podido alcanzar algunas conclusiones que partían de los objetivos principales del estudio. A lo largo de este TFG hemos demostrado la importancia de la composición de sus obras. Sus elementos no son solamente estéticos, sino que gran parte de ellos ayudan al espectador a profundizar en los significados de la escena.

Uno de los objetivos específicos era el estudio de su dirección artística, mediante el cual hemos podido determinar cómo Almodóvar se implica en la caracterización de sus personajes. Cada vestuario aporta al personaje un rasgo que refuerza su personalidad y por lo tanto contribuye a la construcción del personaje. Otra característica escenográfica común del autor en su filmografía es la importancia de la capital española. El director busca ese realismo y pretende que Madrid se vea reflejado en las localizaciones y escenarios de su obra.

El siguiente objetivo se centra en las características de la dirección fotográfica. En este punto destaca la paleta cromática presente en las cuatro obras estudiadas, en la cual destaca el uso predominante del color rojo. No obstante, en este punto sí que podemos apreciar la personalidad de los diferentes directores de fotografía con los que trabaja Almodóvar. En “Matador” y “La ley del deseo” el director es Ángel Luís Fernández, mientras que en “Mujeres al borde de un ataque de nervios” y “¡Átame!” es José Luis Alcaine. Podemos ver que las dos primeras obras tienen el característico uso de colores vivos de Almodóvar con una base monocromática, mientras que las dos últimas tratadas poseen una mayor mezcla de color creando el estilo *kitsch*. Por otra parte, en este mismo punto podemos determinar el uso recurrente de la simetría, tanto entre los personajes como con elementos decorativos.

Otro de los objetivos se enfocaba en los elementos de composición de personajes. Aunque es conocida la predilección de Almodóvar por la representación de personajes femeninos, en estas cuatro obras analizadas encontramos un equilibrio entre protagonistas femeninos y masculinos. Sin embargo, la construcción de ambos géneros difiere. Algo que encontramos en todos los personajes es una inestabilidad psicológica. La “locura” de los personajes masculinos es generalmente innata, no es producida por un hecho concreto. Aunque mediante su presentación podemos determinar que tienen una connotación sexual. Sin embargo, en los personajes femeninos esta inestabilidad se encuentra vinculada al género opuesto. Almodóvar nos lo muestra mediante la dependencia de las mujeres a los hombres.

El punto final de los objetivos se centraba en un estudio del *product placement* y su representación en la obra almodovariana. Cabe destacar la evolución de su uso a medida que esta técnica se iba consolidando en el cine español. “Matador” apenas posee este recurso publicitario, mientras que en “¡Átame!” su presencia es más sólida habiendo transcurrido solamente un periodo de 4 años. Otro aspecto que se puede apreciar en la evolución de sus obras es la categoría de las marcas que aparecen. En las primeras películas aparecen marcas que carecen de uso cotidiano y se puede apreciar una elección de estas más estudiada y crítica. Sin embargo, en las dos últimas hay una elección más indiscriminada, mostrando un “cóctel” de marcas cotidianas y de coste más asequible.

Por todo ello podemos concluir este estudio afirmando que Almodóvar posee una estética característica y reconocible que afecta de manera decisiva al componente publicitario de su obra. Sin renunciar a la esencia de sus inicios y a su sello personal, este universo estético con reminiscencias publicitarias ha ido evolucionando a lo largo de su filmografía y se ha consolidado hasta configurar el referente del cine de autor europeo que es a día de hoy, y por méritos propios, el cineasta manchego.

-FUENTES Y REFERENCIAS

- ABC. (28 de 09 de 2006). Obtenido de "Volver" de Pedro Almodóvar, candidata española a los Oscar: https://www.abc.es/estilo/gente/abci-volver-pedro-almodovar-candidata-espanola-oscar-200609280300-1423515625080_noticia.html
- Allinson, M. (2003). *Un laberinto español. Las películas de Pedro Almodóvar*. Madrid: Ocho y medio.
- Correa Ulloa, J. D. (2005). Pedro Almodóvar. Alguien del montón. En J. D. Correa Ulloa, *Pedro Almodóvar. Alguien del montón* (pág. 41). Bogotá: Panamericana Editorial.
- Díaz, Á. R. (2015). España en su cine. Aprendiendo sociología con películas españolas. En M. T. Martín Palomo, & J. M. Muñoz, *España en su cine. Aprendiendo sociología con películas españolas* (págs. 145-164). Madrid: DYKINSON.
- Fernández, E. C. (1992). *El cine español: una propuesta didáctica*. Barcelona: C.I.L.E.H.
- Gallero, J. L. (1991). Sólo se vive una vez. Esplendor y ruina en la movida madrileña. En J. L. Gallero, *Sólo se vive una vez. Esplendor y ruina en la movida madrileña* (pág. 1). Madrid: Ardora ediciones.
- Gubern, R. (26 de 08 de 2001). "Pedro Almodóvar es el Andy Warhol español". Obtenido de ABC: http://sevilla.abc.es/hemeroteca/historico-26-08-2001/sevilla/Andalucia/roman-gubern-pedro-almodovar-es-el-andy-warhol-esp%C3%B1ol_13638.html
- Gubern, R. (2014). Historia del cine. En R. Gubern, *Historia del cine* (pág. 7). Lectulandia.
- Malvar, A. (26 de 01 de 2018). Érase una vez... "La luna de Madrid". Obtenido de Público: <https://www.publico.es/culturas/movida-madrilena-erase-vez-luna-madrid.html>
- Pedro Almodóvar*. (s.f.). Obtenido de IMDb: https://www.imdb.com/name/nm0000264/?ref_=nv_sr_srsq_0
- Polimeni, C. (2004). Pedro Almodóvar y el kitsch español. En C. Polimeni, *Pedro Almodóvar y el kitsch español* (pág. 61). Madrid: Campo de ideas.
- Sanchez Noriega, J. L. (2017). *Universo Almodóvar: Estética de la pasión en un cineasta posmoderno*. Madrid: Alianza Editorial.
- Vilarós, T. M. (2018). El mono del desencanto: Una crítica cultural de la transición española. En T. M. Vilarós, *El mono del desencanto: Una crítica cultural de la transición española* (pág. 25). Madrid: Siglo XXI editores.

-FILMOGRAFÍA

- La ventana indiscreta (Rear Window, Alfred Hitchcock, 1954)
- Film político (Pedro Almodóvar, 1974).
- Folle...folle...fólleme Tim! (Pedro Almodóvar, 1978)
- Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón (Pedro Almodóvar, 1980).
- Laberinto de pasiones (Pedro Almodóvar, 1982).
- El Pico (Eloy de la Iglesia, 1983)
- Entre tinieblas (Pedro Almodóvar, 1983).
- ¿Qué he hecho yo para merecer esto! (Pedro Almodóvar, 1984).
- Matador (Pedro Almodóvar, 1986).
- La estanquera de Vallecas (Eloy de la Iglesia, 1987)
- La ley del deseo (Pedro Almodóvar, 1987).
- Mujeres al borde de un ataque de nervios (Pedro Almodóvar, 1988).
- ¡Átame! (Pedro Almodóvar, 1989).
- Tacones lejanos (Pedro Almodóvar, 1991).
- Kika (Pedro Almodóvar, 1993).
- La flor de mi secreto (Pedro Almodóvar, 1995).
- Carne trémula (Pedro Almodóvar, 1997).
- Todo sobre mi madre (Pedro Almodóvar, 1999).
- Hable con ella (Pedro Almodóvar, 2002).
- La mala educación (Pedro Almodóvar, 2004).
- Volver (Pedro Almodóvar, 2006).
- Los abrazos rotos (Pedro Almodóvar, 2009).
- La piel que habito (Pedro Almodóvar, 2011).
- Los amantes pasajeros (Pedro Almodóvar, 2013).

- Julieta (Pedro Almodóvar, 2016).

- Dolor y gloria (Pedro Almodóvar, 2019).