

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023-2024

Atlas de la estética almodovariana.

**La influencia de la mirada de Pedro Almodóvar en la publicidad
contemporánea española.**

Trabajo de disertación

ÁNGELA DE LA CRUZ CALLES

Tutora académica: Pilar San Pablo Moreno

SEGOVIA, junio de 2024

Agradecimientos

A todas las chicas almodóvar de mi vida: mi madre, Alicia, Olga, Estefanía, mis amigas...

A mi padre, Hugo y Marcos.

A Javier, por ser mi inspiración.

A Carlos, por El Último Sueño de Pedro Almodóvar.

Y a Pilar, como maestra, por su enseñanza vital y académica.

RESUMEN

Pedro Almodóvar es, junto a Luis Buñuel, el cineasta más relevante del cine español. Sus piezas han destacado por sus narrativas, pero han marcado al espectador a través de su estética. Su imagen ha creado una mirada y resonancia visual, generando unos significados visuales concretos que configuran lo denominado aquí como *estética almodovariana*. La amplitud y extensión de su atlas visual ha generado un sentimiento de pertenencia e identidad para todo aquel que se sienta atraído por su imagen. Pedro Almodóvar y su obra se ha expandido más allá del cine y ha cautivado a otras disciplinas artísticas y creativas. El cine ha nutrido en muchas ocasiones a la creación de piezas publicitarias. En el caso concreto de este cineasta español, su estética y su visión han derivado en una forma de creación que aporta sentimientos y valores concretos. Así pues, las referencias a Pedro Almodóvar en creaciones publicitarias (u otras) se realizan desde una significación subjetiva que deriva en un todo: el *Atlas de la estética almodovariana*.

Palabras clave: Pedro Almodóvar, publicidad contemporánea, estética, resonancia visual, identidad visual.

ABSTRACT

Pedro Almodóvar is, together with Luis Buñuel, the most relevant filmmaker of Spanish cinema. His pieces have stood out for their narratives but have marked the viewer through their aesthetics. His image has marked a look and visual resonance, generating concrete visual meanings that configure what is called here *estética almodovariana*. The breadth and extent of its visual atlas has generated a sense of belonging and identity for everyone who is attracted by its image. Pedro Almodóvar and his work has expanded beyond cinema and has captivated other artistic and creative disciplines. The cinema, the audiovisual, has on many occasions nurtured the creation of advertising pieces. In the specific case of this Spanish filmmaker, his aesthetic and vision has resulted in a form of creation that brings concrete feelings and values. Thus, the references to Pedro Almodóvar in advertising creations (or others) are made from a subjective significance that derives in a whole: el *Atlas de la estética almodovariana*.

Keywords: Pedro Almodóvar, contemporary advertising, aesthetics, visual resonance, visual identity.

Índice.

1. Introducción.....	4
2. Definición del objeto de estudio.....	5
3. Justificación del proyecto.....	7
4. Objetivos.....	8
5. Metodología.....	10
6. Marco Teórico.....	12
6.1. Descripción estética del cine de Almodóvar.....	12
6.1.1. Características de la estética de Almodóvar.....	13
6.1.2. Influencias de la estética de Almodóvar.....	14
6.1.2.1. Influencias y referencias pictóricas y escultóricas.....	14
6.1.2.2. Influencias y referencias literarias.....	18
6.1.2.3. Autorreferencias y otros.....	20
6.2. Aproximación a la estética de su filmografía.....	21
6.2.1. Años 80.....	23
6.2.2. Años 90.....	49
6.2.3. Años 2000.....	65
6.2.4. Años 2010s.....	80
6.2.5. Años 2020s.....	94
6.3. Almodóvar como influencia. Otras expresiones artísticas.....	98
7. La mirada estética de Almodóvar en la publicidad contemporánea española.....	102
8. Conclusiones.....	115
9. Referencias.....	117

1. INTRODUCCIÓN

La cultura y comunicación contemporánea son una pieza clave en la sociedad actual. Ambos conceptos se presentan como interrelacionados y sus límites son cada vez más difusos. Cultura y comunicación son fundamentales en el progreso social y en la adquisición de información y tendencias por parte de los individuos.

El panorama comunicativo audiovisual y gráfico, representado por la cinematografía y publicidad, ha desarrollado un crecimiento cultural y artístico tangible. La elevación de lo audiovisual al arte y, más concretamente en las piezas cinematográficas, no reside únicamente en la narrativa sino también en la estética, que capta también la atención del espectador. Esta crea un espacio artístico dotando de color, lugar y sentido al séptimo arte.

La estética del cine impregna la sociedad y genera estilos estéticos en la expresión publicitaria y, en general, en la comunicación. Una estética cinematográfica concreta se usa en función del objetivo a comunicar, la tipología del producto, el impacto buscado...

Existe una razón en la elección artística y decorativa en las piezas gráficas y audiovisuales. La estética se entiende como un elemento clave en el desarrollo de la comunicación, con ella se alcanza al imaginario y emotividad del receptor desde otra perspectiva. La percepción en la mirada del público da el sentido narrativo al vídeo o gráfica. De acuerdo a García Mejías (citado por Gutiérrez, 2018), la dirección artística en la comunicación y arte audiovisual es aquello que enmarca y da significado.

En el universo audiovisual español hay un claro representante de la imagen: Pedro Almodóvar. Almodóvar cuenta con una dirección artística exquisita, realizada por Antxón Gómez, donde “el arte es un elemento más o personaje más dentro de su narrativa” (Mira A Quién Encontré, 2020, 0:39). El impacto del creador manchego ha ido más allá de sus fronteras y es altamente reconocible por su estética y uso del color. Su imaginario se ha adoptado culturalmente y ha pasado a formar parte de la identidad española. El universo artístico del autor impregna a la sociedad contemporánea observándose en publicidad, comunicación y en los exponentes culturales actuales, como puede ser Rosalía o el diseñador de moda Palomo Spain. Actualmente, estas figuras artístico-comunicativas se retroalimentan y crean una escena cultural con conceptos claves que nacieron en el imaginario del propio Pedro Almodóvar. Se entiende, por tanto, que la tendencia estética contemporánea, en todos sus campos de expresión, se nutren de la concepción de la imagen del creador manchego.

2. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La *estética almodovariana* forma parte del legado plástico de la sociedad contemporánea de los siglos XX y XXI. El director puede ser elevado a “profeta dentro y fuera de casa” (Giralt, 2012). El impacto de su estilo es tal que en la contraportada de su libro se lee: “es el director de cine, guionista y productor español con más alcance mundial desde Buñuel” (Almodóvar, 2023).

El fenómeno de Pedro Almodóvar y su imagen reside en unas referencias artísticas claves como son el arte kitsch, el pop-art, Andy Warhol o el arte camp en una época posmodernista (Tabuenca Bengoa, 2011).

Como cineasta nazco en plena explosión de lo posmoderno: las ideas vienen de cualquier lugar; todos los estilos y épocas conviven, no hay prejuicios de género ni guetos; tampoco existía el mercado, solo las ganas de vivir y hacer cosas. Era el caldo de cultivo ideal para alguien que, como yo, quería comerse el mundo. (Almodóvar, 2023, p.17)

No obstante, no se puede encajar al cineasta dentro de un estilo. Tal y como señala Tabuenca Bengoa (2011, p. 92), “Almodóvar no era un director kitsch, sino un creador que se valía del kitsch inherente a la cultura popular española para crear los contextos y ambientes de sus historias”. La unión de sus referencias y obsesiones artísticas con la cultura popular generan el universo iconoclasta único del autor. En lo respectivo a sus influencias de creación y su mundo artístico el propio Almodóvar señala en su último libro *El Último Sueño* (2023):

Ahora puedo decir que fueron los tres lugares donde me formé: los patios manchegos donde las mujeres hacían encaje de bolillos, cantaban y criticaban a todo el pueblo; la explosiva y libérrima noche madrileña del 77 al 90, y la tenebrosa educación religiosa que recibí de los salesianos en los primeros sesenta.

Todo ello se halla concentrado en este volumen, junto con algunas cosas más: el Deseo no solo como productor de mis películas, sino como locura, epifanía y ley a la que hay que someterse, como si fuéramos protagonistas de la letra de un bolero. (Almodóvar, 2023, p.17)

La *imagen almodovariana* es un eclecticismo de corrientes artísticas, géneros cinematográficos como el Neorrealismo Italiano y narrativas predilectas del autor como *La voz humana* (1930) de Cocteau, *Un tranvía llamado Deseo* (1951) de Tennessee Williams o *Opening Night* (1977) de John Cassavetes (Almodóvar, 2023). El amplio conocimiento del arte literario, pictórico o de la moda unido a sus vivencias permite cobrar sentido a eso que se denomina la *estética almodovariana*. La estilista Alba Melendo (citada por Phillips, 2022) resume este fenómeno “como un olor de la infancia que cala hondo” y recalca: “la combinación de estampados, su transgresor, pero tradicional uso del rojo y la carga de personalidad han hecho de su estilo un símbolo del cine de este siglo”.

Asimismo, la unión de este conjunto artístico con personajes de baja clase social, figuras masculinas violentas y machistas (Alvarado Ramírez, 2019), la *chica almodóvar* (concepto insertado ya en la sociedad) y personas de diversas sexualidades, que son protagonistas de su narrativa, componen también una estética concreta de la sociedad contemporánea.

Estos personajes, junto con el universo posmodernista almodovariano, dan lugar a un concepto de nacionalismo español que se forja en un paralelismo entre los personajes de ídolos antagónicas (el

hombre machista y la mujer transexual) unido a tradiciones castizas de las raíces culturales de país. Un *españolismo* de carácter progresista, debido a la naturalización y presencia de figuras previamente calladas. “Aparecen en mis películas porque en mis películas, valga también de pronto la vanidad, trato también de que sean un reflejo de la vida, aunque no sean películas naturalistas ni costumbristas, pero tienen que ver mucho con la vida” (Almodóvar, 1985, 25:38). No obstante, este concepto de *españolismo almodovariano* es forjado en los inicios del artista y ha sido moldeado por el paso del tiempo, pues sus primeras películas deben enmarcarse como producto de la revolución cultural que supuso *La Movida Madrileña*.

En este nuevo siglo me convierto en alguien más sombrío, más austero y más melancólico, con menos certezas, más inseguro y con más miedo: y es ahí donde encuentro mi inspiración. Prueba de ello son las películas que he hecho, especialmente en los últimos seis años. (Almodóvar, 2023, p.15)

La evolución cinematográfica de Pedro Almodóvar es evidente, potenciada por un hecho sustancial en su vida y en su trabajo artístico que es el fallecimiento de su madre (Almodóvar, 2023). La *estética almodovariana* es un concepto vivo que evoluciona y está sujeta al proceso artístico del autor. La primera época cinematográfica era captada por el público como una imagen de provocación, a pesar de que el propio Almodóvar advirtiera: “a mí no me gusta provocar, parece ser que provoqué, pero yo creo que el escándalo está más en los ojos que miran que en uno mismo” (Almodóvar, 1985, 8:25). Actualmente, hay una estética más compacta:

Pero es evidente que las películas de Pedro han ido evolucionando también en arte, aunque todas tienen algo común que es un poco la exageración o la presencia del color. Y eso, al menos, siempre ha estado ahí, aunque últimamente se va depurando y se va tranquilizando bastante más (...). Hemos pasado de una etapa (...) donde el color (...) hacía mucho ruido visual y estaba muy estampado, a pasar un momento en el que el color está, pero es más en masas homogéneas, más pop. Ya no es tanto el estampado que brille todo el rato, aunque sí en el vestuario, pero me refiero a los decorados. (Gómez, 2020, 1:20)

Todo este compendio es coronado por la exagerada presencia del color rojo como expresión emocional de la narrativa del personaje. Como ya se ha señalado, el vestuario, colores y arte son dados un buen lugar en la historia por parte del cineasta. Pedro Almodóvar destaca por utilizar los colores para expresar las emociones, como indica *La Teoría del Color* de Johann Wolfgang von Goethe, y si hay un color que reina en ese uso de la expresión es el rojo. “El director manchego, ganador de dos premios Oscar, lo convirtió en su marca personal” (Ávila, 2016). Así, el *rojo almodovariano* adopta todos los conceptos estéticos aquí nombrados y se entiende como eje estético de los conceptos sociológicos y narrativos de la cinematografía de Almodóvar.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La relevancia de la figura de Pedro Almodóvar sitúa a su arte como exponente de la cultura contemporánea de finales del siglo XX y principios del siglo actual. Su obra fílmica está ya asentada y altamente aclamada por el público. No es solamente querido por los espectadores, el mundo cultural le considera un genio artístico. Ha sido altamente premiado: dos premios Óscar, diez premios Goya (Grupo Prensa Ibérica Media, 2022) y en 2017 fue el primer español en presidir el jurado del Festival de Cannes (Fotogramas, 2017). La expansión e impacto de su filmografía se debe al reconocimiento de su obra gracias al tipo de historia contada, pero, sobre todo, gracias a la imagen que proyecta.

La estética característica de Almodóvar ha ido creciendo pareja a la difusión de su obra, cuya narrativa y universo visual representan los valores del cineasta, lo que ha ido creando una corriente artística con un vasto número de seguidores. Además, en lo que respecta a la población española, la estética del *españolismo almodovariano* permite que los espectadores se sientan atrapados gracias a la evocación del sentimiento de identificación y pertenencia. Esta capacidad de atracción de la imagen de sus obras ha contribuido a su uso en otras piezas comunicativas y artísticas.

El atractivo estético de la obra del cineasta se ve utilizado en publicidad y en las estrategias comunicativas y estéticas de producto (bien sean personajes culturales o un producto como tal). Sobremanera, la irrupción de Almodóvar en el mundo audiovisual genera un atractivo del público internacional por las piezas audiovisuales y el arte español más contemporáneo. Hoy en día, el *sello Almodóvar* es signo de éxito.

En el presente Trabajo de Fin de Grado se invita a la reflexión y se tratará de ejemplificar el impacto de Pedro Almodóvar a nivel cultural, artístico y comunicacional. Además, se estudiará dicho impacto desde la perspectiva publicitaria para identificar cómo la estética participa en la promoción de los productos y marcas.

4. OBJETIVOS

Como se ha podido observar en el anterior apartado, este Trabajo de Fin de Grado se enfoca como una investigación descriptiva.

La investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes (Albán et. al, 2020).

Los objetivos de esta investigación aquí se realizan con la finalidad de obtener respuesta a las preguntas de disertación planteadas. En proyecto responden a una estructuración señalada por la autora Marta Carrasquilla (2016) que consiste en una primera pregunta principal y unas siguientes “subpreguntas” de diferente categorización.

- **Pregunta principal:** ¿Cuál es el impacto estético del trabajo del cineasta Pedro Almodóvar? Uso en la cultura y comunicación contemporánea.
- **Sub-preguntas:**
 - ¿Cuáles son las características de la estética del cine de Pedro Almodóvar?
 - ¿Cuáles son las características de dicho cine utilizadas en la actualidad?
 - Impacto gráfico y audiovisual en la Publicidad.
 - Dimensiones de la estética de Pedro Almodóvar.

Los objetivos de este proyecto se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1: Objetivos generales y específicos.

Objetivos generales	Objetivos específicos.
Describir la estética de Almodóvar como objeto de estudio a nivel científico.	<ul style="list-style-type: none">● Describir las características de la imagen de Pedro Almodóvar.● Investigar sobre las influencias estéticas y artísticas del cineasta.● Concretar las referencias específicas y vitales del autor (crono-espaciales).● Marcar los puntos específicos en los que se basa dicha estética y la identifican (movimientos estéticos y sociales).
Desarrollar los puntos claves de la estética del artista que gustan al espectador.	<ul style="list-style-type: none">● Describir los valores estéticos y culturales del cineasta.● Desarrollar el poder de identificación de su estética por parte del público.● Investigar qué comunica la dirección artística del cineasta.

<p>Investigar y corroborar el impacto de la estética e imagen del autor, así como de su narrativa que crea, también, un marco estético concreto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Investigar sobre el impacto narrativo-estético del autor. ● Conocer la filmografía del cineasta. ● Estética de la cartelería y filmografía de Almodóvar.
<p>Explorar en torno al panorama cultural contemporáneo en el marco de la publicidad, situando a Almodóvar como referente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar las figuras culturales que son productos publicitarios que se rigen por la estética almodovariana.

Fuente: Elaboración propia.

5. METODOLOGÍA

La investigación descriptiva aquí realizada sigue, por tanto, una metodología de investigación descriptiva.

El método de recolección de datos responde a la observación (Albán et. al, 2020). Se extraen datos cualitativos que buscan dar respuesta a la pregunta de investigación planteada: *¿Cuál es el impacto descriptivo de la estética del cineasta Pedro Almodóvar? Ejemplos de su uso en la cultura y comunicación contemporánea.* Se busca llegar a una ejemplificación suficiente que permita descifrar cualitativamente dicho impacto y, asimismo, demostrar a nivel cuantitativo un alto número de ejemplos. Así pues, se responde a los objetivos generales (asociados a objetivos específicos):

- Describir la estética de Almodóvar como objeto de estudio a nivel científico.
- Desarrollar los puntos claves de la estética del artista que gustan al espectador.
- Investigar y corroborar el impacto de la estética e imagen del autor, así como de su narrativa que crea, también, un marco estético concreto.
- Explorar en torno al panorama cultural contemporáneo en el marco de la publicidad, situando a Almodóvar como referente (en una horquilla de diez años).

La metodología estudiada responde, en primer lugar, a una recopilación de referencias estéticas y literarias para determinar las referencias de la estética de Almodóvar.

En segundo lugar, con el objetivo de identificar los conceptos que configuran la resonancia visual del cineasta se ha utilizado el Atlas Mnemosyne del historiador del arte alemán Aby Warburg, siguiendo la metodología desarrollada para su investigación doctoral por Pilar San Pablo (2015). El Atlas Mnemosyne de Aby Warburg responde a una recopilación de imágenes sobre la historia del arte que el investigador realizó, dejando inconclusa a su muerte en 1929. Este método permite observar “afinidades efectivas” (San Pablo, 2015) para obtener un conocimiento y comprensión visual de lo estudiado. Las más de 2000 imágenes recogidas en las tablas generan lo que el llamo Atlas de la Memoria (Mnemosyne). Sus límites son indefinidos y propone una red de relaciones que podría evocar con un siglo de antelación los pantallazos de Google imágenes. Así se opone este sentido de Atlas al de catálogo, el cual propone una sistematización ordenada, un sistema cerrado a partir de criterios fijos previamente establecidos. Para Warburg, el sentido de su Atlas posibilitaba una forma de pensar las imágenes haciendo saltar correspondencias y generando analogías lo cual permite hallar sentido. “Un atlas así entendido se configura como un espacio para la contemplación, un espacio de pensamiento” (San Pablo, 2015).

Georges Didi-Huberman ha dicho de Aby Warburg que es, para la historia del arte, el equivalente a lo que Freud, su contemporáneo, fue para la psicología. Su atlas de imágenes, Atlas Mnemosyne, compuesto entre 1924 y 1929, aunque quedó inacabado, constituye una obra de referencia para los historiadores del arte. Su comprensión de la imagen se adelantó casi en su siglo al manejo que nos provee hoy la interfaz. (San Pablo, 2015, p. 204)

Georges Didi-Huberman (2011, citado por San Pablo, 2015) considera a Aby Warburg como el fundador de la iconografía moderna. Por consiguiente, el empleo de este método en este proyecto permite descifrar la iconografía del cineasta y los conceptos e imágenes que han conformado el ideario que el espectador ha establecido como propio del director. El Atlas Mnemosyne, así entendido, va a ser utilizado como método para configurar el *Atlas de la estética almodovariana*.

Con el ánimo de corroborar la hipótesis a través de este método del Atlas se realizará después, una comparativa entre las imágenes y la resonancia visual obtenida con las piezas publicitarias escogidas de ejemplo. Se establece una comparativa entre el atlas de los fotogramas de los diferentes filmes del director, junto con el atlas de imágenes de la cartelería de las películas, y lo que la publicidad contemporánea ha interpretado como la mirada de Pedro Almodóvar.

6. MARCO TEÓRICO

6.1. Descripción estética del cine de Almodóvar

Se ha mencionado ya en el presente trabajo que la estética de Almodóvar es “un símbolo del cine de este siglo”, Alba Melendo (citada por Phillips, 2022). Una estética ampliamente reconocida por cualquiera. Pedro Almodóvar ha conseguido eso que todo cineasta quisiera alcanzar: ha creado un mundo, un universo. Actualmente el espectador corriente, sin conocimiento audiovisual, es capaz de reconocer una película del manchego. La narrativa es fundamental, pero aquello que hace su cine realmente reconocible a simple vista es su estética.

La estética del español reside en diferentes pilares, que ya han sido previamente mencionados. En su imaginario conviven y convergen los movimientos artísticos contemporáneos del siglo XX y su realidad vital. Es decir, la imagen de su cine es fruto del momento en el que es creado.

Regis Debray (2000) establece en su libro “Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en Occidente” las Tres Edades de la Imagen. Según dicho autor, los tres “epistemes de la imagen” son: Logosfera, Grafosfera y Videosfera. Este análisis antropológico es aplicable al estudio estético de Almodóvar.

La causalidad de la imagen de Almodóvar y cómo esta depende de su contexto histórico-cultural, realidad inherente a cualquier imagen, enmarca antropológicamente su imagen en el marco de la Videosfera. No obstante, el cine nace en la transición histórica entre el Segundo Episteme (Grafosfera) y el Tercer Episteme (Videosfera), lo que implica que el séptimo arte se enmarque en una transición entre ambos conceptos. Según Debray (1994), la imagen actual (Videosfera) remite al sistema capitalista. No obstante, el cine que vive del espacio mediático busca, a su vez, alejarse de la perspectiva económico-capitalista. Pedro Almodóvar se nutre y nace en la Grafosfera, donde nace el arte objetual y prevalece la mirada del artista, pero crea en la Videosfera, momento de destrucción del lenguaje artístico y del sentido. Se crea una imagen única que dignifica antropológicamente la obra, ya que, la imagen de Almodóvar existe gracias al momento en el que el autor existe.

El cine se nos muestra como la realización en el tiempo de la objetividad fotográfica. El film no se limita a conservar el objeto detenido en un instante (...). Por vez primera, la imagen de las cosas es también la de su duración; algo así como la momificación del cambio. (Bazin, 2014, p. 29)

Como cineasta nazco en plena explosión de lo posmoderno: las ideas vienen de cualquier lugar; todos los estilos y épocas conviven, no hay prejuicios de género ni guetos; tampoco existía el mercado, solo las ganas de vivir y hacer cosas. Era el caldo de cultivo ideal para alguien que, como yo, quería comerse el mundo. (Almodóvar, 2023, p. 17)

El cine nace de y tras la fotografía, hecho muy significativo. La fotografía supuso la gran liberación y revolución artística. La llegada de la fotografía liberó al artista y permitió la llegada de los movimientos vanguardistas marcando también la razón de ser del cine. Esta liberación artística es, sin duda, el punto de partida de la estética de Almodóvar. Una imagen cinematográfica cuyas características resultan inconfundibles.

6.1.1. Características de la estética de Almodóvar

La producción cinematográfica del cineasta cuenta con distintas etapas que responden a su evolución artística y personal, una evolución que se analizará a través de la observación y análisis de sus obras en este trabajo. De dicha evolución se observa, también diferentes imágenes que cuentan con denominadores comunes.

Ahora puedo decir que fueron los tres lugares donde me formé: los patios manchegos donde las mujeres hacían encaje de bolillos, cantaban y criticaban a todo el pueblo; la explosiva y libérrima noche madrileña del 77 al 90, y la tenebrosa educación religiosa que recibí de los salesianos en los primeros sesenta. Todo ello se halla concentrado en este volumen, junto con algunas cosas más: el Deseo no solo como productor de mis películas, sino como locura, epifanía y ley a la que hay que someterse, como si fuéramos protagonistas de la letra de un bolero. (Almodóvar, 2023, p. 17)

Ya se han señalado en este Trabajo de Fin de Grado las claves de la estética del cineasta. La estética es ampliamente conocida ya que ha conseguido la mezcla perfecta entre transgresión y costumbrismo. Ha creado una nueva percepción de la estética española tradicional a través de su mirada transgresora. En su universo, Almodóvar ha conseguido eso que parece imposible: “la unión de las dos Españas”. Reúne la España más tradicional con costumbres antiguas y arcaicas con el vanguardismo del mundo LGTB Q+ y la perspectiva feminista. Un *españolismo moderno* que reúne esos tres lugares en los que el artista se crió y esas tres culturas que lo conforman.

Todo esto adornado estéticamente a través de las referencias estéticas del arte contemporáneo que lo definen, como son el arte pop, arte kitsch, el estilo camp o Picasso (Ad Magazine, 2019). Con elementos decorativos como los colores llamativos o los estampados. Y, por supuesto, su personaje estético principal: el color rojo.

No debí tener más de 10 años la primera vez que escuché su nombre, Pedro Almodóvar, el cineasta manchego que transformó mi visión del mundo y me hizo saber que el rojo, más que un color, es una forma de ver la vida, de habitarla. (...) El cine de Almodóvar enmarca la evolución del juego de colores, textura y formas para que el rojo resulte lo que es. (Grazia Magazine, n.d)

Pedro Almodóvar en el año 2020 escribió para Ad Magazine sobre su relación con su color emblemático:

El rojo es el color de lo exagerado, lo extremo, la muerte, la pasión, el fuego, el deseo, los labios de mujer, etc. Pero también, depende con lo que lo combines puede ser algo mucho más ligero, por ejemplo, unido al blanco roto es una combinación icónica del primer pop, el pop inglés, trasladado a Barcelona, otro ejemplo, por Leopoldo Pomés en *Flash Flash*. (...) En mis películas yo lo he usado muchísimo, el color rojo, si una mujer sale a la calle de noche debes vestirla de rojo. (...) El rojo es también el color del Dolor, y de la locura. Y según la cultura china es el color de los condenados a muerte. Con lo cual es como decir que es el color de lo humano. (Ad Magazine, 2020)

6.1.2. Influencias de la estética de Almodóvar.

Las influencias que generan lo conocido como la estética *almodovariana* son muchas y se entrelazan para generar aquello instalado en el imaginario colectivo como cine de Pedro Almodóvar. El cineasta español ha conseguido el logro de crear un universo cinematográfico. Las características de esa imagen, desarrolladas en el apartado anterior del presente trabajo, nace del imaginario del artista y, a su vez, de las influencias artísticas y culturales que le rodean y ha ido obteniendo. Esa obtención constante de información ha permitido que la imagen del cineasta evolucione constantemente y, a su vez, se profesionalice hacia una imagen mucho más “limpia”.

6.1.2.1. Influencias y referencias pictóricas y escultóricas.

En primer lugar, en lo que respecta a las influencias pictóricas son muchas y claves en las obras de Almodóvar. Estas obras forman sus fotogramas pero, a su vez, muchas aparecen en escena lo que hace de su cine una obra cuidada y de culto.

Si bien, la puesta en marcha de las representaciones pictóricas en el cine ha generado diversos mecanismos de percepción, muchos de ellos han sido heredados de la pintura, ya que por mucho tiempo la forma más acertada de mostrar a los demás una imagen en forma literal y por ende estática, fue la pintura. (Arroyoave, 2018, p. 51)

Así, Pedro Almodóvar como señala Arroyoave (2018), cuenta con una influencia pictórica evidente. Las referencias de obras pictóricas conocidas y con una alta carga simbólica son una estrategia comunicativa del cineasta que genera, también, una imagen característica.

Diferentes autores y expertos han señalado que Pedro Almodóvar cuenta con obras fetiches que ha utilizado en sus películas. Arroyoave (2018) señala algunas de estas como puede ser *La Piedad de Juan de Juanes*.

Con este fotograma en particular se mostrará la vinculación literal que tiene el director con el mundo de la pintura expresamente en la película *La ley del Deseo* del año 1987. Allí, Almodóvar toca el tema del amor libre, que no posee al otro, pero al mismo tiempo, alude a esas ganas de poseer al otro y de ser uno solo con él; estos dos personajes que aparecen en la imagen anterior del fotograma de la película *La ley del Deseo*, y que el director construye en su película, son totalmente contrarios en cuanto a la percepción de lo que es el amor, lo que los llevará a una engorrosa relación, donde uno de ellos, decide quitarse la vida por esa imposibilidad de no poseer al otro por completo. (Arroyoave, 2018, p. 53).

Fig. 1: Fotograma La Ley del Deseo 1:33:06.



Fuente: Google Imágenes

La Piedad de Juan de Juanes representa a la Virgen María sosteniendo el cuerpo de Jesús. Esta Piedad no es tan reconocida como La Piedad de Miguel Ángel, a la cual podríamos decir que también hace referencia el cineasta manchego. La Piedad de Miguel Ángel es una representación del dolor, “representa el dolor de la Virgen María al sostener en brazos el cadáver de su hijo Jesús cuando desciende de la cruz” (Historia del Arte, 2018).

El uso de referencias bíblicas como la Virgen María forma parte del ideario del cineasta, probablemente debido a su educación religiosa. La figura maternal que supone el personaje bíblico de la Virgen María otorga el simbolismo (representado en La Piedad) que busca recrear Pedro Almodóvar en sus obras. La figura de la madre en la religión católica es la figura de la Virgen María y la obsesión del autor de representar a la figura materna es evidente.

En el arte de vanguardia, los artistas intentan imitar a Dios, pues crean piezas que sólo son válidas para ellos mismos. El contenido se disuelve, la representación es netamente un apoyo, creando así significados independientes y originales de la obra que fue adaptada. La cultura de vanguardia, y las formas particulares de adaptación 56 de los artistas, muestran un gran desarrollo, ya que la forma de comunicar indica la diferencia de tiempos. (Arroyoave, 2018, p. 55)

Más allá de esta referencia pictórico-religiosa, Almodóvar realiza otras muchas referencias pictóricas. El editor Jorge Luengo Ruíz subió en el año 2017 un vídeo en la plataforma de Vimeo en el cual recopila una serie de pinturas a las cuales el cineasta hace una referencia en alguna de sus películas:

- Edward Hopper - Night Windows (1928) en la Ley del Deseo (1987).
- Edward Hopper - New York Movie (1939) en La Ley del Deseo (1987).
- Edward Hopper - Nighthawks (1942) en La Ley del Deseo (1987)
- Edward Hopper - Lighthouse of Two Lights (1929) en La Ley del Deseo (1987)
- Edward Hopper - Shakespeare at Dusk (1935) en La Ley del Deseo (1987).
- Juan de Juanes - La Piedad (1540) en La Ley del Deseo (1987).
- Edward Hopper - Morning Sun (1952) en Mujeres al Borde de un Ataque de Nervios (1988).

- Piet Mondrian - Composition Yellow, Blue and Red (1930) en Mujeres al Borde de Ataque de Nervios (1988),
- Roy Lichtenstein- Ohhh...Alright... (1964) en Mujeres al Borde de un Ataque de Nervios (1988)
- Edward Hopper - People in the Sun (1960) en Mujeres al Borde de un Ataque de Nervios (1988).
- Roy Lichtenstein - We Rose Up Slowly (1964) en ¡Átame! (1989).
- Alfred Kubin - Death Jump (1902) en ¡Átame! (1989).
- Jean Cocteau - Drawings en ¡Átame! (1989).
- Diego Velázquez - La Venus del Espejo (1599 - 1660) en ¡Átame! (1989).
- Edward Hopper - Morning in a City (1944) en Kika (1993).
- Edward Hopper - Compartment C Car 293 (1938) en Todo Sobre mi Madre (1999).
- Nazario Luque - Plaza Real Safari (1995) en Todo Sobre mi Madre (1999).
- Edward Hopper - People in the Sun (1960) en Hable con Ella (2002).
- Alfred Kubin - Death Jumo (1902) en Hable con Ella (2002).
- David Hockney - Swimmer Underwater (1978) en Hable con Ella (2002).
- Edward Hopper - A Woman in the Sun (1961) en La Mala Educación (2004).
- Ramón Masats - Seminaristas jugando al fútbol (1959) en La Mala Educación (2004).
- David Hockney - Portrait of an Artist (Pool with Two Figures) (1972) en La Mala Educación (2004).
- David Hockey - Peter Getting Out of Nick's Pool (1966) en La Mala Educación (2004).
- René Magritte - The Lovers (1928) en Los Abrazos Rotos (2009).
- Edward Hopper- Rocky Sea Shore (1919) en Los Abrazos Rotos (2009).
- Mark Rothko N.13 (White, Red on Yellow) (1958) en Los Abrazos Rotos (2009).
- Edward Hopper - Morning Sun (1952) en La Piel Que Habito (2011).
- Louise Bourgeois - Together (2005) en La Piel Que Habito (2011). Escultura.
- Diego Velázquez - La Venus del Espejo (1599 - 1660) en La Piel Que Habito (2011).
- Salvador Dalí - Dream Caused by the Flight... (1944) en La Piel Que Habito (2011).
- René Magritte - The Man of The Sea (1927) en La Piel Que Habito (2011).
- Louise Bourgeois- Femme Maison (1946 - 47) en La Piel Que Habito (2011). Escultura.
- Tiziano - Venus with Organist and Cupid (1548) en La Piel Que Habito (2011).

La enumeración que realiza el autor Jorge Luengo Ruíz (2017) responde únicamente a 9 películas del cineasta, siendo la más reciente La Piel Que Habito del año 2011. Algunas de estas obras se relatan en capítulos posteriores de este trabajo. Destaca en esta enumeración un nombre que se repite varias veces: Edward Hopper.

Hopper es uno de los máximos representantes del realismo estadounidense, y no hay nada más americano que su obra, que muestra escenas contemporáneas rurales o urbanas, personajes solitarios, aún rodeados de gente, figuras en silencio que retratan a la perfección este occidente cada vez más deshumanizado. (Historia del Arte, n.d).

Las alusiones al artista realista estadounidense por parte de Almodóvar son comunes. Estas herramientas se utilizan, a diferencia del uso de La Piedad, para representar la soledad de los personajes. Se observa que, a medida que el cineasta evoluciona, las referencias se repiten y, a su vez, se profesionalizan. La referencia más evidente de Edward Hopper en el cine de Almodóvar es en el fotograma en el Faro de Trafalgar en La ley del Deseo (58:33).

En este caso se ve la gran asociación de los personajes con la estructura, pues Hopper hablaba del faro como lo que contiene lo positivo y lo negativo, lo habitado y deshabitado (...). También puede ser un juego del director con lo fálico, y lo viril. El faro simboliza estas dos personalidades. Es casi increíble la carga que el director le da a sus escenas, y el valor iconográfico en sus películas, pues si bien sus films tienen unas características estéticas que los enriquecen, también puede observarse la vinculación con la pintura, y cómo Pedro Almodóvar hace de esta, un elemento importante, un recurso que empodera la significación de su filmografía. (Arroyoave, p.59, 2018)

Fig.2: Comparación Ley del Deseo (1987) con Edward Hopper - Lighthouse of Two Lights (1929).



Fuente: Jorge Luengo Ruiz en Vimeo (2017).

La presencia de pintura, escultura y objetos de diseño en el cine de Pedro Almodóvar es una constante. En algunos casos se integran en los decorados sin otra finalidad que la meramente decorativa. Ha sido lo habitual cuando las casas de sus amigos se han convertido en escenario fílmico. La de Bom (Alaska) en *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980) estaba en pleno barrio de Malasaña en Madrid, en la calle de la Palma número 14, y era la vivienda-estudio real de la pareja de pintores Costus (Juan Carrero y Enrique Naya) (...). (Camarero, 2020, p. 546).

La inteligencia y trabajo de Pedro Almodóvar reside en el buen empleo y uso de sus referencias. La amplia cantidad de estas denota un conocimiento artístico-cultural que, claramente, profesionaliza su cine. Mientras que Edward Hopper es la clara referencia artística de películas como *La ley del Deseo* (1987), en el caso de *La piel Que Habito* (2011) la guía artística de la película es Louise Bourgeois y su escultura, lógico con lo que la película busca transmitir. Se entiende, por tanto, que hay una lógica en el empleo de las referencias. De hecho, en los créditos finales de *La Piel Que Habito* (2011) se lee: “Gracias a Louise Bourgeois, cuya obra no solo me ha emocionado, sino que sirve de salvación al personaje de Vera” (Almodóvar, 2011, 1:57:57).

La vinculación de Almodóvar con el arte enriquece sus películas y su obra artística. La reflexión radica en plantearse hasta qué punto la inspiración conlleva a la película o la película recoge esa inspiración.

Según se señala en *Todo Almodóvar* (2016) el cineasta dijo lo siguiente:

Vi una retrospectiva en la Tate Modern y detecté una conexión clarísima con lo que quería contar. Me fijé en la escultura de una cabeza, en la que había un perfil masculino y otro femenino, con un niño en el interior. Son imágenes en las que se combinan los géneros, las edades... El arte de Louise Bourgeois es lo que permite sobrevivir al personaje de Vera (Elena Anaya). Imitando su obra, ella consigue salir de su pozo. El arte tiene una función salvadora.

La vinculación de Almodóvar con el arte es tal que, a modo de relato personal, se ve plasmado en sus películas y personajes. Vera, de *La Piel Que Habito* (2011) hace del arte su salvación, pero esa necesidad artística forma parte del personaje almodovariano y su universo cinematográfico.

No es el único personaje almodovariano que ocupa el papel de un creador plástico conocido. Ramón en *Kika* realiza los collages de Dis Berlin. Ava en *Julieta* es una escultura y las esculturas que ejecuta son de Miquel Navarro. Incluso el estudio de esta que aparece en la película está inspirado en el de aquel. La madre de Rosa en *Todo sobre mi madre* pinta cuadros de Marc Chagall, aunque sea con el objetivo de la falsificación. (Camarero, 2020, p. 548)

6.1.2.2. Influencias y referencias literarias.

Yo me sabía escritor desde niño, siempre escribí. Si algo tenía claro era mi vocación literaria, y si de algo no estoy seguro es de mis logros. (Almodóvar, 2023, p. 14)

En lo que respecta a los libros las referencias son, también, abundantes. Es conocido el caso de libros como *La Escapada* (2004) que construyen la idea de guiones de películas, *La Escapada* (2004) de Alice Munro es la base del guion de *Julieta* (2016).

En sus obras aparece en los créditos finales un listado de los libros, cuadros y canciones que se han introducido en la película. En dicho caso de la película *Julieta* (2016), una de las películas con mayor carga emocional, el relato se construye a partir de la novela *La Escapada* (2004) pero en la propia película aparece, también, otras referencias como el libro *El año del Pensamiento Mágico* (2005) de Joan Didion. De hecho, la propia Emma Suárez (actriz protagonista de la película) señaló para el periódico *El Heraldo* en 2016 lo siguiente:

Para componer a su *Julieta*, hizo un viaje en tren, estuvo en Galicia, revisitó la filmografía de Almodóvar y leyó obras como 'El año del pensamiento mágico', de Joan Didion, y 'De vidas ajenas', de Emmanuel Carrère.. (El Heraldo, 2016)

No obstante, en lo que respecta a relatos que hayan marcado al cineasta destaca su obsesión artística por *La Voz Humana* de Cocteau. Una obsesión artística que marca la narración y estética de sus películas y que, finalmente, culmina en el cortometraje *The Human Voice* (2020).

(...) Muchos de los temas que aparecen y les dan forma a mis películas. Uno de ellos es la obsesión por *La voz humana* de Cocteau, que ya se veía en *La Ley del Deseo* y que estaba en el origen de *Mujeres al borde de un Ataque de Nervios*, reapareció en *Los abrazos rotos* y por fin se convirtió en *The Human Voice*, con Tilda Swinton, hace dos años. (Almodóvar, 2023, p.17)

Tomando como referencia su película más personal y autobiográfica, *Dolor y Gloria* (2019), podemos enumerar una serie de libros que aparecen en la película y que, por tanto, marcan al director manchego, tal y como se enumeran en la revista WMagazín (2020). Estos son:

- Ana no (1977) y El cordero carnívoro (1975) de Agustín Gómez Arcos. Ambas novelas tratan de la Guerra Civil y postguerra, la muerte, la vida y el amor.
- Cómo acabar con la contracultura (2018) de Jordi Costa. Un libro de culto sobre la historia cultural española.
- El bello indiferente (1940) de Jean Cocteau. Jean Cocteau es escritor de culto y referente del cineasta manchego. Esta obra de teatro se presenta como otro monólogo sobre el amor y el desamor.
- El libro del desasosiego (1982) de Fernando Pessoa. Se relata la intimidad emocional del escritor.
- El orden del día (2017) de Éric Vuillard. Trata sobre la ética desde el suceso histórico de la irrupción de Adolf Hitler. Recrea una reunión de 1933 donde empresarios alemanes donaron dinero a Hitler, según señala WMagazín (2020).
- En la orilla (2013) de Rafael Chirbes. Es una novela que indaga en la miseria de la sociedad.
- Hamlet (1603) de William Shakespeare. Obra culmen en el mundo del teatro y el cine. Trata temas como la paternidad, la muerte, la traición...
- La gata sobre el tejado de zinc (1955) de Tennessee Williams. Habla sobre el deseo, el amor, la mentira.
- Llamadas telefónicas (1997) de Roberto Bolaño. Según señalan en WMagazín (2020): “Un libro a medida de Pedro Almodóvar”. Narra tres temas que apasionan al cineasta: “historias sobre escritores y literatura, historias policiales e historias de amor con un componente sexual importante protagonizadas por mujeres fuertes” (WMagazín,2020).
- Nada crece a la luz de la Luna (1947) de Torborg Nedreaas. Una mujer se abre a un desconocido.
- The Master. Retrato del novelista adulto (2006) de Colm Tóibín. Biografía hecha novela del escritor Henry James.

El conjunto de obras y libros que aparecen en sus películas tienen un sentido, más allá de aparecer en los créditos. Destacan los casos de la repetición de referencias dentro de películas de diferentes años, lo que denota la obsesión de Pedro Almodóvar por esas obras. Es decir, el personaje de Vera de *La Piel Que Habito* (2011) lee la novela *Escapada* (2004) de Alice Munro, el libro que inspiró al cineasta para escribir *Julieta* (2016), según señala la autora Gloria Camarero (2020).



Fig.3: Vera, *La Piel Que Habito* (2011) leyendo *La Escapada* (2004).

Fuente: Huffpost.

6.1.2.3. Autorreferencias y otros.

Las autorreferencias en el cine de Almodóvar son varias y fomentan ese universo en el que el espectador se adentra con el conjunto de sus películas, favorecen a la identificación de su estética. Por ejemplo, en la película *Los Abrazos Rotos* (2009) hay una referencia a la película que Almodóvar estrenaría en 2021, *Madres Paralelas*. En *Los Abrazos Rotos* (2009) en la oficina del personaje Mateo Blanco aparece colgado un cartel de una supuesta película llamada “Madres Paralelas” (Las Furias Magazine, 2021). Esto, también, nos cuenta un poco más la manera en las que el cineasta construye sus películas pues es una muestra de que la idea de la película del año 2021 ya estaba en su ideario en el año 2009.

En 2017 Pedro Almodóvar empezó a experimentar con el lenguaje fotográfico, inspirado por la emoción que irradian los bodegones de realistas madrileños como Antonio López o Isabel Quintanilla. En *Dolor y Gloria* (2019) pueden verse varias fotografías de Pedro Almodóvar en el apartamento de Salvador Mallo (Antonio Banderas), que recrea en cierto modo la propia casa del cineasta en Pintor Rosales. En el dormitorio del protagonista puede verse la obra *Mi Gato Pepito* (2019). En el cortometraje *La Voz Humana* (2020), también aparecen varios bodegones de Almodóvar, entre los que destaca *Menina* (2019). (Todo Sobre Almodóvar, 2021)

Las influencias artísticas que recoge el cineasta son tan bastas que engloba un conjunto de estilos pictóricos, narrativos, cinematográficos e incluso de vestimenta. Los personajes los construye en función de unos estilos concretos para crear una estética acorde con lo que busca transmitir. En su último libro, *El Último Sueño* (2023), Pedro Almodóvar recoge los relatos que inspiraron sus películas. En el relato de *La Visita*, base de *La Mala Educación* (2004), se hacen referencias estilísticas de la moda como es el caso de Marlene Dietrich en *The Devil is a Woman* (1935).

El resumen de las influencias artísticas del cineasta Pedro Almodóvar resulta ampliamente complejo pues, como se observa a través de su obra, la culturización del artista se amplía a medida que pasan los años. La “profesionalización” de su obra, o más bien, su cine “más adulto” cuenta con una innumerable serie de referencias. No obstante, como ya se ha mencionado, hay tres pilares artísticos que, unidos al conjunto de referencias, crean lo que es el arte y la estética de Almodóvar: las mujeres en los patios manchegos, la educación religiosa y la noche en La Movida Madrileña.

(...) El eclecticismo, la mezcla no sólo de géneros, sino de obras que me marcaron: además del monólogo de Cocteau, lo hicieron *Un tranvía llamado Deseo*, de Tennessee Williams (*El Deseo es el nombre de mi productora*), y *Opening Night*, la película de John Cassavetes. Todo lo que ha caído en mis manos o pasado ante mis ojos me lo he apropiado y lo he mezclado como algo mío. (Almodóvar, 2023, p. 17)

Fig. 4: Marlene Dietrich en *The Devil is a Woman* (1935).

Fuente: Pinterest.



6.2. Aproximación estética a su filmografía.

Los largometrajes que ha dirigido y ya han salido a la luz son:

1. *Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón* (1980)
2. *Laberinto de pasiones* (1982)
3. *Entre tinieblas* (1983)
4. *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984)
5. *Matador* (1986)
6. *La ley del deseo* (1987)
7. *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988)
8. *¡Átame!* (1989)
9. *Tacones lejanos* (1991)
10. *Kika* (1993)
11. *La flor de mi secreto* (1995)
12. *Carne trémula* (1997)
13. *Todo sobre mi madre* (1999)
14. *Hable con ella* (2002)
15. *La mala educación* (2004)
16. *Volver* (2006)
17. *Los abrazos rotos* (2009)
18. *La piel que habito* (2011)
19. *Los amantes pasajeros* (2013)
20. *Julieta* (2016)
21. *Dolor y gloria* (2019)
22. *Madres Paralelas* (2021)

Actualmente se encuentra rodando *La habitación de al lado*, como ha confirmado su productora El Deseo. También ha dirigido cortometrajes como *La voz humana* (2020) o *Extraña forma de vida* (2023). En su faceta de productor ha producido con El Deseo obras como *Acción mutante* (1993), ópera prima de Alex de la Iglesia, o *La vida secreta de las palabras* (2005) de Isabel Coixet.

En este apartado se procede a realizar un análisis en orden cronológico de los largometrajes dirigidos por Pedro Almodóvar desde sus inicios, ambientados en la perspectiva de la Movida Madrileña, a su primera película producida por la productora El Deseo S.L que comparte con su hermano Agustín Almodóvar, o *Volver* (2006) la película que le alza como ganador en el Festival de Cannes, la autobiográfica *Dolor y gloria* (2019) con la que Antonio Banderas ganó el mejor actor en los Goya y en Cannes hasta su última película estrenada en cines *Madres Paralelas* (2021) (Historia del Cine.es, 2024).

Dicho análisis responde a la metodología expuesta respondiendo al método utilizado por María del Pilar San Pablo (2015) que radica en El Atlas Mnemosyne de Aby Warburg lo que permite entender la resonancia visual de la iconografía de Almodóvar.

Asimismo, los carteles del conjunto de las películas son analizados mediante la metodología de composición de la cartelería propuesta por las autoras María Tabuena, Laura González-Díez y Belén Puebla (2020). Dicha metodología reside en los cuatro siguientes puntos de análisis:

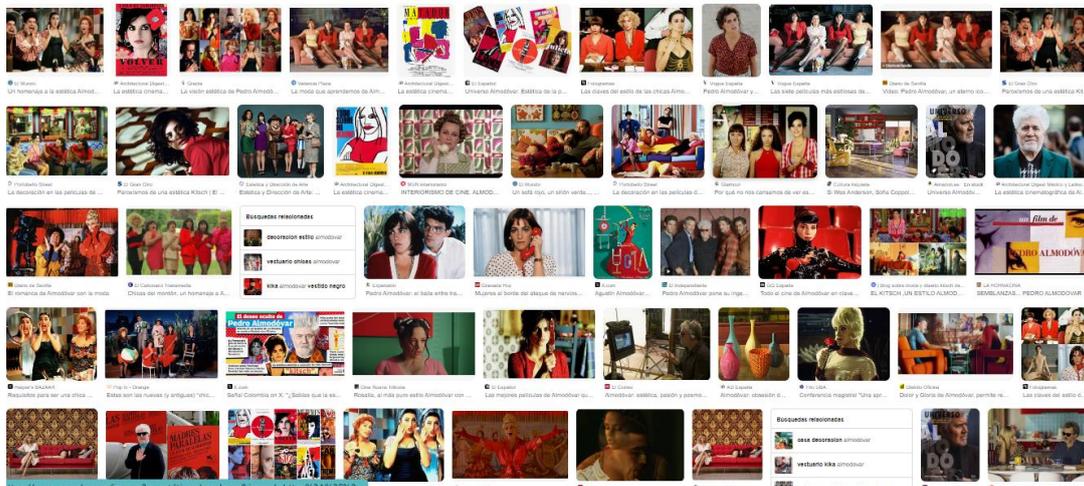
- Criterios compositivos.
- Contenido tipográfico.
- Contenido gráfico.
- Contenido cromático.

Con el conjunto de la investigación aquí propuesta se plantea una aproximación a la estética de su filmografía que permita identificar la resonancia visual que genera la iconografía de Almodóvar dentro de su propia filmografía y, en consecuencia, al exterior.

Se identifican aquí los ejes estéticos descritos previamente en el presente trabajo que son los siguientes:

- **Violencia y sufrimiento** (unido a las relaciones pasionales y sexuales, representada también desde la figura del hombre y la violencia desde el machismo). **Dolor y herida** (física y psicológica).
- **Deseo y amor** (ligado a la interpretación de la pasión por parte del cineasta).
- **Progresismo y tradición, oposición visual (rojo-azul)** (la contraposición de las raíces culturales del artista frente a valores sociales progresistas). La Movida o sexualidad frente a los patios manchegos y su educación religiosa en la infancia. **Españolismo almodovariano: el visual de España.**
- **Provocación, pecado** (desde la concepción de la religión y dogmas sociales).
- **La mujer, feminismo** (como la figura de la madre, la Venus o el poder transgresor).
- **Diversidad sexual e identitaria** (el mundo LGTBIQ+).
- **El tiempo** (presente-pasado, muerte, el recuerdo).
- **La locura, el delirio** (de índole pasional).
- **El rojo** (su personaje principal de la historia unido a la figura femenina, desde dónde parte su estética).
- **Madrid como encuadre de sus largometrajes, como lugar de su imaginario visual.** Desde el Madrid de La Movida hasta el Madrid más actual.
- **Cine, mundo del espectáculo.** Otro lugar y entorno del imaginario visual del director. El intimismo de la figura del director (el artista) como protagonista.

Fig. 5: *La estética almodovariana, el Atlas de Google Imágenes*



Fuente: Google Imágenes.

6.2.1. Inicios: Años 80.

Pedro Almodóvar busca crear un cine rompedor y rebelde en el que la transgresión se convierte en la máxima, donde las películas muestran sin tapujos: filias sexuales, consumo de drogas y las relaciones homosexuales en un momento en el que España se encontraba en la Transición. Esto está presente en la fusión de elementos tradicionales con otros modernos dentro de un collage kitsch con personajes extravagantes y marginales, como en el caso de la cantante heroinómana Yolanda Bell de *Entre Tinieblas* (1983) o Riza Niro de *Laberinto de Pasiones* (1982). (Historia del Cine.es, 2024)

La resonancia visual resultante de las primeras obras del director de cine resulta en una iconografía de **relaciones pasionales violentas y de gran carga sexual**. Asimismo, destaca la presencia de otros “mundos”, en su momento marginales, como el colectivo LGTBQ+ o las drogas. La mezcla de valores tradicionales, enfrentados desde una perspectiva **feminista y progresista**, con la transgresión y anarquía de La Movida Madrileña. Un tema central y presente en esta y todas sus etapas es el mundo del espectáculo y, sobre todo, del cine, en sus inicios centrados en el ambiente de La Movida, más adelante, se trata un mundo más refinado con sus luces y sombras.

En la imagen de los largometrajes destaca un cromatismo basado en colores primarios y de tintas planas, no obstante, en las primeras películas tenemos una menor definición y mayor explosión de color y caos. La utilización de los colores es significativa, también, en los carteles de esta década. **Destaca la combinación de rojo, amarillo, azul y rosa a modo collage de formas geométricas**. Son los colores primarios los que construyen la iconografía del cineasta, a la combinación anterior se le añaden otros como el verde o el naranja. La perspectiva alternativa de las películas puede observarse en los carteles: el inicio “más underground” de las tres películas resulta en unas piezas pintadas, simbólicas, alocadas y artísticas. El cartel toma una técnica más pulida siguiendo el **estilo pop-art de Warhol** desde *Matador* (1986) y tras *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984), película que coloca a Almodóvar en la industria más internacional.

Las corrientes artísticas (que ya han sido mencionadas) que definen al director son: collage, arte kitsch y pop-art.

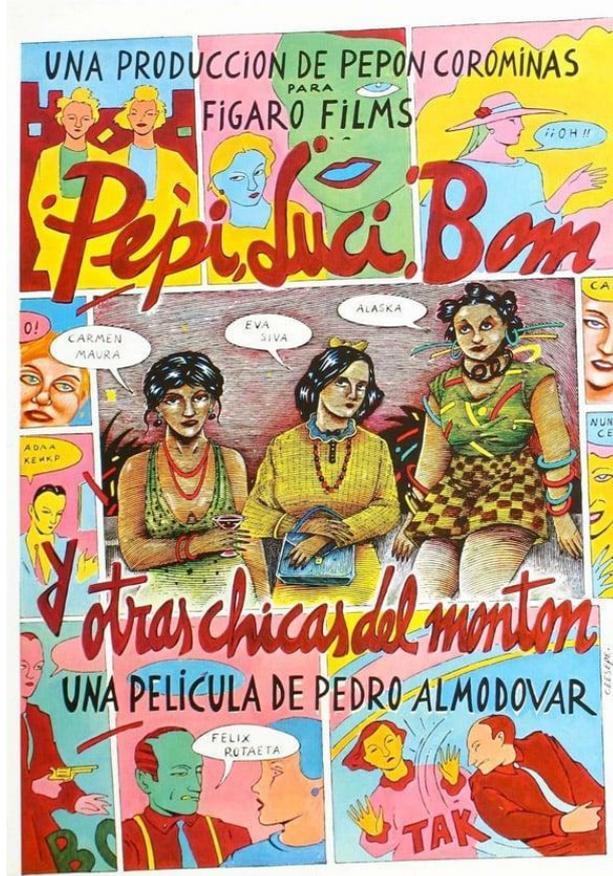
6.2.1.1. Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón (1980).

La primera película del director es una clara muestra de intenciones: un conjunto caótico, desenfrenado y divertido enmarcado en la Movida Madrileña. De hecho, esta película es considerada un ícono del movimiento de la movida.

Este largometraje pertenece ya a la cultura popular con escenas tan icónicas como: la “lluvia dorada” de Alaska o el anuncio “Hagas lo que hagas ponte bragas”. A pesar de carecer de coherencia técnica, la estética y narrativa alternativa de *Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón* (1980) permitió que Pedro Almodovar se hiciera nombre en el mundo del cine. A pesar de que con el paso del tiempo abandona el extremo del surrealismo hacia un cine más existencialista, la explosión visual de esta primera película acompañará a Pedro Almodovar en el conjunto de su imaginario.

I. Cartel.

Fig.6: Cartel *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980).



Fuente: SensaCine.com.

Este es un cartel de formato vertical de 70x100cm con tipografía de escritura que resulta convencional y se aleja de la técnica, colores llamativos y dibujos desenfadados; se genera un conjunto de estética underground propio de la Movida (Tabuenca, 2011). El autor del cartel es el pintor Ceesepe, la idea del cartel es más allá que publicitaria es una plasmación pictórica y artística del universo de la primera película del autor.

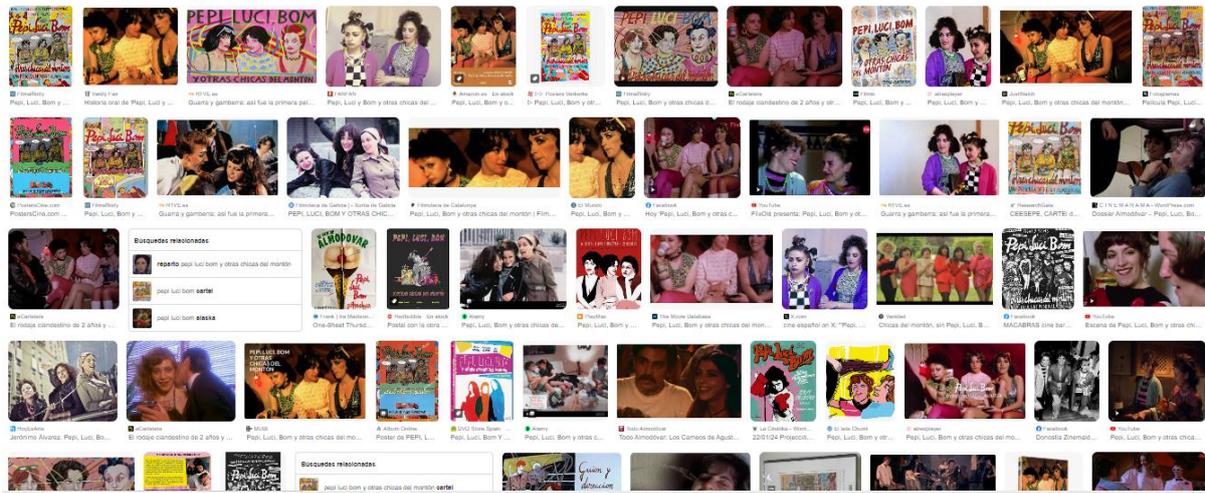
Ceesepe aborda el trabajo con el planteamiento en él habitual, plasmar una ilustración, en este caso un cómic de influencia pop, que sirva de fondo a todo el cartel. Mediante dibujos realistas se desarrollan viñetas en las que se representa el universo tanto femenino como feminista de la película. El cartelista hijo de la Movida, valiéndose de distintos tipos de trazos y tratamiento del color, crea figuras quizá demasiado detalladas para el minimalismo característico que iría puliéndose en la siguiente década. (Tabuenca, 2011, p. 97)

El centro del cartel son las mujeres protagonistas, se empieza a generar la idea de la mujer como eje central del universo del cine de Almodóvar. El dibujo de las tres protagonistas está rodeado por el conjunto de las representaciones de escenas de la película. El cartel resulta en una **pieza de estilo pop-art que resuena al tebeo y al cómic**, un escenario caótico y desenfadado (muy alejado de lo cuidado y técnico).

Cromáticamente está realizado en vivos colores que alternan los matices en tonos cálidos de la gama de los marrones, rojizos, amarillos y tierras, con los fríos azules y verdosos, dando lugar a sensaciones encontradas de frescor y alegría con otras de tristeza y preocupación. La percepción de los blancos, tanto en los bocadillos de diálogo de los personajes como en los recuadros que enmarcan las viñetas, posibilita una clara definición del contenido icónico. (Tabuenca, 2011, p. 97)

II. Imagen.

Fig. 7: *Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón* (1980), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig.8: *Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón* (1980).



Fuente: eCartelera.

Fig.9: *Pepi, Luci y Bom y otras chicas del montón* (1980).



Fuente: El Mundo.

La anárquica imagen de esta película resulta en un inicio del *universo almodovariano* a través del progresismo y “gamberrismo” de la estética de La Movida Madrileña que marca los primeros años del cineasta y, también, dejará una huella en el conjunto de su obra.

Destaca la **sexualidad** desde la perspectiva de la diversidad y en **contraposición con la tradición**, como representa la imagen de “la lluvia dorada” (fig. 9). La película como llamamiento **femenista** y representación de la época de cambio en la que se crea.

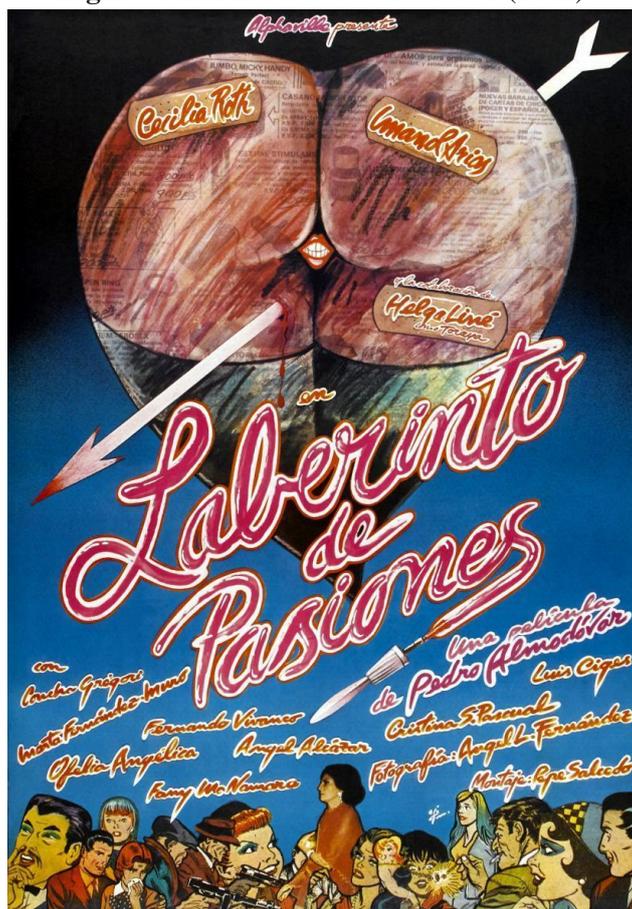
6.2.1.2. Laberinto de pasiones (1982).

Esta película retoma los conceptos de la **sexualidad desde un punto de vista agresivo y violento**. Almodóvar vuelve a situarse como representación del momento de cambio y crea una imagen de lo que la Movida Madrileña es. Sus películas se han convertido en la resonancia visual del ideario colectivo de esos años y la transgresión que supusieron.

Más allá de los valores iconográficos que muestra la película, como parte de la intrahistoria del universo de Pedro Almodóvar, es en esta película dónde el director descubre al actor Antonio Banderas, un ídolo en el cine español e internacional.

I. Cartel.

Fig.10: Cartel *Laberinto de Pasiones* (1982).



Fuente: Filmaffinity.

El cartel de formato vertical de 65 x 93 cm es realizado por Iván Zulueta. “Iván Zulueta está considerado en el mundo del arte como uno de los mejores cartelistas españoles. (...) Tiene una manera especial más plástica de entender el cine, tal vez relacionada con su también faceta de director” (Tabuenca, 2011, p.97).

El objetivo del cartel es claramente simbólico. Toda su disposición a nivel textual y tipográfico y, también, en lo que se refiere a la imagen pictórica busca generar un simbolismo en torno a la pasión y lo sexual.

En él puede entenderse de partida un cierto desorden en la disposición del contenido textual, pero una vez analizado denota la frescura transmitida por el tipo de letra de escritura utilizada y sus controladas situaciones que se olvidan de la rigidez geométrica. Cabe decir que el simbolismo no solamente se transmite a través del contenido gráfico, sino que los propios textos contribuyen a ello gracias al uso de connotaciones sensuales, a la utilización de productos cosméticos, etc (Tabuenca, 2011, p. 100)

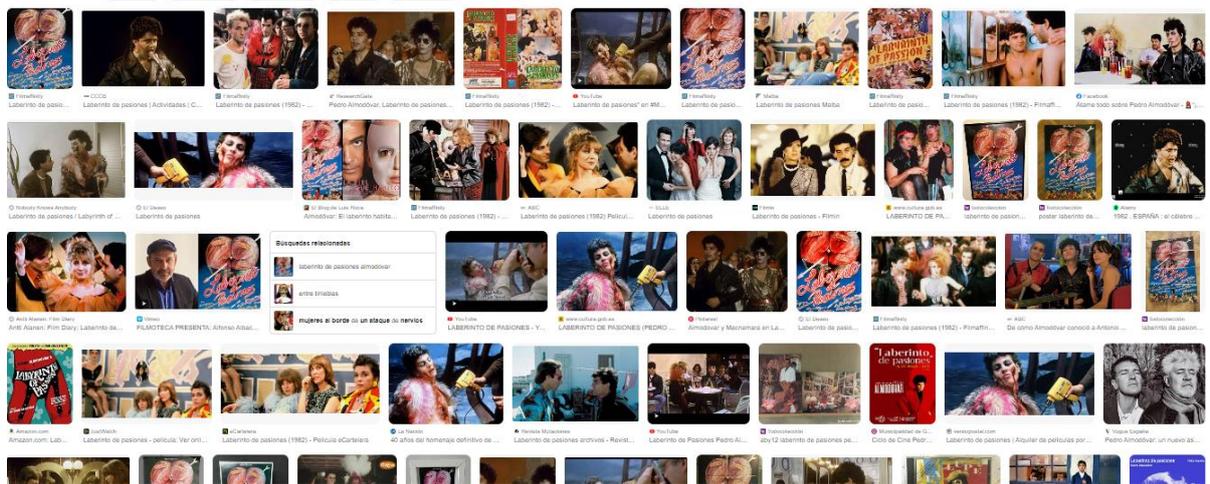
Abajo del cartel donde se juntan diferentes personajes y texto desenfadado genera ese caos entorno al sexo, representando la idea de la película.

El elemento central es el glúteo en forma de corazón, una alusión clara a la **sexualidad**, acompañado del título de la película creado con un estilo de barra de labios. Estos elementos están dispuestos en técnica de collage (Tabuenca, 2011).

Cromáticamente el cartel parte de un fondo en la gama de los azules que denota lejanía y misterio e incluso en su degradado hacia el negro adquiere cierta dosis de fanatismo. Sobre él se localiza el icono principal, resuelto en tonos rojizos que transmiten inquietud y emoción, a la par que las partes más fucsias tienden a resaltar algo de frivolidad. Para el último nivel, los textos se disponen en tonos rojos y carmín exponiendo los impulsos y las pasiones sugeridas en el collage diseñado para el faldón del cartel. (Tabuenca, 2011, p. 100)

II. Imagen.

Fig.11: *Laberinto de Pasiones* (1982), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig.12. *Laberinto de pasiones* (1982)



Fuente: Cultura.gob.es.

Fig.13: *Laberinto de pasiones* (1982).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com

Esta película es una evidencia clara de la **sexualidad** unida a la **violencia** que resuena en la mirada de las relaciones pasionales en la obra del autor. Todos esos conceptos pasiones enmarcados en la más clara estética ochentera de **La Movida Madrileña**, un universo underground propio de los primeros años del cine de Almodóvar.

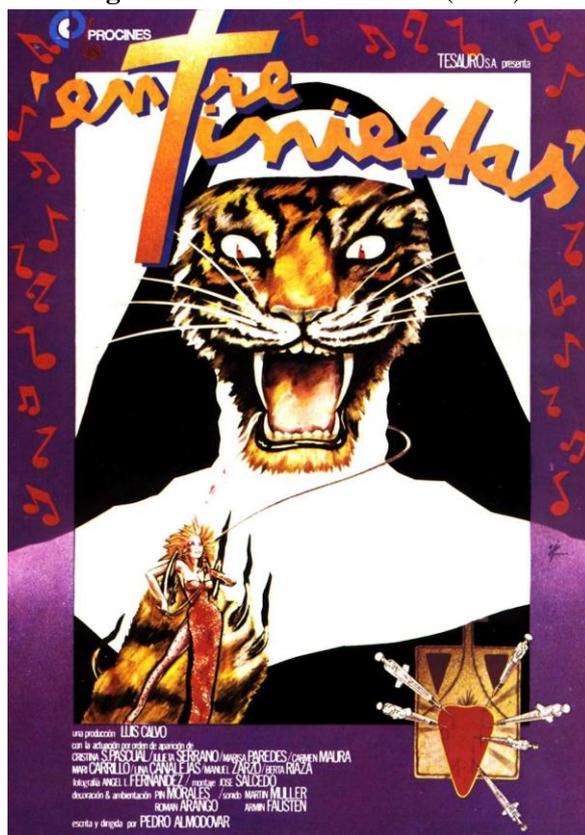
6.2.1.3. Entre Tinieblas (1983).

Entre Tinieblas (1983) es un alocado largometraje de Almodóvar en cual se mezclan los conceptos tradicionales como la religión, en los cuales el artista ha sido criado, con la libertad sexual y los nuevos valores propios de la Movida Madrileña, a la cual el cineasta pertenece en estos años.

Entre Tinieblas (1983) nace de la experiencia vital del artista para reivindicar el **pecado** en la ideología y vivencia de la religión cristiana, enmarcado en una imagen surrealista y absurda (pareja a su narrativa). En el minuto 00:36:18 de la película aparece la frase que resume el motor del largometraje: “En las criaturas imperfectas es donde Dios encuentra toda su grandeza”.

I. Cartel.

Fig.14: Cartel *Entre Tinieblas* (1983)



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

El presente cartel es un cartel vertical de dimensiones de “70x100 cm” (Tabuenca, 2011, p.101), realizado por Iván Zulueta para la película *Entre Tinieblas* (1983) de Pedro Almodóvar. Dicho cartel tiene un **carácter simbólico** que genera una iconografía que representa la película que promociona. Todo se encuadra a través de un borde de notas musicales con referencia, de nuevo, a la narrativa del filme. La excepción es la tipografía a “palo seco” (Tabuenca, 2011, p.101) presente en los rótulos del cartel.

La idea del cartel está creada en torno a la perspectiva del collage, no obstante, “la técnica depurada es mixta” (Tabuenca, 2011, p.101) ya que utiliza, también, la tinta de colores planos.

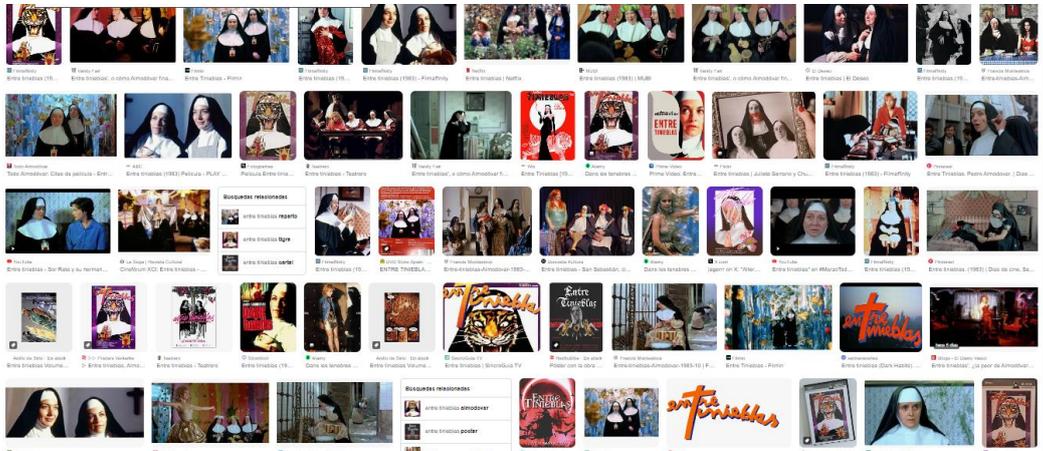
En lo que respecta al contenido cromático, los colores que crean el cartel son el morado, naranja, rojo, blanco y negro. Los colores se presentan en **contraposición**, así se muestra en el título naranja-morado, en el borde rojo-morado y en la vestimenta de la monja en blanco-negro. El **rojo** que aparece en menor medida sirve como punto de llamada de atención a la figura de la protagonista y al escapulario del sagrado corazón.

(...) recoge la idea general de la película con la caracterización de la madre superiora con cara de tigre, representación animal tomada como herencia de Warhol, que con sus garras intenta apoderarse de la cantante. El hábito de la monja continúa saliéndose del cuadro degradando su color, entrando en contacto con el resto del cartel evocando como la forma de vida del convento

afecta al transcurso de la trama de la película. En el cuadrante inferior derecho, se muestra el escapulario, símbolo de la congregación, que está pinchado con jeringuillas, en relación con la temática de drogadicción que rodea al filme. (Tabuenca, 2011, p. 101)

II. Imagen.

Fig.15: *Entre Tinieblas* (1983), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig.16: *Entre Tinieblas* (1983).



Fuente: Filmaffinity.

La imagen resuena a la idea de La Última Cena, una idea bíblica representada pictóricamente por Leonardo Da Vinci en los años 1495-1498. En la imagen de la película la atención de la luz y el foco se dirigen hacia la protagonista, Yolanda, como representación del pecado que representaba Judas, dicho Judas femenino (el pecado) se presenta en un vestido de color rojo. La atención del resto de protagonistas es hacia ella y su escena de **pecado** y provocación hacia la abadesa.

Fig.17: *Entre Tinieblas* (1983).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

Fig.18: *Entre Tinieblas* (1983).



Fuente: Filmaffinity.

Entre Tinieblas (1983) es la representación de valores antológicos. La **sexualidad** y la identidad están encerradas en el mundo de la religión. La concepción de la mirada de Almodóvar sobre la **religión** desde una concepción de esta con cierta **provocación** y surrealismo. Es así como a través de la imagen, Almodóvar nos muestra las aspiraciones de Sor Rata de Callejón de cambio en su vida (fig. 18). El color **rojo** se muestra como fundamental en el contraste con la arquitectura religiosa, destaca sus valores llamativos y arriesgados. El color rojo como concepción del cambio, del **deseo**, pasión. El color rojo de *Entre Tinieblas* (1983) es la mirada de Almodóvar en su vivencia religiosa.

6.2.1.4. ¿Qué he hecho yo para merecer esto? (1984).

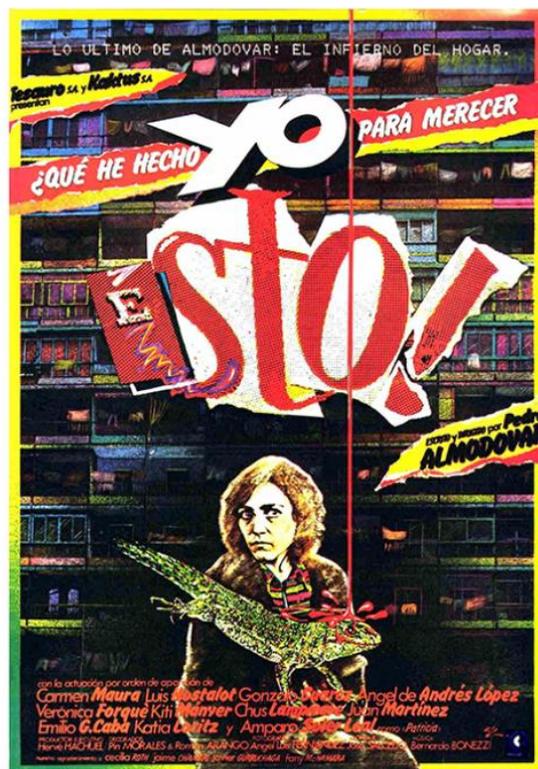
El largometraje en el que se experimenta un cambio formal en el cine del autor es *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984), desde el underground a un cine más técnico y cuidado. El cineasta obtiene un reconocimiento artístico en el mundo que da lugar a su cine (Historia del Cine.es, 2024). Encontramos una narrativa más violenta y menos absurda, se cuenta una historia cargada de realidad dentro del dramatismo de la película.

Un drama que se acerca al neorrealismo y con el que Almodóvar consigue reconocimiento internacional al llegar al Festival de Venecia con *Entre Tinieblas*, pasando de ser un realizador underground a un director de cine reconocido. (Historia del Cine.es, 2024)

¿Qué he hecho yo para merecer esto? (1984) es una mirada del artista, inherente a su vida, de la vida del matrimonio heteresexual con la diferencia de poder entre el hombre y la mujer. Es una narrativa feminista que resuena visualmente en la mujer como centro de la iconografía de la película.

I. Cartel.

Fig. 19: Cartel *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984)



Fuente: Posterscine.com.

Este cartel realizado por el diseñador Iván Zulueta en formato vertical “67x100cm” (Tabuenca, 2011, p.104) es una demostración del uso de la técnica del **collage** para demostrar la violencia de la trama expuesta en la película. El borde de colores llamativos encuadra la composición para destacar el título realizado a modo collage. La semejanza visual del cartel recuerda a anuncios de revistas cargados de expresión. De hecho, al inicio del cartel se lee: “Lo último de Almodóvar: El infierno del hogar”.

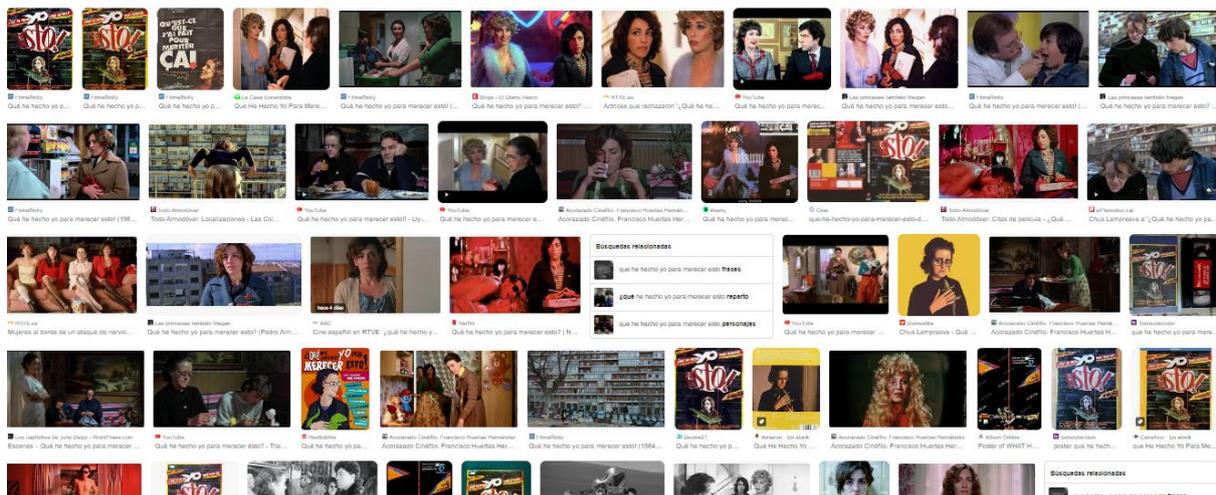
(...) Zulueta se basa en el neorrealismo italiano para hacer el cartel de una película que reúne las pautas de un movimiento cuya intención principal era exponer la realidad tal cual era, preocupándose por mostrar las situaciones económica y moral de los protagonistas pertenecientes a ambientes desfavorecidos, en este caso los barrios suburbanos de Madrid. De hecho, se percibe su paralelismo con el cartel de Roma, ciudad abierta (1945) de Rossellini, ya que en ambos casos la mujer protagonista aparece en un primer término del cartel teniendo como fondo elementos arquitectónicos. (Tabuenca, 2011, p. 104)

La **oscuridad y agresividad** de la pieza va pareja a la realidad inherente tras la trama de la historia que se relata. La mujer y el lagarto con sangre en primer plano suponen una descripción muy explícita de la película, entendiéndose, dentro de esa búsqueda de Almodóvar de transmitir verdad. Ambos protagonistas están cargados de color frente a la carencia de dicho color en el fondo.

Si bien el fondo en colores oscuros transmite distanciamiento, son las combinaciones de rojo sobre blanco y blanco sobre rojo, empleadas en los textos, las que confieren contrastes de gran legibilidad, produciendo sensaciones relacionadas con la pasión, la violencia, el peligro y el amor. Los juegos con las palabras en busca de sus significados dan como resultado una intencionada atracción a causa, principalmente, del efecto sorpresa. (Tabuenca, 2011, p. 104)

II. Imagen.

Fig. 20: *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 21: *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984).



Fuente: Netflix.

El largometraje es una oda a la figura de la **mujer** desde una perspectiva feminista. La imagen representa el sexo unido a la figura de la mujer. La iluminación en color **rojo** como representación de la sexualidad. La imagen donde se muestra la **sexualidad** en la pareja heterosexual define dicha sexualidad como el placer del hombre frente a la carencia de este por parte de la mujer. El disfrute del hombre genera una **violencia** en la imagen donde destaca la impassividad de las mujeres que naturalizan dicho hecho. Se entiende la práctica del sexo heterosexual desde situaciones de **prostitución**, unido a la violación.

Fig.22: *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984).



Fuente: X.com.

La liberación de la violencia en la **mujer** desde la mirada de Pedro Almodóvar (fig. 22). Una claridad frente al rostro del dolor con mirada perdida. Una imagen que se verá referenciada en largometrajes posteriores como *Te doy mis ojos* (2003) de Icíar Bollaín. La imagen del sufrimiento de la figura de la mujer ante la violencia.

6.2.1.5. Matador (1986).

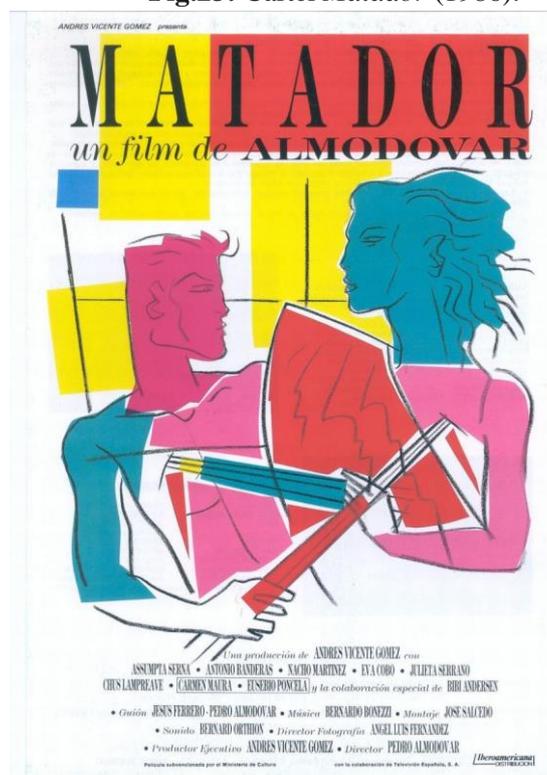
Esta película es otra representación de la violencia desde la perspectiva del cineasta, todo envuelto en el mundo de las relaciones amorosas entre los hombres y las mujeres. *Matador* (1986) representa el mundo castizo y la tradición española, la mirada del manchego hacia el tradicionalismo español. Es el ideario del *españolismo almodovariano* que se ha considerado como iconografía de “la perspectiva popular y típica española”.

El *españolismo almodovariano*, la mezcla de las raíces más profundas y arraigadas en la cultura tradicional con la mirada progresista de la explosión de transgresión de los años 80 en España. Este españolismo y los valores castizos están unidos a la figura del hombre: un hombre machista, maligno y violento. En el caso de *Matador* (1986) tenemos al torero, símbolo tradicional español, como un hombre violento y tóxico.

Esta película nos presenta la categoría de “thriller” de Almodóvar (*thriller almodovariano*), una violencia que marcará el conjunto de las películas del español.

I. Cartel.

Fig.23: Cartel *Matador* (1986).



Fuente: Filmaffinity.

Este cartel de formato vertical 68x98cm se sitúa como un cambio en los carteles publicitarios de las películas del cineasta. Uno de los cambios sustanciales es el empleo de una tipografía con serifa,

“romana antigua, de trazo fino y de estilo condensado” (Tabuenca, 2011, p.105). No obstante, de nuevo la atención fundamental se sitúa en el dibujo esquemático y de líneas en el que ambos personajes se enfrentan simbolizando la trama narrativa del filme.

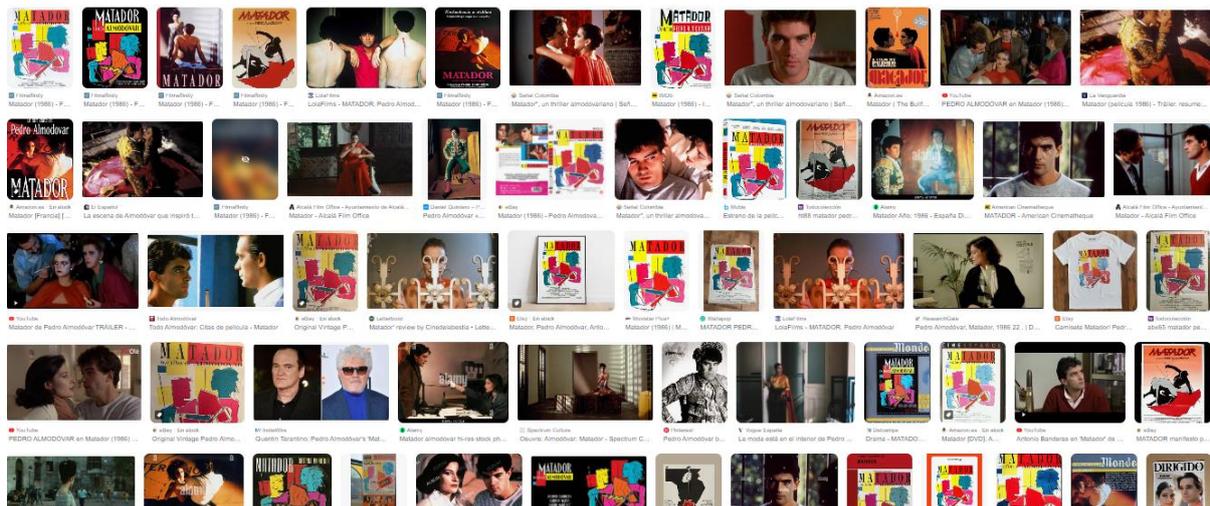
Con este diseño Carlos Berlanga consigue llevar a cabo un cambio significativo en los carteles que publicitan las películas de Almodóvar. Se trata de un póster de estilo “picassiano” que recuerda a la obra del malagueño *Toros y toreros* en la que el rojo tiene una función esencial. En el caso que ahora nos ocupa, el autor refleja dureza tanto en su composición estructurada y ordenada, como en el tratamiento de la ilustración, con trazos seguros y continuos. (Tabuenca, 2011, p. 105)

En lo que se refiere a los colores la combinación que marca este cartel se repetirá en posteriores: **rojo, amarillo, azul y rosa**. Estos colores se presentan en formas geométricas que completan el dibujo de líneas de ambos personajes.

Desde el punto de vista cromático de los elementos icónicos, cabe apuntar que el tratamiento de las texturas de las tintas, que no llegan a completar las superficies delimitadas por los trazos principales del dibujo, transmite el clima de apasionamiento de la película en referencia a las situaciones límites e incontroladas que se viven. (Tabuenca, 2011, p. 105)

II. Imagen.

Fig.24: *Matador* (1986), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 25: *Matador* (1986).



Fuente: El Español.

El thriller y asesinato desde la pasión sexual.

Fig. 26: *Matador* (1986).



Fuente: Alcalá Film Office.

Una representación de la mujer española con poder y carácter. Toda *chica almodóvar* que presente valores y emociones primitivas del ser humano (como son el instinto sexual, el sufrimiento o la violencia) es cromáticamente presentada desde los **valores de significación del color rojo** (fig. 26).

Fig. 27: *Matador* (1986)



Fuente: IMDb.

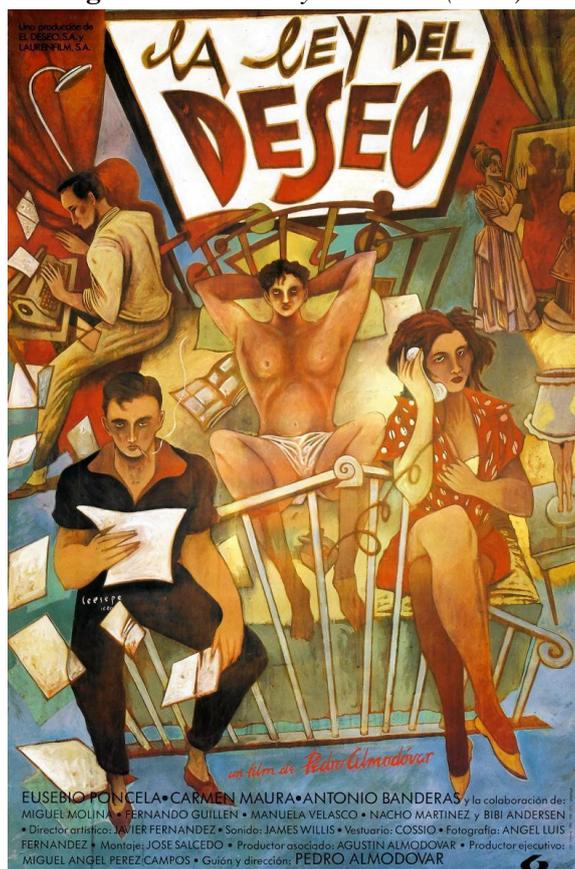
El tradicionalismo español explorado desde las costumbres, la sexualidad y la violencia. La brutalidad en contraposición del hombre y la mujer. El españolismo almodovariano como puesta en valor de lo castizo. Hacer culto de valores considerados más arcaicos. El universo del director **mezclando tradición** con miradas más **vanguardistas** y **el surrealismo de estética ochentera**.

6.2.1.6. La ley del deseo (1987).

La ley del Deseo (1987) es la explosión de la **sexualidad** y el **deseo** ante la mirada de Almodóvar. La película puede verse como una puerta hacia el imaginario sexual y pasional del cineasta. La **introspectiva sexual** de la película se presenta como una clara presencia de uno de los temas recurrentes en la filmografía de Almodóvar: la diversidad sexual e identitaria y uno de los mundos en los cuales se mueve y vive el cineasta: la comunidad LGTBIQ+.

I. Cartel.

Fig. 28: Cartel *La ley del Deseo* (1987).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

El cartel se presenta en formato vertical, como señala Tabuenca (2011) el cartel es de 65,5x100cm. Este es diseñado y pintado por Ceesepe. El cartel se presenta como una obra ilustrativa representativa de la película más que un cartel publicitario. La escena se presenta con teatralidad, que confirma la presencia del telón al fondo que acompaña el título del filme en una tipografía artística en color rojo.

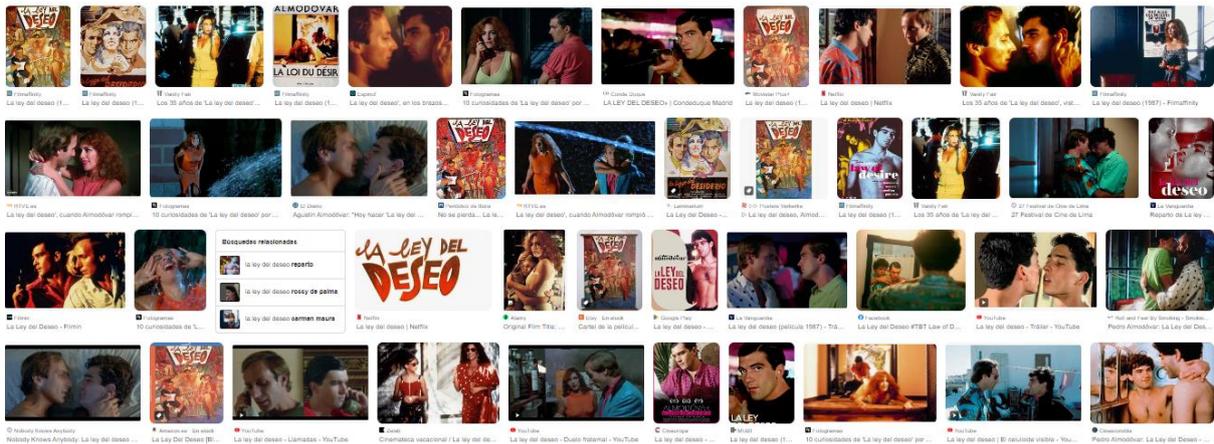
El centro del cartel es la cama con el personaje masculino desnudo y “abierto sexualmente”, generando estructuras triangulares en su cuerpo que permite que se focalice la atención en este.

La estética del cartel es modernista (Tabuenca, 2011) con colores en una gama ocre. Los colores primarios destacan en esa tonalidad: rojo, amarillo y azul.

El cartel, de nuevo, es una introducción al espectador al universo de la película y al universo del director, en este caso a su **deseo**. Lo especial del cartel presentado con una gran belleza y cuidado nos muestra, también, lo especial de la película: **el mundo del director se presenta para el espectador** (el telón rojo enmarca el cartel).

II. Imagen.

Fig. 29: *La ley del Deseo* (1987), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 30: *La ley del Deseo* (1987).



Fuente: Fotogramas.

La explosión de la sexualidad del personaje de Tina (Carmen Maura), transexual, representada a través del agua que le “riega”, una **analogía sexual explícita** (fig. 30). Todo ello enmarcado por la presencia del rojo, que es el color característico del personaje. El **rojo** como caracterización del personaje de Tina es la compresión del color como el **deseo, pasión y poder de la mujer**.

Fig. 31: *La ley del Deseo* (1987).



Fuente: Salvadorrosillocine.blogspot.com

En la escena final de la película encontramos la representación de La Piedad. En esta escena se observa la unión de la **educación religiosa con la sexualidad**. De igual modo, se entiende la concepción del **deseo y la pasión** amorosa desde el dolor y el sufrimiento (se representa a el hombre desde el abuso sexual). La concepción de las relaciones sentimentales desde el tormento.

Esta es una película de índole introspectiva lo que convierte su imagen en especial.

6.2.1.7. Mujeres al borde de un ataque de nervios (1988).

Este largometraje es una clara oda feminista y a las relaciones sentimentales desde la perspectiva de la mujer y su sufrimiento en dichas relaciones pasionales.

Más allá del análisis formal de la película, *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988) es conocida por ser el fin de una era con Carmen Maura. La musa y el director manchego cesan su relación tras la película, no vuelven a coincidir hasta *Volver* (2006).

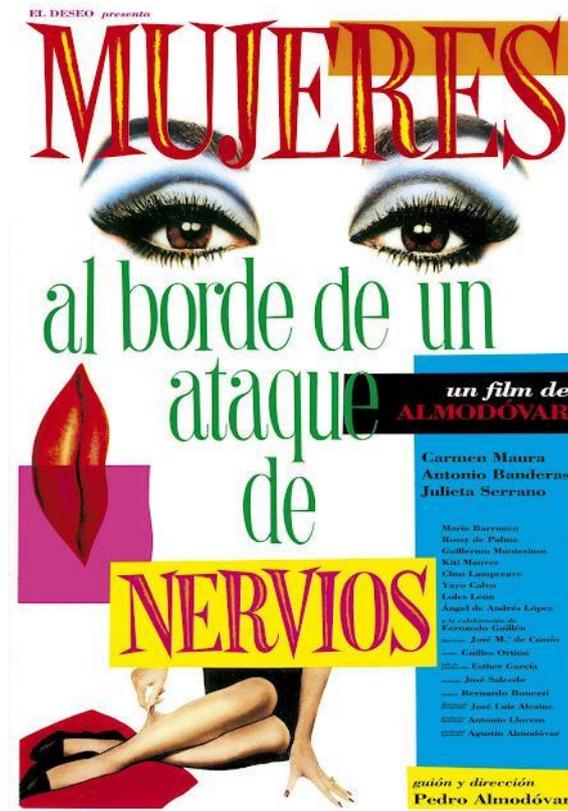
La estética del filme es collage, pop-art, kitsch que se percibe ya desde el inicio. Esta mezcla de tendencias artísticas en su estética hace que el espectador corriente identifique esta película como “muy almodovariana”.

Reconocido por Almodóvar en su libro *el Último Sueño* (2023) *Mujeres al borde de un ataque de nervios* tiene su origen en su obsesión por *La Voz Humana* de Cocteau.

Esta película es la clara representación del importante papel de la mujer en la identidad visual del cineasta. No obstante, a pesar de esas *chicas almodóvar*, Antonio Banderas rompe esa regla siendo un reconocido “chico Almodóvar”, que repite en esta película rodeado de todas estas mujeres y asentándose como un colaborador habitual con el director.

I. Cartel.

Fig. 32: Cartel *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

El cartel de formato vertical está realizado por Juan Gatti y supone una reivindicación de una estética ya marcada en el imaginario de Almodóvar y sus colaboraciones con Gatti. Se consigue, de nuevo, elevar la condición de cartel publicitario a pieza artística dentro del conjunto de la idea creativa de la película, se genera una marca o sello en torno al filme y, por consiguiente, una marca de la figura del cineasta.

El cartel es una clara referencia al arte del **collage que recuerda a la revista de moda**. Esta amalgama de tipografías e imágenes son, a su vez, una perfecta recreación de lo absurdo y, de igual modo, lógico de la película.

En lo que respecta al contenido cromático vuelve a repetirse la presencia de los colores **azul, amarillo, rosa y rojo** (a modo de collage), en este caso se utilizan también otros colores como el verde o el naranja.

II. Imagen.

Fig. 33: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 34: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: Rtve.es.

Esta película es el asentamiento y la exaltación del **color rojo** en el imaginario del artista, viste a sus **mujeres** de rojo en momentos claves en sus relaciones amorosas y sexuales. A su vez, destaca como el personaje de Julieta Serrano se viste de rosa en su momento de máxima locura, es así como se presenta a la feminidad arrastrada al delirio a raíz de la insensibilidad amorosa del hombre (así presentado en la película).

Fig. 35: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: Fotogramas.es

Fig. 36: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: Rtve.es.

La **estética kitsch de Madrid** a través de la mirada almodovariana genera una resonancia visual en la concepción de esa ciudad gracias a este filme. Madrid como escenario de la locura e imaginario almodovariano es un punto fundamental en la iconografía de la película.

Las pasiones y amores cruzados llegan a la cumbre del **surrealismo** a través de esta historia plagada de mujeres que se lanzan a la locura y violencia, **locura evidenciada estéticamente a través del collage y la gran carga de color**. Un color que vuelve a presentarse como clave en la imagen es el **rojo** presente en los dos elementos más significativos de la película: el teléfono y el gazpacho (fig. 35). De igual modo, el vestuario de los personajes en función de su personalidad y trama cuenta con diferentes colores: destacando Carmen Maura con un rojo lleno de pasión.

6.2.1.8. ¡Átame! (1989).

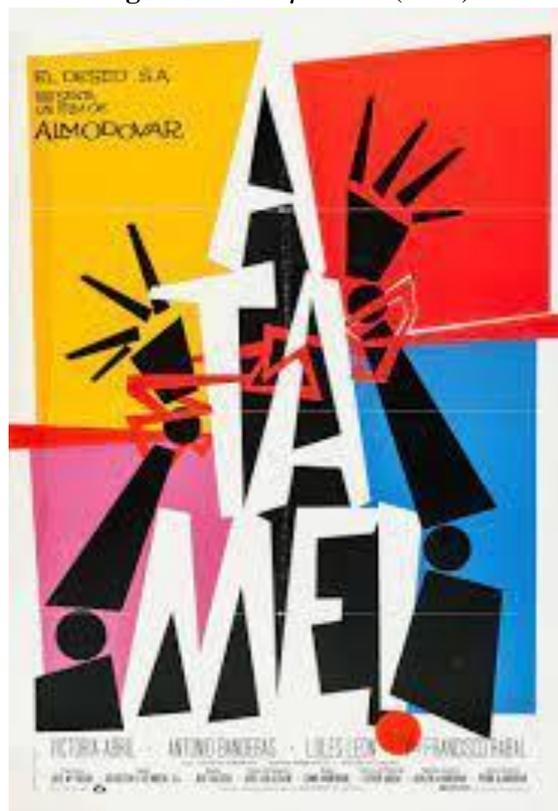
En *¡Átame!* (1989) se evidencia, de nuevo, lo tortuoso del amor y la concepción tóxica del deseo y la pasión. Esta es una representación del Síndrome de Estocolmo desde un planteamiento llamativo, no sólo narrativamente sino visualmente.

¡Átame! (1989) es otra exploración a la sexualidad y al erotismo en esta primera década. Con Victoria Abril como nueva musa, el cineasta termina su primera década de rodaje plagado de reconocimientos y con un nombre en el cine internacional.

¡Átame! (1989) es una de las grandes joyas del imaginario de Pedro Almodóvar y una parte de su resonancia visual proviene de este filme.

I. Cartel.

Fig. 37: Cartel *¡Átame!* (1989).



Fuente: TodoPedroAlmodóvar.blogspot.com

De nuevo, el autor del cartel es Juan Gatti. En este caso, el cartel es de “un formato vertical de 68x99 cm” (Tabuenca, 2011, p.109).

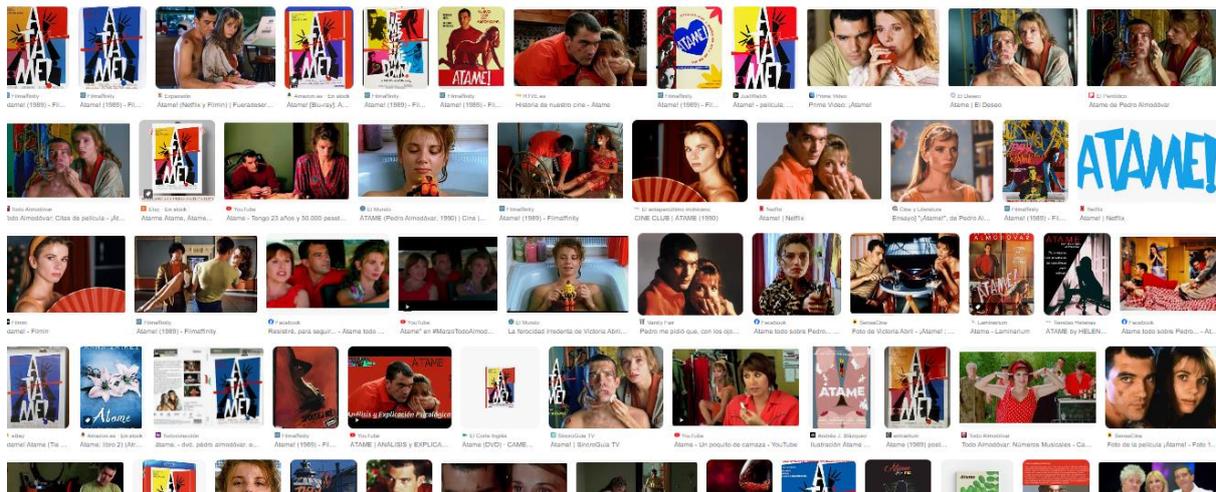
Con gran fuerza expresiva Juan Gatti realiza un cartel de formato vertical (68x99 cm.) en el que la combinación de colores tiene la intención expresionista de alimentar una desmedida fuerza expresiva y psicológica para publicitar una historia de amor con envoltorio sádico, algo que ya insinúan las letras picudas y los brazos maniatados (Tabuenca, 2011, p. 112)

El estilo pop-art al más puro Andy Warhol está muy presente en el cartel en la disposición de los recuadros con colores primarios (**rojo, azul y amarillo**) y el **rosa**, que destaca en contraposición, colores que vuelven a repetirse. La presentación de los brazos, fragmentados y con las articulaciones como círculos, genera un alto movimiento e intranquilidad (representando la trama de la película en una sola pieza visual) (Tabuenca, 2011).

En cuanto al uso del color, los tonos brillantes utilizados en este cartel nos introducen directamente en el mundo cromático de las películas de Almodóvar, en relación directa con la experimentación cromática y geométrica de Mondrian. Con la paleta de colores utilizada el autor consigue transmitir toda una serie de emociones que van desde la violencia, el amor y la pasión del rojo, la amistad y fidelidad del azul, hasta las connotaciones de lo femenino del rosa, y la suntuosidad, la precaución y el peligro del amarillo. (Tabuenca, 2011, p.112)

II. Imagen.

Fig. 38: ¡Átame! (1989), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 39: *¡Átame!* (1989).



Fuente: Rtve.es.

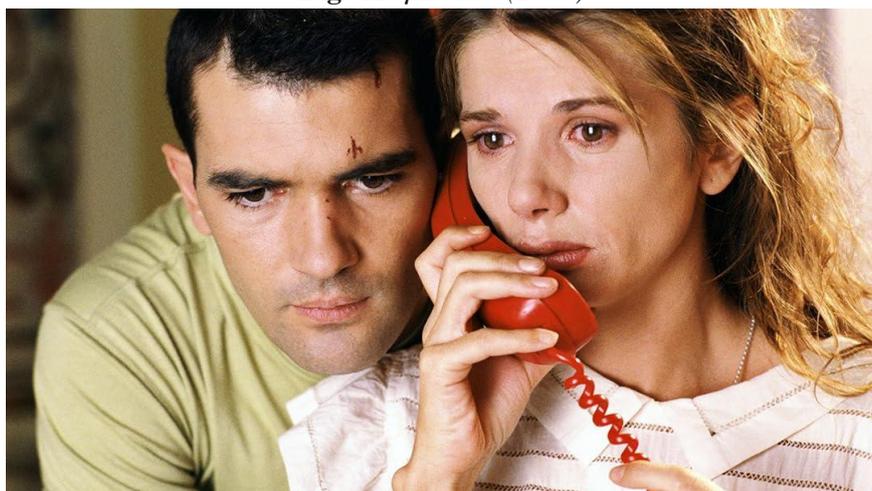
Fig.40: *¡Átame!* (1989).



Fuente: TodoPedroAlmodóvar.blogspot.com.

La escena cromática que establece el ideario paisajístico tras los personajes se basa en los colores primarios, principales en la escena visual de Pedro Almodóvar. La presencia de esos colores envuelve al espectador en la iconografía del cineasta (fig. 40).

Fig. 41: *¡Átame!* (1989)



Fuente: Prime Video.

La presencia de la **violencia** en el filme se evidencia física y psicológicamente en ambos personajes confundiendo al espectador en la imagen (tal y como ocurre en la narrativa) respecto a los conceptos de violencia, amor y maltrato, confusión propia de lo que responde al Síndrome de Estocolmo. Como representativo de la violencia dentro de las relaciones pasionales y el amor se encuentra, de nuevo, el color **rojo** como color característico. Toda la pasión y violencia se envuelve en una **estética pop-art**, que genera ese sentido visual en todo el universo.

Se cierra la década presentando la relación brutal entre el hombre y la mujer, la mirada del cineasta de este tipo de relaciones que se ha visto representada en otras películas.

6.2.2. Años 90.

En esta década hay un claro “perfeccionamiento formal” en el que ya se observa un cine más pulido en el que salen a relucir las grandes influencias del cineasta, como son Fassbinder o Cocteau. En esta etapa reaparecen temas centrales: el mundo LGTBIQ+, es el ejemplo de los papeles que le otorga a la actriz transexual Bibiana Fernández.

Asimismo, en esta segunda década se explora el papel de la mujer desde el concepto de madre y como la Venus como figura erótico-pasional, se encuentra el ejemplo de películas como *Tacones lejanos* (1991), que explora ambas concepciones, o la aclamada película *Todo sobre mi madre* (1999).

De igual modo, se explora el **mundo del cine**, la actuación y el espectáculo desde un nuevo prisma, entendiéndose así que el director evoluciona de las referencias de La Movida Madrileña a una nueva industria artística.

6.2.2.1. Tacones lejanos (1991).

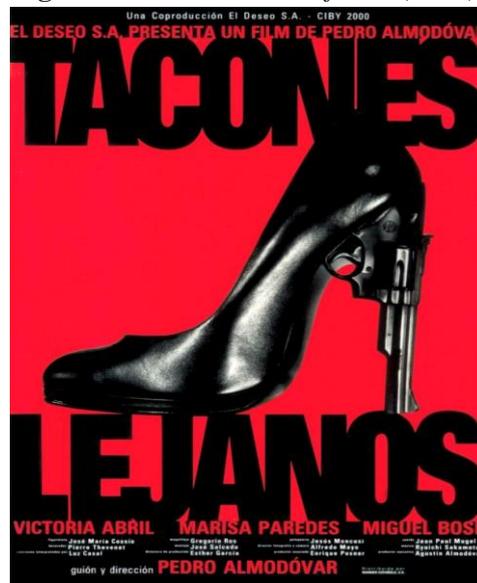
El filme que presenta una nueva época plasma una imagen más elegante frente al visual alternativo de la primera década. En *Tacones lejanos* (1991) hay una visión de conceptos como la **transexualidad**, el disfraz y el cambio. Frente a la presentación del **amor**, que nuevamente es tóxico, no se centra únicamente en las relaciones amorosas aparece como eje central de la narrativa la relación **materno-filial**. Paralelamente, se presenta el valor del tiempo con un juego entre el pasado y el presente.

Es un drama familiar, con una sociedad y sexualidad contemporánea y, a su vez, una película policiaca. La comedia sigue presente y adorna la narrativa para resultar más ligera y dejar, también, la marca del director.

Aparecen en escena figuras como Miguel Bosé y Bibi Fernández, ambas personificando la transexualidad.

I. Cartel.

Fig. 42: Cartel *Tacones lejanos* (1991).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

Este es un cartel en formato vertical de 67x95cm realizado por Juan Gatti (Tabuenca, 2011, p.112). En este cartel contamos con dos elementos fundamentales: el título del largometraje y el elemento central (el tacón y la pistola), ambos como “coprotagonistas” (Tabuenca, 2011, p.113).

Cabe apuntar que para esta película el equipo de diseño gráfico realiza de nuevo un póster inspirado en Warhol, y aquí concretamente en una serie de dibujos de zapatos de tacón que el artista pop hizo para una revista de moda norteamericana, con lo que la apelación al universo femenino queda una vez más de manifiesto. (Tabuenca, 2011, p. 113)

En lo que respecta a la tipografía se utiliza una de palo seco que otorga dinamismo, agresividad y resulta al ojo del espectador como una letra moderna, generando la sensación de que la película es una película de carácter “actual” sin “tradicionalismos”. “De la superficie total del cartel, el 53% lo ocupan los textos, siendo el 40% lo correspondiente al título, de manera que se deduce fácilmente cómo el protagonismo”(Tabuenca, 2011, p.113).

Para el desarrollo del contenido icónico se ha optado en esta ocasión por un fotomontaje en el que se juega con el elemento principal que aparece puntualmente sobre el texto; se trata del primer motivo fotografiado sin grandes arreglos o añadidos posteriores. El espectador queda absorto en un zapato cuyo tacón de aguja se ha visto transformado en un revolver, con lo que se simboliza los diferentes roles femeninos abordados en la película y la implicación de ellos en la trama de violencia y de pasión, logrando en oposición a la elección cromática resumir la fiereza de la trama. (Tabuenca, 2011, p. 113)

La composición cromática está hecha en contraposición entre rojo y negro y en tintas planas y resulta es una gran fiereza como así presenta todo el conjunto.

II. Imagen.

Fig. 43: *Tacones lejanos* (1991), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes

Fig. 44: *Tacones lejanos* (1991).



Fuente: Filmfilicos blog de cine.

La idea de Letal desde la perspectiva transformista plantea un aspecto fundamental en la narrativa, la representación del fetiche pasional y el **complejo de Edipo** de la hija con la figura de diva y estrella de su madre. La feminidad de Femme Letal que desprende un **deseo y erotismo** envuelto en su transformismo se presenta en imagen a través del **rojo** cargado de potencia y color.

Fig. 45: *Tacones lejanos* (1991).



Fuente: Rtve.es

El **rojo** (Marisa Paredes) es la muestra del deseo, la estrella, es el protagonista. Asimismo, la hija viste de un rojo más anaranjado es la representación cromática de la **aspiración** e **imitación** (fig. 45).

Las **mujeres** son el eje de las relaciones tormentosas que muestra la trama.

6.2.2.2. *Kika* (1993).

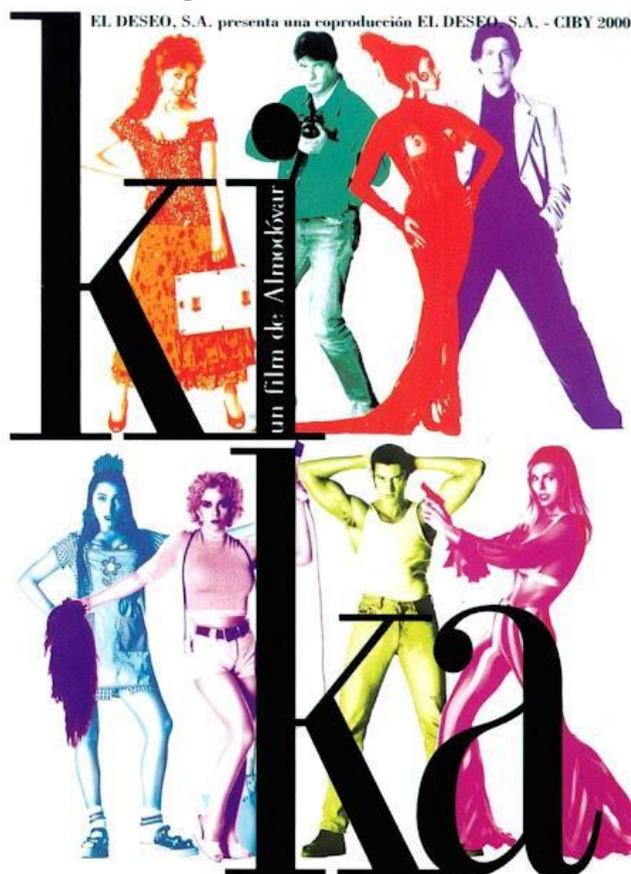
“*Kika* es una película de Almodóvar que cosechó críticas terribles, muy negativas” (El Correo de Andalucía, 2021). No obstante, en la actualidad ha envejecido muy bien. Es una crítica atrevida, pero necesaria, al mundo de los medios y los programas de televisión. En lo que respecta al campo de la publicidad supone también una gran crítica, todo llevado a lo absurdo. Se reflexiona sobre el **horror** y el respeto a la intimidad del dolor ajeno.

Esta presentación absurda y surrealista recuerda a las películas iniciales, generando una resonancia visual en la identidad de Almodóvar. Frente a la película anterior, *Kika* (1993) retoma la imagen de la violencia a través del ridículo y la comedia.

“(…) *Kika*, una película pionera en denunciar los realities televisivos, es transgresora en lo que a géneros se refiere, y paradójicamente alegre, triste, pícara y disparatada al mismo tiempo, un filme noir pero colorista como lo es también su cartel” (Tabuenca, 2011, p.116).

I. Cartel.

Fig. 46: Cartel *Kika* (1993).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com

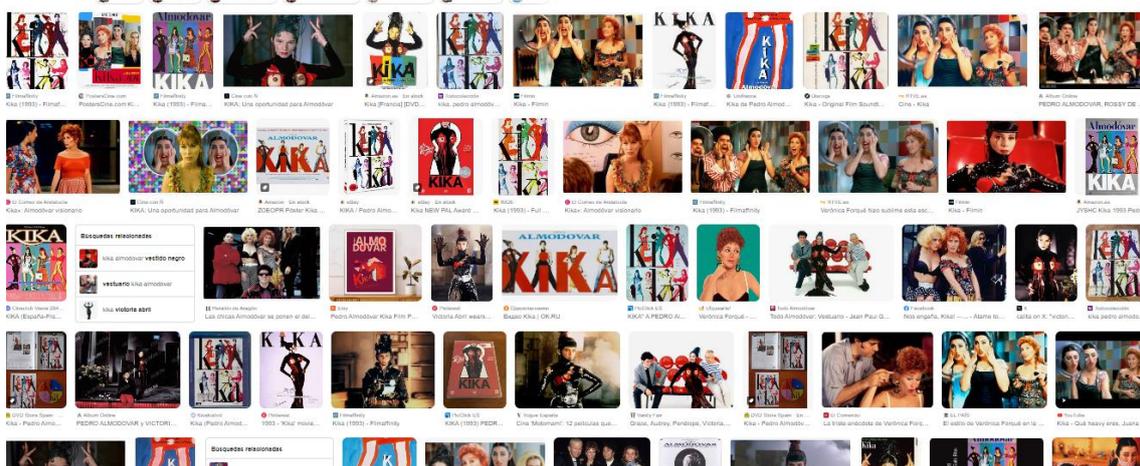
Este cartel de formato vertical de 68x99cm se muestra como realista, a diferencia de los carteles anteriores. La disposición se divide en dos áreas y los personajes y texto aparecen en una “anarquía aparente” (Tabuenca, 2011, p.113).

El texto aparece una tipografía con serifa aunque alargada y dinámica, el tamaño de esta y que ocupe el conjunto del cartel otorga distinción. El hecho de que ambas sílabas de *Kika* (1993) compongan el espacio genera, junto con las fotografías de los personajes, una estética collage que se une a todo el universo del artista.

El cartel está planteado con un fondo blanco sobre el que se van superponiendo sucesivamente los contenidos gráficos y textuales. El negro de los textos contrasta sobre el fondo, al igual que los diferentes colores de filtro en que están realizadas las fotos, jugando con el color para individualizar cada uno de los personajes. En ningún caso estamos hablando de colores básicos, sino de fotografías alteradas cromáticamente para emular de alguna forma las serigrafías de Warhol. El uso de colores flúor en sus gamas rojizo-fucsias y azul-verdosas guarda cierta reminiscencia con la psicodelia y el kitsch, tan presente en la filmografía de Almodóvar y de manera más pronunciada en esta película en concreto. (Tabuenca, 2011, p. 116)

II. Imagen.

Fig. 47: *Kika* (1993), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig.48: *Kika* (1993)



Fuente: Pinterest

Fig. 49: Kika (1993).



Fuente: Filmin.

La estética kitsch y la explosión de color desde la mujer, en contraste con la violencia sexual del hombre, que vuelve a estar presente en lo visual del largometraje.

Fig. 50: Kika (1993).



Fuente: Pinterest.

Andrea Caracortada (Victoria Abril) como el personaje del horror del mundo televisivo, mediático y publicitario. Así, el personaje de Victoria Abril, vestida de Jean Paul Gautier, **se viste del horror en**

negro y rojo. Una resonancia visual del horror con un toque “folclórico” que se percibe en el peinado del personaje y sus uñas rojas y largas.

6.2.2.3. La flor de mi secreto (1995).

La flor de mi secreto (1995) es otro drama en el que el director se sitúa desde la perspectiva de la mujer, siendo esta protagonista. Destaca el mundo de la narrativa y escritura presentado en el largometraje, al cual Almodóvar pertenece.

La mujer arrastrada por la relación amorosa con el hombre reaparece, como ya pudo presentarse en la comedia *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988). La feminidad envuelta en la locura, manchada por el delirio, debido a la dependencia de un amor tóxico con el hombre.

I. Cartel.

Fig. 51: Cartel *La flor de mi secreto* (1995)



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com

Este cartel de formato vertical 70x100cm es obra, de nuevo, del cartelista Juan Gatti. El cartel de composición ordenada cuenta con un gran carácter simbólico característico del cartel publicitario del director manchego. (Tabuenca, 2011)

Nos encontramos con un póster que (...) desde su propia composición se está rindiendo un tributo a las portadas de novela rosa (...). Tan sólo con esto, Almodóvar da pistas de la temática

de la película que, una vez más, se apoya en el universo de las mujeres, en sus sentimientos, sus preocupaciones y su psique. (Tabuenca, 2011, p. 117)

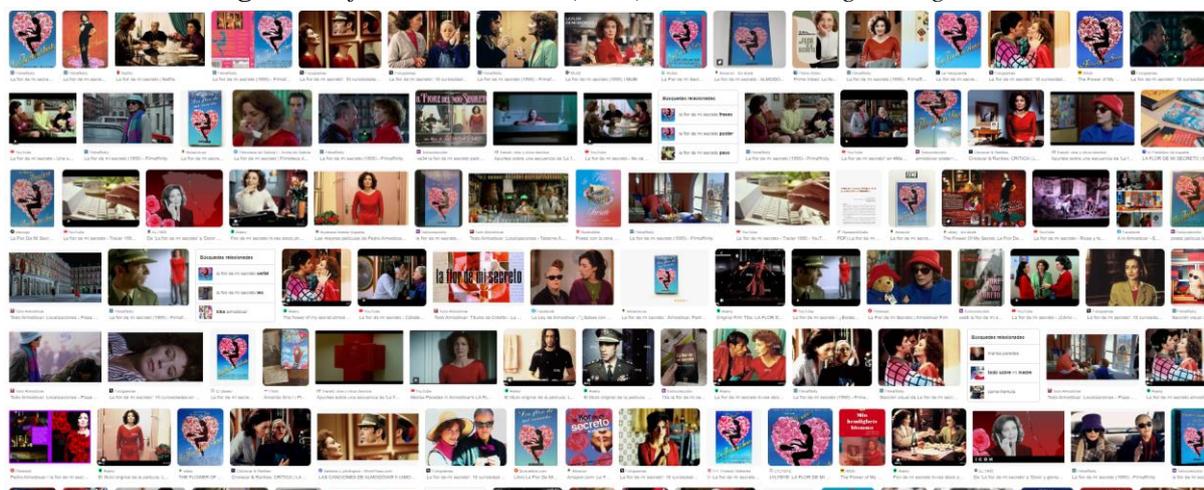
En lo que respecta al contenido tipográfico, el título del filme aparece en un tipo de letra romana y de tipología escrita, apelando a la escritura propia de la novela rosa, se muestra así la temática de la película. (Tabuenca, 2011)

Por otro lado, el elemento gráfico, protagonista en la composición, está realizado a modo de collage, técnica de preferencia del cineasta. La atención del espectador se dirige al conjunto de flores rosas con la silueta de la mujer escritora. Las rosas representan el amor (más evidenciado con la forma de corazón de estas) y la escritora en color negro mostrando lo oscuro del personaje así como su anonimato. (Tabuenca, 2011)

El contenido cromático se basa en el azul del fondo, con tendencia al verde reflejando la toxicidad representada en la trama, el color amarillo mostrando los celos y finalmente las flores rosas que nos evidencian que esta se trata de una novela romántica.

II. Imagen.

Fig. 52: *La flor de mi secreto* (1995), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 53: *La flor de mi secreto* (1995).



Fuente: Filmoteca de Galicia.

El sufrimiento y el dolor desde la perspectiva de la psique del género femenino. La exploración de la **mujer en las relaciones amorosas**. Se muestran las relaciones pasionales a través de la locura y el dolor. A nivel cromático destaca el contraste del empleo del **verde**, relacionado con la toxicidad y delirio, y el uso del color **rojo** (representando el carácter femenino). Un universo de novela romántica mezclado con novela negra, una imagen visual representativa de la protagonista.

Fig. 54: *La flor de mi secreto* (1995).



Fuente: Transit - cine y otros desvíos.

La protagonista en color rojo busca resurgir a través del agua como elemento sanador. Meterse en la bañera para asemejar la vuelta al **útero de la madre** (fig. 54) , mostrando a la figura de la madre (de forma simbólica) como sanadora y dadora de vida (Transit, 2019). El rojo de la protagonista (Marisa Paredes) como muestra del dolor pasional y el verde como muestra del delirio de la trama.

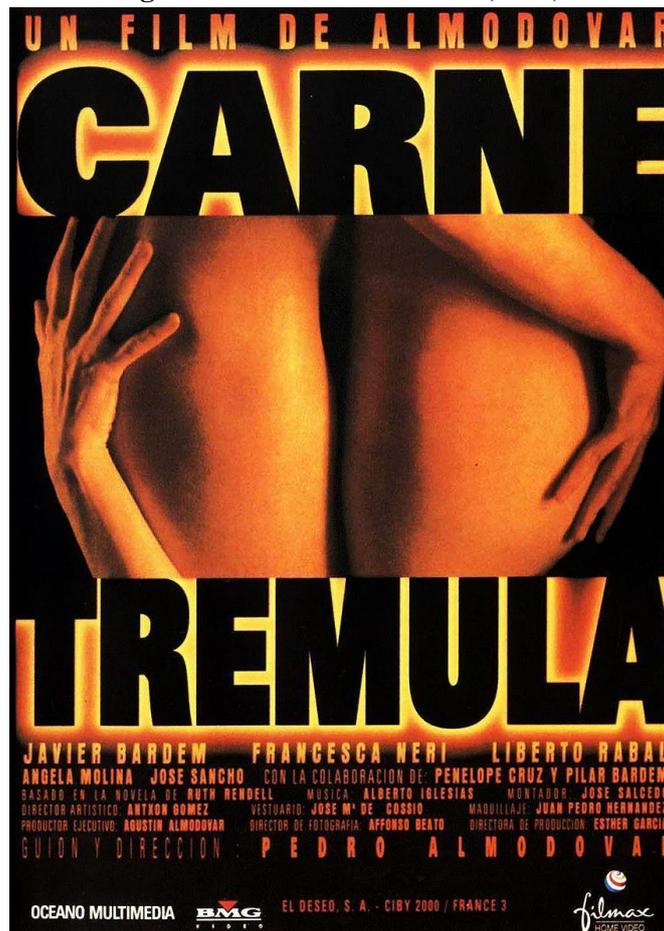
6.2.2.4. Carne trémula (1997).

Carne trémula (1997) es un largometraje significativo en el conjunto de las obras ya que es la primera vez que el cineasta adapta el trabajo ajeno al cine: la película está basada en la novela homónima de Ruth Rendell (El Deseo, n.d.). En segundo lugar, es el primer trabajo de una de las grandes y reconocidas musas del director manchego: Penélope Cruz. Penélope se estrena como *chica almodóvar* en este filme a través del personaje de Isabel Plaza.

Esta adaptación al cine de la novela de Ruth Rendell es un thriller cargada de sentimentalismo y melodrama. se consigue así encuadrar la narrativa en el universo del cineasta ya marcado en estos años.

I. Cartel.

Fig. 55: Cartel *Carne Trémula* (1995).



Fuente: Filmaffinity.

El cartel es otra colaboración de Pedro Almodóvar con Juan Gatti, Gatti realiza el cartel publicitario para *Carne trémula* (1995) en formato vertical de 68x99cm. Destaca que, el largometraje de cine negro no tiene el nivel erótico que da a entender el cartel. (Tabuenca, 2011)

Diseñado a partir de una imagen real de la película, la composición es clara y rotunda, ideada a partir de un contenido gráfico centrado que queda delimitado en sus lados superior e inferior por unas áreas en las que se sitúan los textos. (Tabuenca, 2011, p. 120)

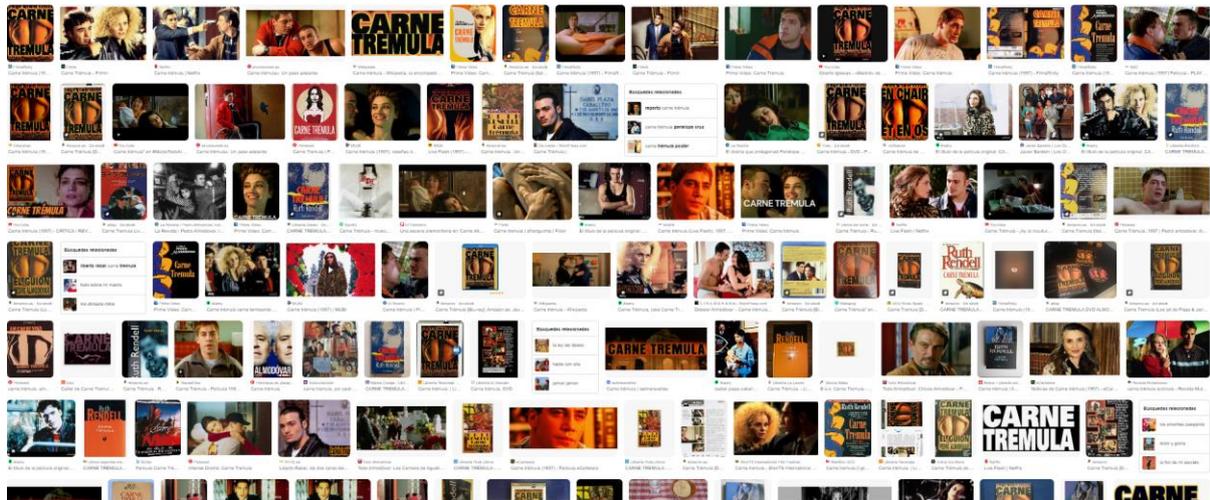
A diferencia de otros carteles, el conjunto del texto está hecho a una misma tipografía de palo seco que genera una sensación de impacto y dinamismo. El mayor impacto visual, en lo que respecta al contenido tipográfico, se centra en el título de la película. Dicho título enmarca la imagen que es lo que ocupa mayor espacio en el conjunto.

Diseñado a partir de una imagen real de la película, la composición es clara y rotunda, ideada a partir de un contenido gráfico centrado que queda delimitado en sus lados superior e inferior por unas áreas en las que se sitúan los textos. Situada en la zona central, de las tres en que se estructura el diseño, el autor utiliza una fotografía sensual de los cuerpos desnudos de una pareja en la intimidad, la cual se contrapone a la rotundidad que comunica la tipografía del título. Los cuerpos juntos y las manos cómplices dan idea de la trama que se desarrolla en la película y colocan al espectador en la posición de un pseudo-voyeur, con espías intenciones de conocer las miserias de los protagonistas, que representa el tercer vértice de un triángulo amoroso que ahora observa desde fuera. (Tabuenca, 2011, p.120)

La gama cromática principal es de colores naranjas y ocre, un ambiente que invita al erotismo y sensualidad que ya transmite la imagen del cartel. Esta atmósfera contrasta con el uso del color negro que genera un mayor impacto visual. El título de la película destaca gracias a que este está en color negro y sombreado en color amarillo.

II. Imagen.

Fig. 56: *Carne trémula* (1995), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 57: *Carne trémula* (1995).



Fuente: Um Frame - Wordpress.com.

Se sitúa a la **mujer como madre (da la vida) y como Venus (admiración pasional)**. Las referencias visuales a las piernas de la mujer se repiten. El ciclo vital referencia al ciclo bíblico, la Navidad como nacimiento como es el nacimiento de Jesús (fig. 57). La mujer es madre, santa, icono... El padre se mantiene en un segundo plano y puede resultar ausente. REFERENCIA

Fig. 58: *Carne trémula* (1995).



Fuente: Filmaffinity.

El **sexo** es una pieza clave en el filme, destaca el estudio de los genitales femeninos. La oscuridad y tensión se consigue a raíz de un contraste de color, el erotismo a través de colores de **gama cálida** frente a la tensión del color **negro**.

6.2.2.5. Todo sobre mi madre (1999).

Todo sobre mi madre (1999) es una de las obras maestras del cineasta. Altamente galardonada, el manchego cierra la década con una película que reivindica la maternidad y la mujer por encima de todas las cosas. Como parte de la historia es, también, que el mismo año que el director estrenaba este largometraje es el año en el que fallece su madre, apoyo fundamental del artista.

Todo sobre mi madre (1999) explora la maternidad desde la pérdida y retoma temas ya presentes en muchas de sus películas como la homosexualidad o el SIDA. Destaca como reflexiona en torno a la maternidad unida a la transexualidad y el transformismo, una propuesta bastante transgresora.

Como escenario hay un cambio fundamental y es que el lugar principal de la narrativa es Barcelona. El ambiente es recargado, como es el ejemplo del piso modernista forrado de papel pintado.

I. Cartel.

Fig. 59: Cartel *Todo sobre mi madre* (1999).



Fuente: Filmaffinity.

Este cartel es uno de los más reconocidos a nivel nacional e internacional, este puede considerarse la esencia de la *estética almodovariana*, a modo de cartel, que reúne el conjunto de los espectadores. Este es, por tanto, un ejemplo de la **huella y resonancia visual** que ha generado el director.

Paradójicamente, el cartel no está realizado por el fotógrafo Juan Gatti, con el cual ha trabajado en la gran mayoría de sus carteles, este es realizado por el ilustrador Oscar Mariné. El “formato del cartel es vertical de 68,5x92,5 cm” (Tabuenca, 2011, p.121).

(...) el artista español diseña un cartel realista que tiene en cuenta los aspectos típicos del arte y del cartelismo, en el que el marcado trazo del dibujo y los colores puros consiguen transmitir un mensaje atractivo y rotundo de claridad. Se trata de un diseño sencillo y efectivo en el que se muestra la imagen de una figura humana, desde lo que se conoce en el lenguaje cinematográfico como un plano medio, es decir cortada a la altura del pecho. El dibujo de esta mujer imprime al diseño un carácter femenino totalizador, al igual que sucede con el argumento de la película, en la que todo el peso argumental recae sobre el universo femenino, lo que en términos generales supone un homenaje a las mujeres. (Tabuenca, 2011, p.121)

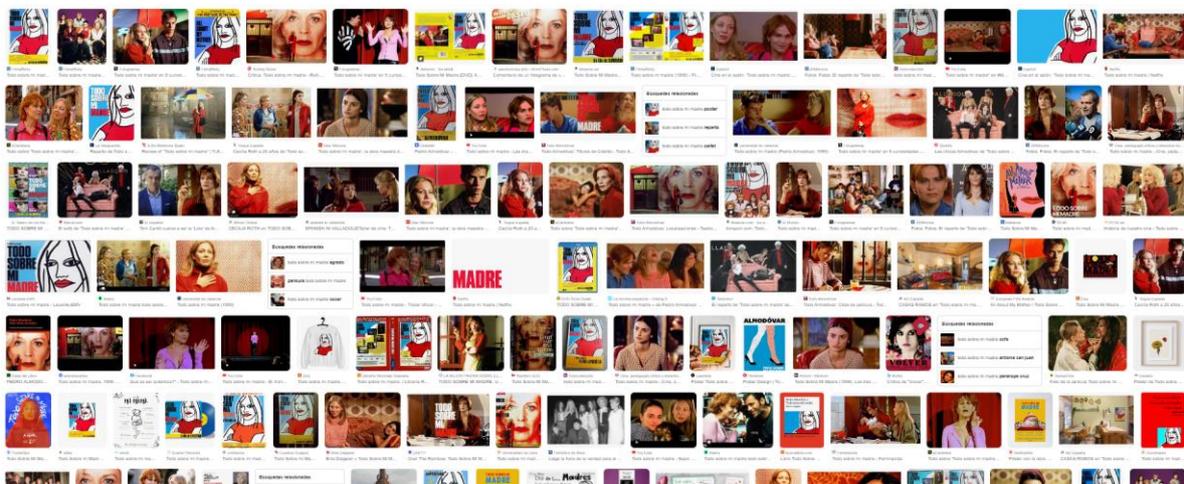
Dicho cartel está estructurado en tres áreas bien definidas: una superior izquierda, un faldón enfatizado por una trama de color y el resto. El contenido textual, compuesto totalmente en letra de palo seco sin modulación, queda colocado en el cuadrante superior izquierdo alineado en bandera derecha, lo que equilibra compositivamente el elemento icónico, mientras que el resto se posiciona abarcando todo el faldón. (Tabuenca, 2011, p.121)

El impacto visual recae en el dibujo que ocupa casi todo el espacio de la composición. Pintado a línea gruesa y definido a base del color, el retrato de la protagonista nos muestra el universo de la mujer que el español plantea en el filme.

En lo que respecta al color, este cartel ha conseguido ser un ícono del imaginario de Pedro Almodóvar gracias al trabajado empleo de sus colores. El cartel está compuesto por colores llamativos, destacando el azul, amarillo y rojo. Estos están presentados en “texturas de tintas planas” (Tabuenca, 2011, p.121). Destaca el **rojo**, emblema de la película y del cineasta. El rojo es el que compone la figura de la mujer y sus labios, la madre, y genera una comparativa entre texto e imagen destacando la palabra “madre” frente al resto del título en color negro.

II. Imagen.

Fig. 59: *Todo sobre mi madre* (1999), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 60: *Todo sobre mi madre* (1999).



Fuente: sancholoves arts - Wordpress.com.

Fig. 61: *Todo sobre mi madre* (1999).



Fuente: Telecinco.

El rojo es el color de la mujer en la imagen de *Todo sobre mi madre* (1999), la mujer como núcleo y centro de vida. La estética de la película es de estilo modernista y recargado. El pilar y centro de vida es la mujer (fig. 60) .

El rojo es el representativo de la mujer poderosa, luchadora y fuerte contra la adversidad. La relación de Manuela (Cecilia Roth) y Rosa (Penélope Cruz) representa el concepto de que “una madre siempre es madre, más allá de la vida”. **Este filme une por completo el visual de la madre (y la mujer) al arte de Almodóvar.**

Fig. 62: *Todo sobre mi madre* (1999).



Fuente: Cineparaiso.webcindario.com.

La maternidad a la máxima, la **concepción de la maternidad desde el transformismo y la transexualidad**. La oposición de valores tradicionales como la familia con una ideología vital transgresora.

6.2.3. Años 2000.

Superada una primera etapa más experimental, sus nuevos trabajos ahondan en la psicología y en los dramas de personajes más complejos, en su mayoría mujeres, en los que el director va ofreciendo retazos de sus propios recuerdos. Esta elección por el punto de vista femenino será una constante en los siguientes trabajos de Almodóvar, en los que alcanza su mayor nivel cinematográfico. (Congreso de los Diputados, 2019)

En este periodo destaca *Volver* (2006), la gran obra del director. La máxima de la resonancia visual del manchego se centrará en una escena mítica: Penélope Cruz cantando *Volver* de Carlos Gardel. Si Almodóvar nos mostraba previamente las diferentes versiones de la mujer, de su *mujer almodóvar*, la resonancia visual de esta se impregna en el ideario colectivo como Penélope Cruz en el personaje de Raimunda. Este largometraje supone, también, el reencuentro de Carmen Maura y Almodóvar. La gran esencia vital del cineasta, su vida hecha cine, se retoma y explota en estos años.

En los años que pasan entre *Todos sobre mi madre* y *Volver*, el realizador de Albacete ya se ha consagrado como uno de los directores más relevantes fuera de nuestras fronteras. El mejor ejemplo: *Hable con ella* (2002). La película protagonizada por Javier Cámara junto a Leonor Waitling, Dario Grandinetti y Rosario Flores, supone un cambio en la perspectiva de Almodóvar para centrarse, en este caso, en los personajes masculinos. (Congreso de los Diputados, 2019)

6.2.3.1. Hable con ella (2002).

A diferencia de la amplia mayoría de películas, en esta Almodóvar centra su atención en el hombre. El director manchego afronta la pérdida (y el coma) desde la perspectiva del hombre y su soledad, así como el propio Almodóvar experimenta el fallecimiento de su madre en 1999, con distancia narrativa. En su momento de pérdida el cineasta centra el foco, por una vez, en la psique masculina.

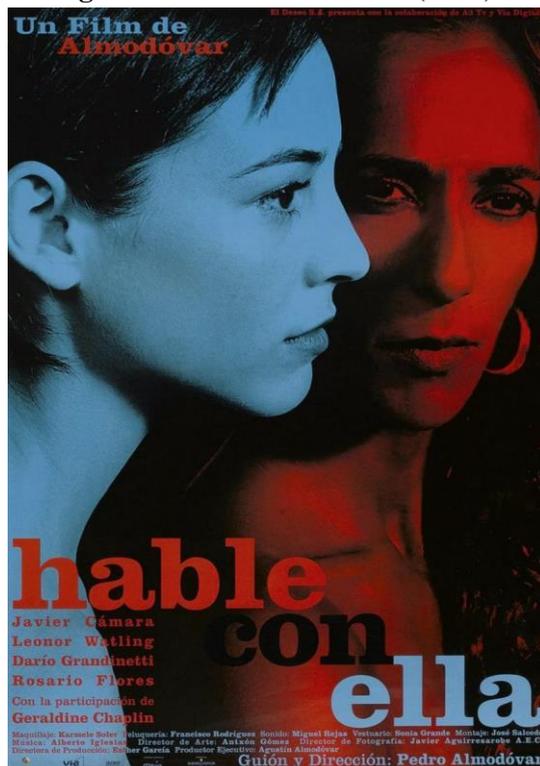
Esta película ha sido, como su filme anterior, muy aclamada por el público. El relato respecto a la muerte y la soledad del acompañante destapa un vínculo emocional entre el espectador y el cineasta. La relación de la soledad del acompañante solo se entiende por parte del otro acompañante, la amistad percibida como amor (se retoma el trato de las relaciones homosexuales).

El sexo es otro pilar en el largometraje, el sexo vuelve a mostrarse a través del dolor (la violación). Así como, otra vez, se presenta el sexo también se vuelven a representar valores tradicionales como es el toreo o la religión. Los tradicionalismos que generan una mirada castiza y lo que se ha entendido como *españolismo* en el visual del director.

Con este filme se perpetuaba el gusto del director por la tragedia y, la compleja recreación cinéfila cada vez se aleja más de la vulgaridad y de la simplicidad. Sus películas se caracterizan por guardar diferentes niveles de comprensión no todos ellos aptos para la totalidad del público. (Tabuenca, 2011, p.124)

I. Cartel.

Fig. 63: Cartel *Hable con ella* (2002).



Fuente: Filmaffinity.

El cartel es de formato vertical 68,5x99,5 cm y retoma la colaboración de Almodóvar con Gatti. Juan Gatti vuelve a encargarse de dar imagen y concepto, a modo de cartel, a un nuevo filme transgresor y

controvertido realizado por el español. El cartel se estructura a base del elemento icónico, que lo divide en dos.

De manera que se interfiera lo menos posible en las imágenes, el diseñador va situando la carga textual en las zonas más residuales del cartel, haciendo especial hincapié sobre las tres líneas en las que el título partido queda suspendido de forma escalonada. Se ha optado por buscar una lectura clara y precisa para lo que se ha utilizado una tipografía egipcia a base de letras de remate grueso que provoca gran impacto por su determinación y a una posición escalonada de las palabras que forman el título, lo que obliga a su lectura direccional. (Tabuenca, 2011, p.124)

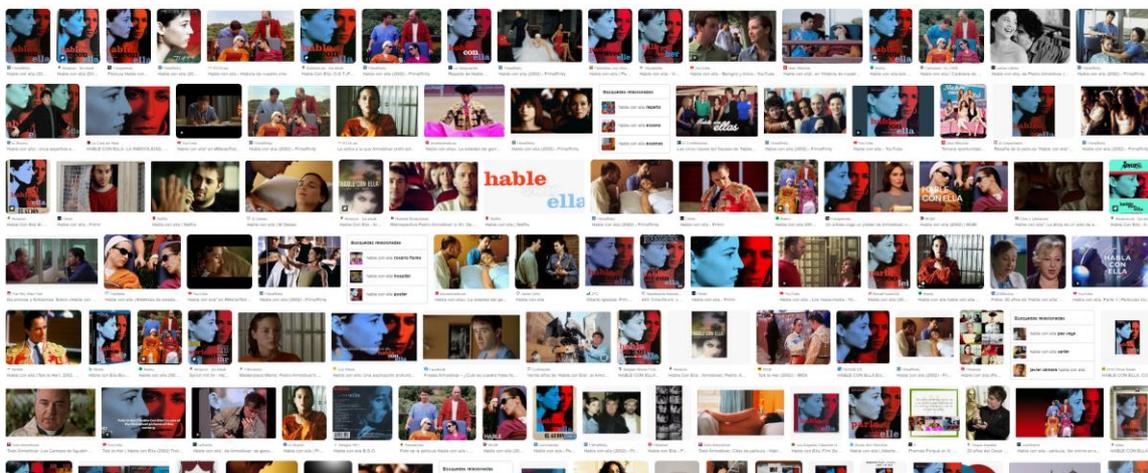
Las fotografías, contrapuestas, son el elemento con mayor carga en la composición. Mientras que la primera protagonista con un rostro y sensación más dulce aparece en primer plano y de perfil, la otra protagonista mira al frente (pero no a la cámara) y cuenta con una expresión facial dura y recia. (Tabuenca, 2011)

Resuelto con la utilización de filtros de colores rojo y azul para alterar cromáticamente la fotografía original, la composición del cartel denota una pretendida discordancia algo estridente que consigue atraer la atención, manteniéndola para y posteriormente proceder a su análisis. En la elección de los tonos seleccionados para el diseño de este sofisticado póster están aglutinadas las alusiones a la amistad, la pasión, la muerte y la soledad, todos ellos elementos que conforman un argumento maduro, espinoso pero de una sensibilidad extrema. (Tabuenca, 2011, p.124)

El empleo del rojo es fundamental en el cartel, este nos demuestra la obsesiva repetición del uso de dicho color con su opuesto: el azul. Esta composición es el mejor ejemplo para mostrar la relevancia que tiene la **oposición** (representada a través del rojo-azul) en la mirada de Pedro Almodóvar.

II. Imagen.

Fig. 64: *Hable con ella* (2002), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 65: *Hable con ella* (2002).



Fuente: Filmaffinity.

El paralelismo y la oposición de realidades, la soledad frente a la complicidad y el acompañamiento del dolor. Las relaciones humanas enfrentadas y, a la vez, generando una simbiosis. La oposición del **rojo-azul**, con un destacado protagonismo del rojo que capta la mirada del espectador. El rojo es llevado por el hombre en el momento de sufrimiento por la pérdida sentimental, soledad y acompañamiento.

La atracción de lo opuesto, la complicidad entre aquello contrario (**rojo-azul**).

Fig. 66: *Hable con ella* (2002).



Fuente: The Sky Was Pink.

Fig. 67: *Hable con ella* (2002).



Fuente: Se rueda - Wordpress.com.

El amor, el deseo, la pasión unida, nuevamente, a la imagen de la **obsesión**. La mujer, incluso en coma, es percibida desde el erotismo a través de la mirada del hombre. **La crudeza y violencia de las relaciones pasionales**. La **mujer**, sin moverse, se sitúa como **víctima** del amor obsesivo (fig. 67).

6.2.3.2. La mala educación (2004).

Esta película es el claro ejemplo de cómo en esta etapa el director se nutre de sus vivencias para crear su universo fílmico. Como el propio Almodóvar señala en *El Último Sueño* (2023), *La mala educación* (2004) está basada en un relato que el director escribió cuando llegó a Madrid. Dicho relato se llama *La Visita*. Un relato sobre la educación religiosa, la pedofilia y violación, la fé, la belleza y la transexualidad.

Cuando entré no pude creer lo que veía. El comedor estaba presidido por un cuadro al óleo que representaba a Cristo con una corona de espinas. Aunque el tema es absolutamente religioso, su tratamiento me sorprendió. Cristo se ofrecía de medio cuerpo, visto de tres cuartos, la cabeza ligeramente elevada y los hombros sobresaliendo hacia delante. Tenía la boca muy abierta, como en las famosas fotos de Marilyn de Warhol, con una expresión que era una mezcla de placer y dolor. (Almodóvar, 2023, p.35)

Este filme de carácter tan personal que se basa en la mirada del artista (protagonizada por hombres), Pedro Almodóvar, ante sus vivencias: su educación religiosa, la homosexualidad, transexualidad... Asimismo, incluye características propias de sus tramas como el sexo unido al dolor y el abuso. A pesar de ser una de las películas más criticadas del cineasta, se ha convertido en uno de sus títulos que mejor permiten reflejar qué es el cine de Almodóvar. Recuerda, en su base, a títulos anteriores como *La ley del deseo* (1987) o *Entre Tinieblas* (1983).

I. Cartel.

Fig. 68: Cartel *La mala educación* (2004).



Fuente: Filmaffinity.

La composición del cartel realizado por Gatti es vertical, de 68x98 cm. “Una sencilla propuesta basada en un eje vertical centrado y en el propio centro geométrico del cartel, en donde el juego de color frente a la ausencia de color marca la diferencia” (Tabuenca, 2011, p.125).

Con este cartel se hace evidente como el tándem fotografía y colores en tintas planas han absorbido la esencia de Almodóvar y, por lo tanto, los diseños realizados por Gatti para él. El círculo rojo sobre fondo blanco puede insinuar variar lecturas, de entre las que resulta principalmente chocante por su sutil perspicacia, la de que con semejante diseño se trató de hacer una publicidad dirigida a Japón, haciendo un guiño a un público especialmente atraído por la cultura española en general y por la manera de hacer de Almodóvar en particular. (Tabuenca, 2011, p.125)

En lo que respecta al contenido tipográfico, la letra utilizada es “de remate filiforme” (Tabuenca, 2011, p.125). Los rótulos se sitúan en el faldón y el título del largometraje en el centro de la composición destacando frente la fotografía y el círculo rojo.

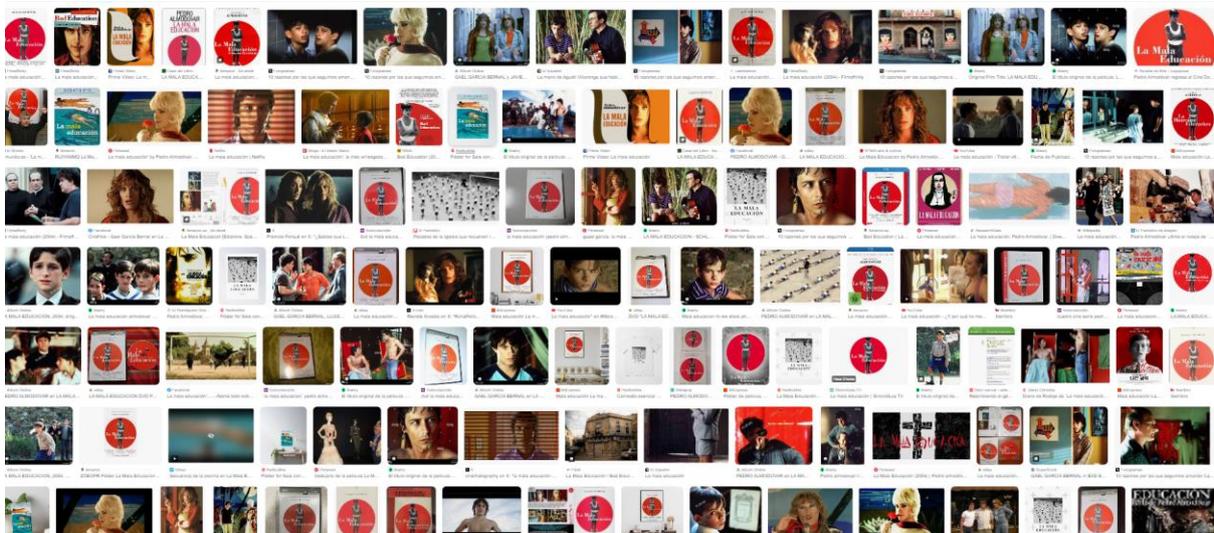
El contenido gráfico vuelve a ser el centro de la composición, el niño se presenta como el núcleo del cartel, como lo es de la trama del filme. El protagonismo es total ante su figura que, además, fotografiada en blanco y negro otorga una clave nostálgica al mensaje.

En lo que respecta a la gama cromática, el cartel funciona en la oposición blanco-rojo. El rojo, de nuevo, como protagonista de Almodóvar, su cine y su marca. Lo llamativo de este color permite que, en una composición sencilla, el conjunto de las miradas se dirijan a aquello que busca el creador y consigue llenar el espacio compositivo con un solo círculo. El fondo blanco permite no solamente centrar la atención sino el descanso frente a la carga de atención del color rojo en clave alta.

Si algo hay que destacar de este cartel es la sencillez de la composición y cómo ésta ha logrado transmitir un mensaje tan directo y potente. La imagen de un niño, con la melancolía que le otorga la fotografía en blanco y negro, colocada sobre un círculo rojo sitúa al espectador en la posición de quien sabe que el joven protagonista está en el centro de una diana cuyos entramados y consecuencias aún desconoce; se convierte de esta manera en el oscuro objeto de deseo. (Tabuenca, 2011, p.125)

II. Imagen.

Fig. 69: *La mala educación* (2004), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 70: *La mala educación* (2004).



Fuente: Blogs - El Diario Vasco.

Fig. 71: *La mala educación* (2004).



Fuente: El Deseo.

La imagen del niño ante la relación de poder que se establece en la educación religiosa vivida, la evidencia del abuso de poder del párroco. La disposición de los individuos y el plano picado ante la mirada del niño protagonista crea una resonancia visual alrededor del concepto de la educación de la religión católica. En la mirada de Pedro Almodóvar se nos presenta un universo de poder, donde dicho poder se representa a través del sexo.

La herida física (fig. 71) en el centro del rostro se establece como una analogía con la herida psicológica generada a través del abuso en el centro y esencia del individuo.

Fig. 72: *La mala educación* (2004).



Fuente: Filmaffinity.

La oposición visual vuelve a ser eje de la vertebración de la imagen de Almodóvar. Contraposición de valores progresistas frente a realidades y valores tradicionales. La resonancia visual del director manchego se basa en una imagen de contrastes: una educación tradicional y modos de vida transgresores junto con la diversidad sexual e identitaria. La visión de España de Almodóvar es creada a base de esta **repetición de antítesis** que se funden para crear un sentido común: la resonancia visual del *españolismo almodovariano*.

6.2.3.3. *Volver* (2006).

Volver (2006) es la película más icónica del cine del director manchego. *Volver* (2006) es la película por la cual ha recibido un mayor reconocimiento por parte del público internacional y es, a su vez, muy aclamada por la crítica.

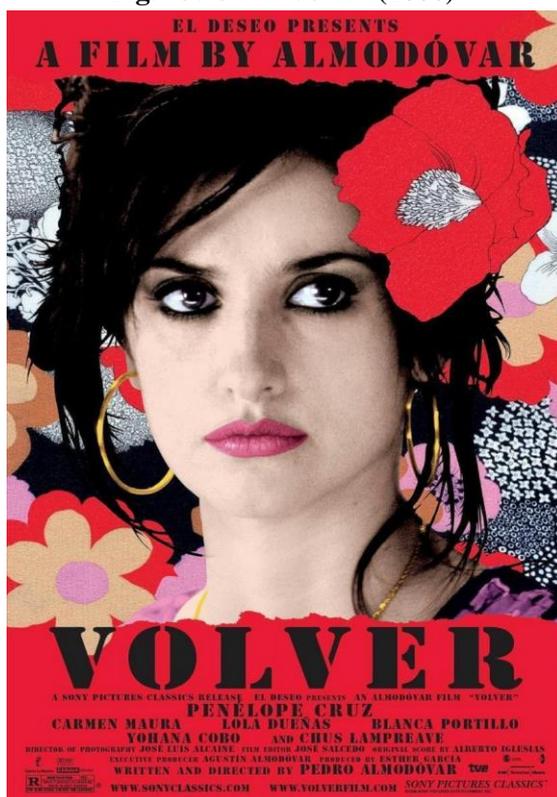
Es la clara consolidación de Penélope Cruz como musa de Pedro Almodóvar, así como la vuelta de colaboración con la actriz Carmen Maura.

La película es intimista y nos devuelve a los patios manchegos en los que se crió Almodóvar. Es una iconografía de la vida familiar que siente Pedro Almodóvar: la vuelta al origen (de ahí *Volver*), el hombre como la figura patriarcal violenta, la mujer sufridora y poderosa...

La resonancia visual de la mujer en el universo almodovariano responde a la figura de Raimunda (Penélope Cruz), con toda su estética e imagen, y como escena clave ella cantando la canción de *Volver* de Carlos Gardel. Esta vuelve a ser la oda a la mujer, en todas sus generaciones, destacando el concepto de la mujer como **madre**, tras largometrajes donde Pedro Almodóvar se centra en el universo masculino **vuelve al núcleo: vuelta a su madre**.

I. Cartel.

Fig. 73: Cartel *Volver* (2006).



Fuente: Filmaffinity.

El cartel vuelve a realizarse por el artista Juan Gatti, este es un cartel vertical de 68x99cm. La composición está generada en tres áreas en las cuales el texto se encuentra en la parte superior en inferior de la composición y la parte gráfica responde al centro del cartel.

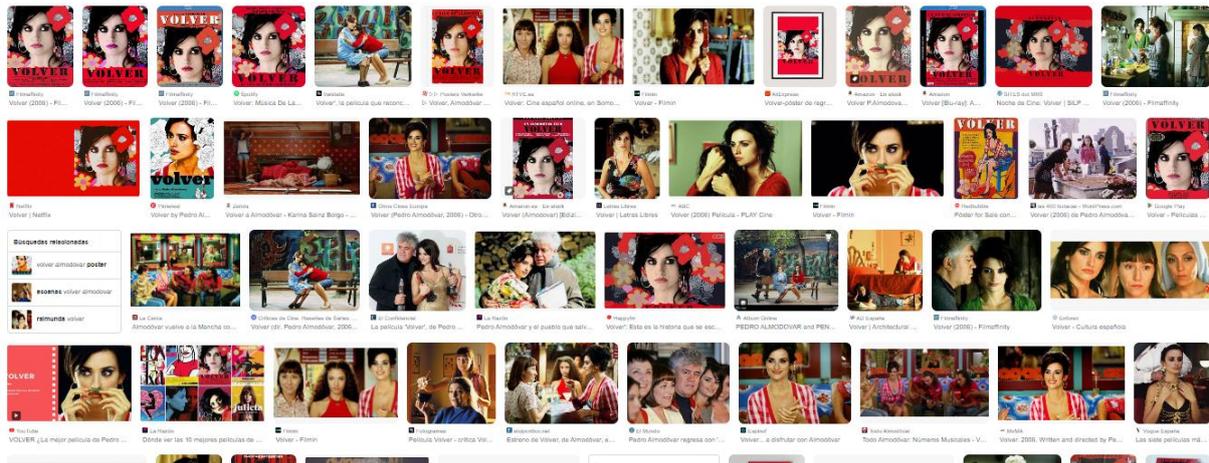
Situado en la zona central, el contenido gráfico, que representa un porcentaje del 64% del cartel, es resuelto por el autor con un collage en el que se entremezclan una fotografía tratada digitalmente de un primer plano de la protagonista y un estampado floral que por su estética retro recuerda, de una forma inequívoca, a la estética pop intrínseca a Almodóvar. (Tabuenca, 2011, p.128)

La protagonista del cartel, como de la película, y la clara imagen de la resonancia visual de esta es Penélope Cruz. El elemento gráfico centrado en su fotografía es acompañada por la flor roja “ a modo de clavel engarzado al cabello moreno, recuerda la caracterización de las cantantes y folclóricas de la España más cañí” (Tabuenca, 2011, p.128). La muestra de este clavel es una analogía con el objetivo de la vuelta del filme.

La propuesta diseñada, desde el punto de vista cromático, resulta algo estridente. Cabe apuntar que, pese a ser el rojo y el negro los colores predominantes, también llama la atención el uso que hace del retoque fotográfico a la hora de alterar los tonos naturales en pro de otros que resultan algo más artificiales. Se opta por enfatizar los labios de la mujer con una marcha de color fucsia que se repite estratégicamente en alguna de las flores del fondo, el cual ha sido rescatado del empapelado de la propia escenografía, una vez más con reminiscencias kitsch que se emplean para la ambientación de la película. (Tabuenca, 2011, p.128)

II. Imagen.

Fig. 74: *Volver* (2006), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 75: *Volver* (2006).



Fuente: Vanitatis.

La mujer como centro de la vida: retornar a los brazos de una madre. El apoyo femenino como poder de fuerza superior. Un reencuentro con la esencia del director.

Carmen Maura como representación análoga de la madre de Almodóvar, su recuerdo “fantasmal”.

Fig. 76: *Volver* (2006).



Fuente: Otros Cines Europa.

Resonancia visual de la imagen de la **mujer española** (“spanish girl”) creada a través de la imagen de Penélope Cruz en el papel de Raimunda en este filme. Mujer en color rojo, con poder y estética llamativa. Reutilización de la referencia a estéticas “folclóricas” para **divinizar a la figura femenina**.

Fig. 77: *Volver* (2006).



Fuente: ABC.

Mujer poderosa que es, a su vez, mujer madre de familia. La madre (la mujer) en todas sus generaciones.

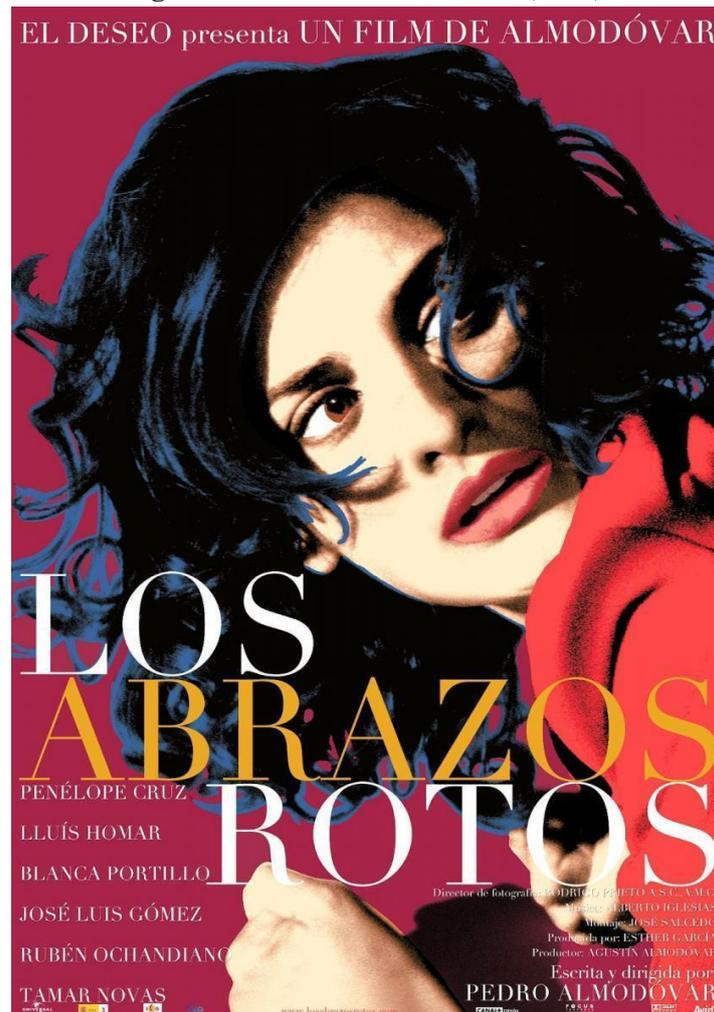
6.2.3.4. Los abrazos rotos (2009).

Los abrazos rotos (2009) es el largometraje que cierra la década donde el director trabaja en su totalidad para su público. Otro melodrama con su mayor esencia: romance trágico, director de cine, traiciones... Con otra gran presencia de *la chica almodóvar* del nuevo siglo: Penélope Cruz.

El largometraje es otra reflexión en torno a conceptos como el **tiempo** o la **memoria**, y como estos juegan un papel fundamental en la vida y, obviamente, en el amor.

I. Cartel.

Fig. 78: Cartel *Los abrazos rotos* (2009).



Fuente: Filmaffinity.

A partir de una fotografía tratada digitalmente de un primer plano de la actriz protagonista, Juan Gatti diseña un rotundo cartel realista de formato vertical (68,5x99,5 cm.) estructurado a partir de la definición de dos grandes superficies. (Tabuenca, 2011, p.128)

La composición del cartel es marcada por la fotografía de la actriz, generando un eje diagonal. El contenido textual de la pieza es a base de una letra con una tipografía con “remate y posición escalonada” (Tabuenca, 2011, p.129) , se obliga a leer el cartel diagonalmente gracias a como se

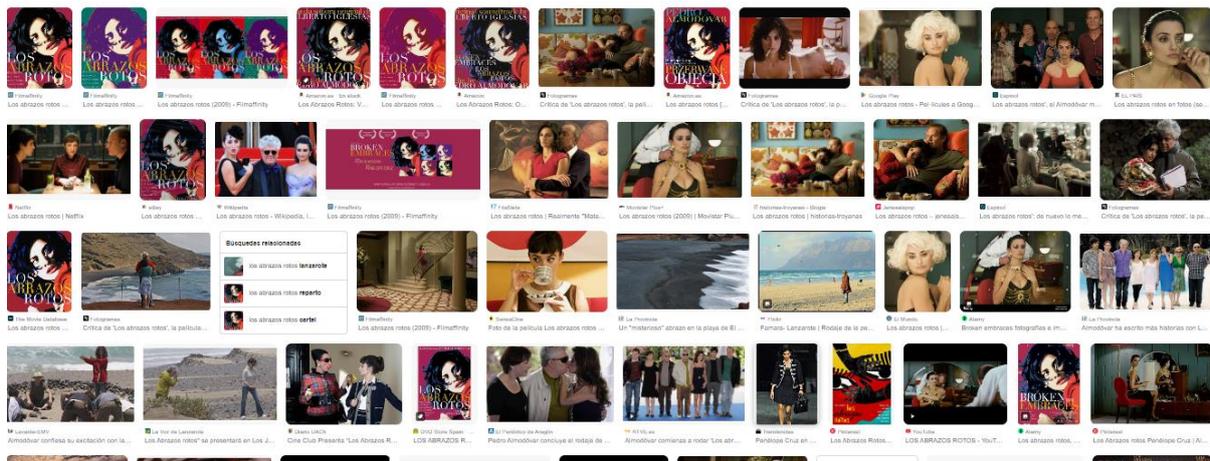
presenta el título. El texto interviene lo mínimo posible en la imagen, se sitúa en los espacios que la fotografía lo permite.

Situado en la zona superior, el elemento icónico transmite emociones a través de la posición de la toma fotográfica, de manera que la entrada de la protagonista de derecha a izquierda en la composición otorga al cartel una dosis de dinamismo que se contrapone con lo estático de una mirada frontal. Ella no mira directamente al espectador, sino que mira hacia la derecha, imprimiendo con su mirada una sensación intrigante. (Tabuenca, 2011, p.129)

En el análisis cromático destaca el empleo de la edición de la fotografía introduciendo colores como el azul a un conjunto de gama cálida. El rojo vuelve a estar presente en el labio de la protagonista y su vestimenta, es aquello que le otorga estética y personalidad.

II. Imagen.

Fig. 78: *Los abrazos rotos* (2009), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 79: *Los abrazos rotos* (2009).



Fuente: Fotogramas.

Fig. 80: *Los abrazos rotos* (2009).



Fuente: Movistar Plus +.

La mujer como dueña de la elegancia e icono del cine, la actriz desde la perspectiva de las elegantes actrices de los años 50 y 60: Audrey Hepburn (fig. 80) y Marilyn Monroe (fig. 81). El universo femenino es el dueño de la resonancia visual del cine.

Fig. 81: *Los abrazos rotos* (2009).



Fuente: SensaCine.

Fig. 82: *Los abrazos rotos* (2009).



Fuente: Netflix.

El melodrama del tiempo, la traición, el amor y el desamor desde **el abrazo**. El abrazo como muestra de cómo los cuerpos humanos se entrelazan y unen en las tragedias románticas que Almodóvar representa.

6.2.4. Años 2010s.

En esta década al igual que la película anterior en la cual termina el filme se explora el concepto del tiempo y los recuerdos, como es el ejemplo de *Julieta* (2016) o la autobiográfica *Dolor y gloria* (2021), como así se expone en El Blog del Congreso de los Diputados (2019).

De igual modo, se experimentan películas de mayor delirio como es el surrealista y macabro filme de *La piel que habito* (2011) o la caótica comedia de *Los amantes pasajeros* (2013), donde reaparece el tono cómico y desenfadado de los primeros años pero con mucha más pulcritud de técnica.

Penélope Cruz se asiente como el fetiche principal del director, siendo ella la *chica almodóvar* que mayor resonancia visual ha generado.

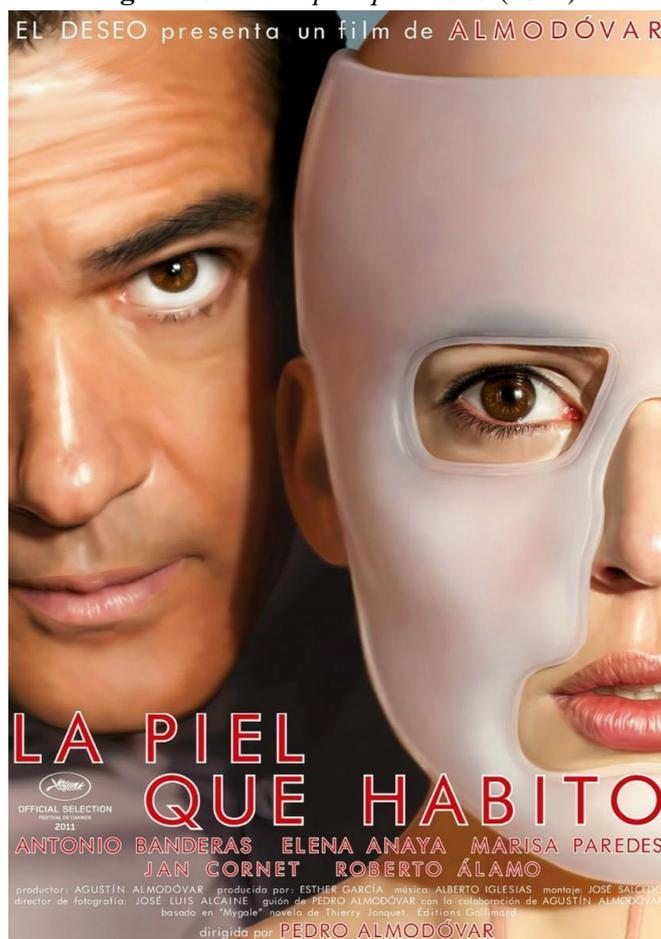
6.2.4.1. La piel que habito (2011).

La piel que habito (2011) es un cambio en la forma de cine respecto a las películas anteriores. El cineasta entra la década de los 2010 con un cine que vuelve a tener rasgos de Buñuel y nos presenta la mirada más macabra del cineasta. La crueldad hecha largometraje donde el dolor y la herida se presenta en un plano exagerado y surrealista. Una película muy cuidada en referencias y técnica.

Vuelve, de nuevo, como *chico almodóvar* Antonio Banderas para presentarnos el personaje coprotagonista de la historia. Vuelta a la reflexión acerca del delirio a través del sufrimiento y vuelta, nuevamente, a la perspectiva del hombre desde el maltratador (en todos sus momentos en el filme) y la mujer como la víctima.

I. Cartel.

Fig. 83: Cartel *La piel que habito* (2011).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

Otro trabajo de Juan Gatti para el director es este cartel para la película *La piel que habito* (2011). El cartel es de formato vertical de 68,5x99,5 cm, este es generado por una fotografía de los protagonistas del largometraje. (Tabuenca, 2011)

De nuevo, como en los carteles de las películas del nuevo siglo, el texto se sitúa en las zonas del cartel más residuales lo que evita que el texto interfiera con la imagen, el título se sitúa de forma escalonada. (Tabuenca, 2011)

Se ha optado por buscar una lectura clara para lo que se ha utilizado una tipografía sin remate a base de letra de palo seco limpia de ornamentos que transmite gran sutileza, tanto por el grosor y cuerpo empleados en sus caracteres, como por su tratamiento cromático que apenas destaca respecto del elemento icónico al pisar la propia carga textual. (Tabuenca, 2011, p.132)

Los elementos icónicos transmiten facetas de los caracteres de las personalidades a través de las posiciones de las tomas de las protagonistas, de manera que a la fuerza de una fotografía tomada en primer plano se le une la intencionalidad de mostrar únicamente la mitad de los rostros de los personajes. (Tabuenca, 2011, p.132)

Fig. 86: *La piel que habito* (2011).



Fuente: Se rueda - Wordpress.com.

No obstante, el **rojo** y otros colores cálidos se utilizan para representar cromáticamente momentos pasionales. Destaca el gran empleo de referencias artísticas en el filme que otorga una exquisitez artística. Con este largometraje se sitúa la resonancia visual de Almodóvar en el **universo artístico y la pulcritud**, a diferencia de las imágenes alocadas de sus inicios.

Fig. 87: *La piel que habito* (2011).



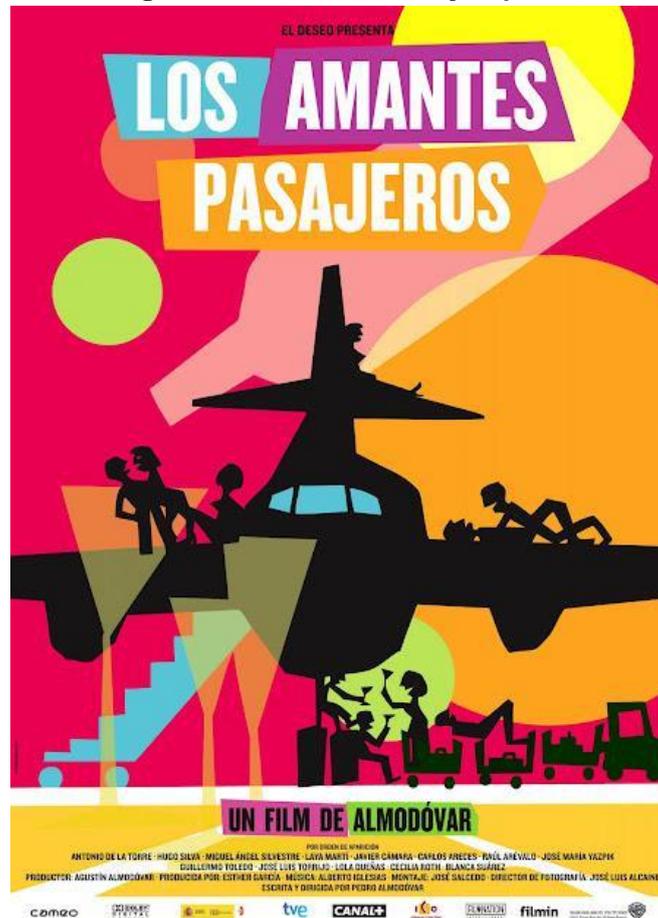
Fuente: X.com.

6.2.4.2. Los amantes pasajeros (2013).

Los amantes pasajeros (2013) es una película de comedia con una narrativa con falta de lógica que sorprendió al público y fue criticada. Muchos espectadores sitúan a esta como la peor película del director, no obstante, es una vuelta a la mirada más divertida del director. Tras una película tan pulida como *La piel que habito* (2011), *Los amantes pasajeros* (2013) retoma lo surrealista y fresco de los primeros largometrajes del manchego.

I. Cartel.

Fig. 88: Cartel *Los amantes pasajeros* (2013).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

Tras el distanciamiento de Pedro Almodóvar con el artista gráfico Juan Gatti, el realizador trabajaría para este cartel con Javier Mariscal (Rtve.es, 2012). El cartel es de formato vertical donde la composición está dividida entre el contenido textual situado en la parte superior y en la parte inferior, no obstante, el elemento icónico se sitúa en el centro del cartel aunque todo el grafismo ocupa el cartel entero.

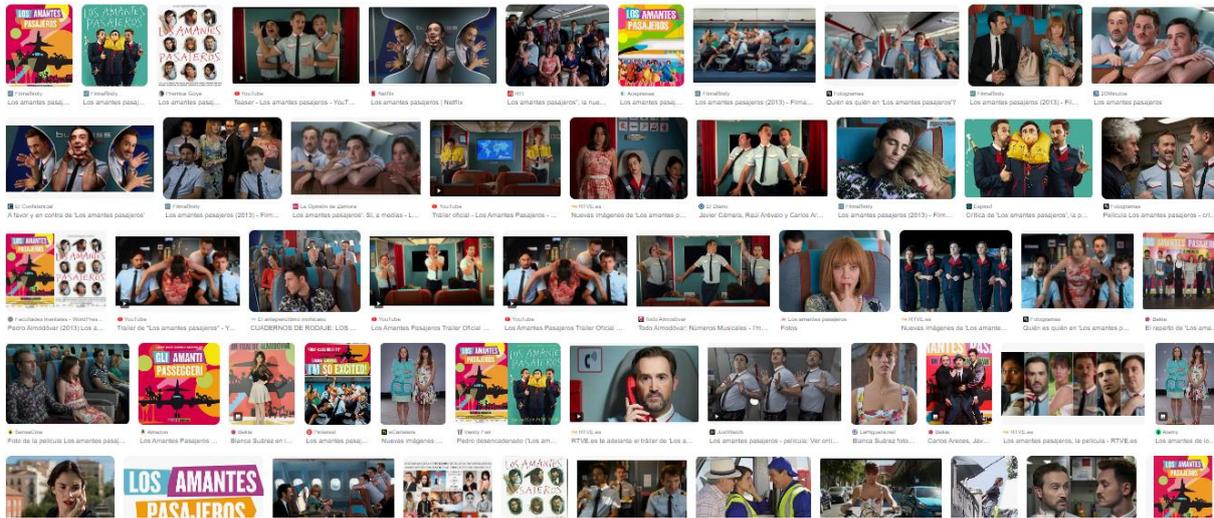
En lo que respecta al contenido textual, la letra utilizada es de palo seco y con grosor que aporta dinamismo al cartel, así como lo pide el filme.

El grafismo está realizado con el mismo objetivo que la elección de la tipografía, el acabo geométrico resulta dinámico y, de igual modo, la explosión de elementos responde a un estilo *pop-art* y *picassiano*.

En lo que respecta al color hay una gran carga cromática. Los colores utilizados son llamativos y destacan en oposición frente al dibujo del avión y protagonistas. El empleo de estos colores es una muestra más al espectador de lo alocado e ilógico que resulta el filme y la diversión que busca transmitir el director con este.

II. Imagen.

Fig. 89: Los amantes pasajeros (2013), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

La comedia con estética 80 y kitsch retorna en este largometraje. La excentricidad unida al espectáculo y el hombre homosexualidad se convierte en el centro de la diversión de Almodóvar. Las tintas planas de colores primarios y la **contraposición rojo-azul** permite identificar la imagen como *almodovariana*.

Fig. 90: Los amantes pasajeros (2013).



Fuente: TodoAlmodóvar.blogspot.com.

6.2.4.3. Julieta (2016).

Con esta película Pedro Almodóvar nos introduce en un universo más maduro a nivel fílmico, retomando la seriedad visual que presenta en *La piel que habito* (2011), en el que iniciará una etapa de reflexión acerca del concepto del tiempo, desde la memoria, el recuerdo... Esta inmersión se inicia con *La mala educación* (2004) y *Los abrazos rotos* (2009) y se explota al final de la década de los 2010 hasta la actualidad.

Julieta (2016) es la vuelta del director al valor del universo femenino, *Julieta* es la “mujer almodóvar” que nos habla del tiempo. El sufrimiento y la culpa se explota en la narrativa a través de la figura de la mujer. Pedro Almodóvar introduce al espectador, nuevamente, en otros conceptos que ya habían sido utilizados en películas anteriores como es la relación materno-filial. A pesar de ser adaptación de los relatos de Alice Munroe, *Julieta* (2016) se presenta como un siguiente capítulo a las películas intimistas de los 2000 cómo fue *Volver* (2006) o de la segunda década del director y su grandísimo largometraje *Todo sobre mi madre* (1999). *Julieta* (2016) es otro pilar fundamental en el **universo de la mujer** creado por el director en el que sitúa a la **mujer desde el centro de la vida**, como es la madre (como era y es su madre).

I. Cartel.

Fig. 91: Cartel *Julieta* (2016).



Fuente: Filmaffinity.

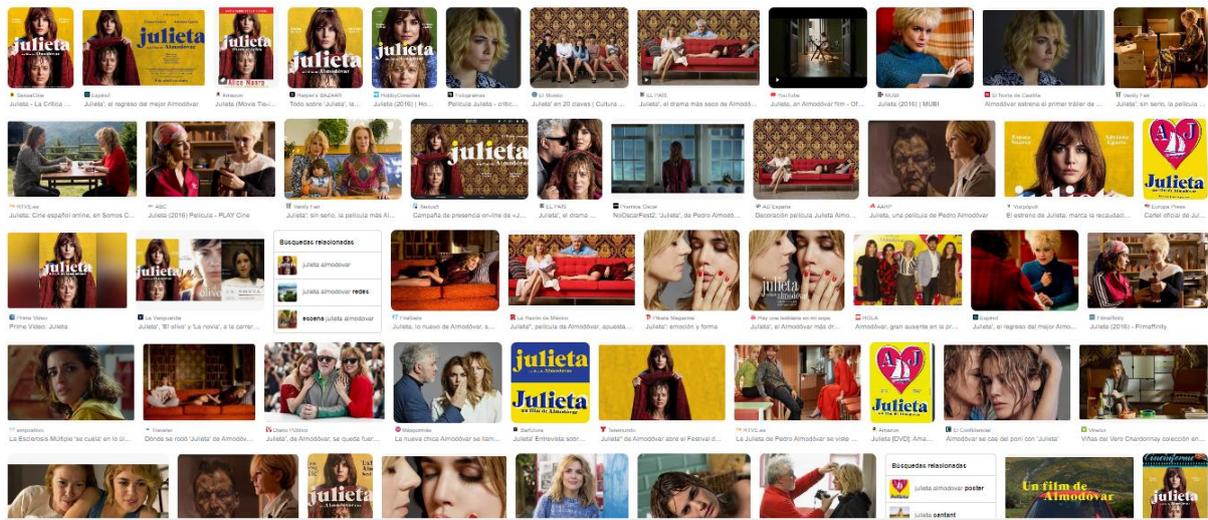
El cartel de formato vertical es realizado por el estudio Bar Futura, siendo obra del fotógrafo Nico Bustos (Todo Almodóvar, 2016). La composición se divide en la fotografía y el texto.

En lo que respecta al contenido topográfico, el texto se sitúa en el centro (a diferencia de carteles anteriores) otorgando gran relevancia al título del filme que significa mucho más allá que un título. El nombre se presenta en minúsculas y con una letra redondeada y con mayor ornamentación que los carteles previos de esta década. A los dos extremos, en la parte superior, se encuentra el nombre de las dos actrices protagonistas.

La imagen, la fotografía, es fundamental en la composición del cartel. Este es el gran ejemplo de cómo el cartel publicitario de las películas del director se transforma de creaciones artísticas y dibujos a **fotografías con gran carga significativa**. Ambas *Julietas*, mirando a cámara, hacen referencia a una escena mítica de la película que nos ejemplifica visualmente el paso del tiempo. “Al mismo tiempo, la composición recuerda a la imagen de Santa Verónica sosteniendo el Santo Sudario” (Todo Almodóvar, 2016).

Los colores empleados son el color **amarillo mostaza** de fondo y el **rojo** en la toalla, **colores primarios**. Ambos colores cálidos y pertenecientes al universo cromático del director.

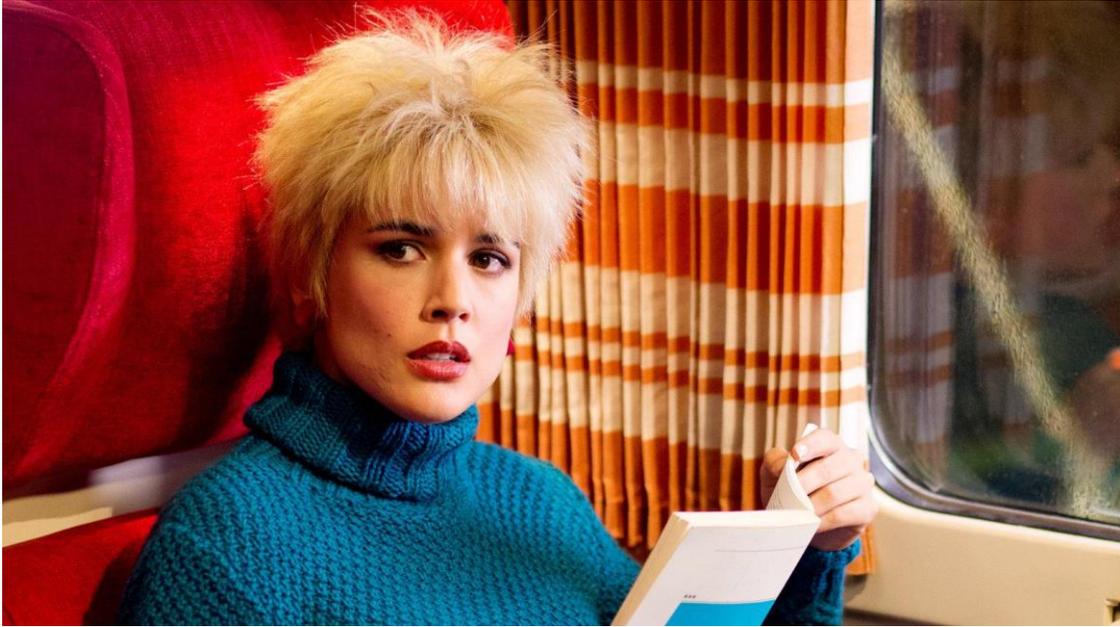
Fig. 92: *Julietta* (2016), el *Atlas de Google Imágenes*.



Fuente: Google Imágenes.

La estética pop-art basada en colores primarios es explotada en la película.

Fig. 93: Julieta (2016).



Fuente: The New York Times.

La vuelta al pasado permite al español repetir la estética de los 80 y 90. El rubio teñido, casi platino, y el corte de pelo nos devuelve a un momento visual de Almodóvar anterior al tiempo que nos encontramos, el espectador se mueve en el marco del tiempo del universo del director.

La oposición **rojo-azul**, característica del director, permite esa sensación de **cambio de tiempo** de las películas de Almodóvar en la visualización de la película.

Fig. 94: Julieta (2016).



Fuente: Pinterest.

Fig. 95: *Julieta* (2016).



Fuente: El Deseo.

El paso del tiempo se recrea a través de la vista del **tren** (fig. 93) o la escena de mayor resonancia visual del largometraje, y así utilizada en el cartel (fig.91), y es el descubrimiento del rostro tras secarse el pelo con una toalla. La mujer experimenta en su mirada el cambio que el tiempo ha producido en ella mientras se mira al **espejo, reflejo de sí misma**, nos hace notar su paso por el tiempo y la melancolía que ello le produce.

6.2.4.4. Dolor y gloria (2019).

La cumbre de la puesta en valor del concepto del tiempo es la película *Dolor y gloria* (2019). Tras décadas reutilizando recuerdos y vivencias en sus películas, en 2019 el director de cine presenta *Dolor y gloria*, una película autobiográfica.

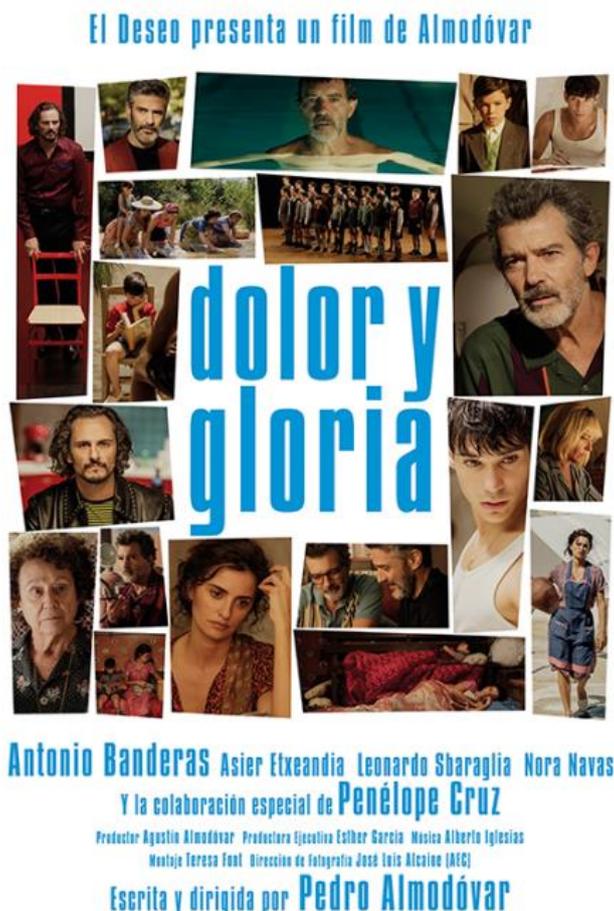
Esta película permite entender toda la mirada de Pedro Almodóvar y la amplitud de su resonancia visual. Un nuevo capítulo a su película *Volver* (2006) pero con un toque más intimista y personal. *Dolor y gloria* (2019) es protagonizada por su *chica almodóvar* fetiche y su *chico almodóvar*, aquellos que una vez descubiertos le han acompañado a lo largo de los años, siendo Penélope Cruz y Antonio Banderas. El empleo de ambos para protagonizar el largometraje se entiende gracias a lo personal de este, la elección de los actores debe reflejar el círculo de confianza que establece el director con su público.

Es Penélope Cruz y Julieta Serrano (una de las chicas almodóvar más veteranas y con la cual no trabajaba desde *¡Átame!* de 1989) las escogidas para realizar el papel más importante en la vida de Pedro Almodóvar: **su madre**.

En ánimo de referenciar esa resonancia visual generada a través de su imagen, introduce en el largometraje la figura de Rosalía (con gran presencia en el Tráiler y poca en el filme) para evidenciar el impacto de su mirada en la cultura actual.

I. Cartel.

Fig. 96: Cartel *Dolor y gloria* (2019).



Fuente: PostersCine.com.

El cartel vertical es obra de Juan Gatti, Almodóvar vuelve a recurrir al diseñador en esta película tan personal. El conjunto de la composición se divide entre el texto y las imágenes dispuestas a modo collage. (Todo Almodóvar, 2019)

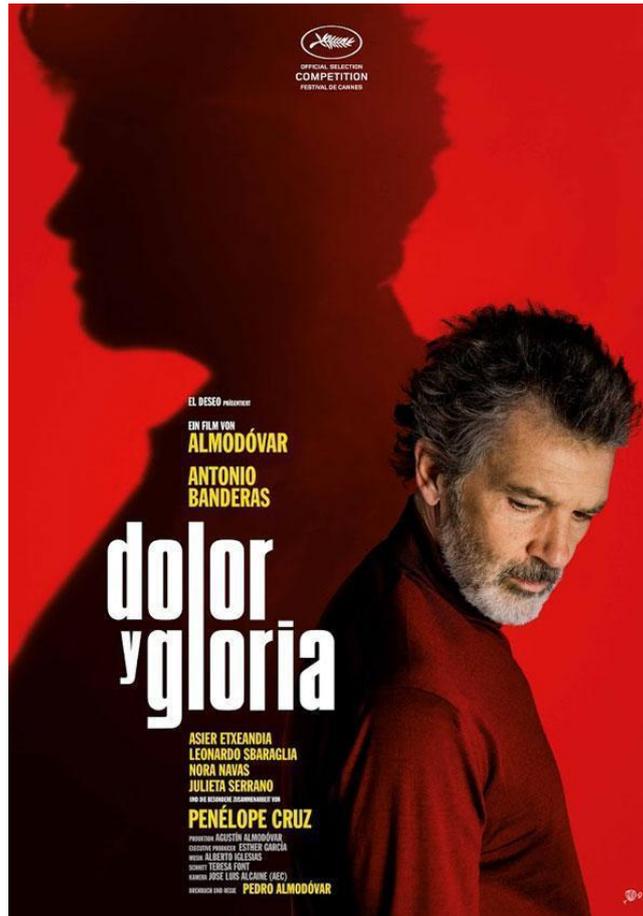
El contenido tipográfico se crea a través de una letra de palo seco y en color azul, el título aparece en minúsculas y en el centro de la composición cobrando una gran relevancia.

Las imágenes que representan un conjunto vital, la vida como un collage de recuerdos, son fotogramas de la película realizados por Manolo Pavón, responsable de la fotografía fija en la película. (Todo Almodóvar, 2019)

En lo que respecta al color encontramos una contraposición azul-blanco, entre el texto y el fondo, y las imágenes en gama cálida con colores como el rojo o el verde.

El cartel se presenta como un *Atlas* de la película, siendo esta una película autobiográfica responde a un *Atlas* de la vida de Pedro Almodóvar desde la mirada visual del propio artista.

Fig. 97: Cartel II *Dolor y gloria* (2019).



Fuente: Filmaffinity.

Otro cartel publicitario de la película es este que cuenta con una gran carga simbólica para comprender el trasfondo del largometraje a través de una mirada al cartel.

El cartel de orientación vertical nos presenta la fotografía con la sombra de fondo y el texto a la espalda de Antonio Banderas, el personaje principal.

Respecto al contenido textual destaca el título con el empleo de la letra “y” para unir ambos conceptos, qué es lo que busca Almodóvar en el largometraje, el dolor unido a la gloria y viceversa. No obstante, lo más destacable del cartel es la analogía (evidente en la visualización de la película) entre Salvador (Antonio Banderas) y Pedro Almodóvar, en esta composición la sombra de Banderas es la figura de Almodóvar.

Todo el conjunto está ornamentado por un color rojo de gran potencia, **se produce una resonancia visual basada en una analogía: el rojo es Pedro Almodóvar.**

Fig. 100: Dolor y gloria (2019).



Fuente: Cadena SER.

En el dolor y el ocaso se recurre al agua como sanación, ya se mostraba en *La flor de mi secreto* (1995). La introducción en el agua como la vuelta al **útero de la madre**: la búsqueda de la gloria, de la paz (fig. 101).

Fig. 101: Dolor y gloria (2019).



Fuente: Meer.

6.2.5. Años 2020s.

En la actualidad, en esta última década, Pedro Almodóvar continúa explorando el concepto del tiempo. El largometraje que pertenece a esta década es *Madres Paralelas* (2021) donde une el papel de la madre (su narrativa y visual “tótem”) junto con la inspección del tiempo.

En estos últimos años el director realiza también dos cortometrajes en inglés (se introduce en un nuevo universo) que son *The human voice-La voz humana* (2020) y el western *Strange way of life - Extraña forma de vida* (2023). Como señala el director en su libro *El Último Sueño* (2023), en el año 2020 (junto con la actriz británica Tilda Swinton, su nueva chica almodóvar) da fin a su obsesión por *La Voz Humana* de Cocteau creando ese cortometraje que recrea dicho monólogo teatral.

Actualmente en el año 2024 el director se encuentra rodando su primera película en inglés llamada *La habitación de al lado*, su primera película internacional que brinda a esta nueva década un nuevo panorama visual del director que deberá ser analizado en el futuro. (Fotogramas, 2024)

Según OkDiario (2024), Tilda Swinton dice que *La habitación de al lado* es la sucesora de *Dolor y gloria* (2019) al tratar de cómo las amistades sostienen al individuo en las etapas más adultas de la vida.

6.2.5.1. Madres Paralelas (2021).

El último largometraje de Pedro Almodóvar hasta la fecha une maternidad y tiempo tratando un tema tan difícil como es el de la Memoria Histórica.

El universo de las mujeres, en este caso de las madres, vuelve a ser el foco central del director. La imagen vuelve a estar conducida por *su actriz* Penélope Cruz.

La película fue bien acogida tanto por el público como por la crítica.

I. Cartel.

Fig. 102: Cartel *Madres Paralelas* (2021).



Fuente: El Mundo.

Este cartel fue controvertido e incluso censurado debido a la presencia del pezón y se tuvo que realizar un segundo para sustituirlo. No obstante, la exquisitez de la simbología utilizada hace de este uno de los carteles más icónicos de Pedro Almodóvar.

El autor del cartel es Javier Jaén (Ara.cat, 2021). Este es un cartel vertical con una composición dividida en tres con el texto en la parte superior e inferior. La gran atención reside en la imagen, no solo por su posición sino también por lo llamativo de esta.

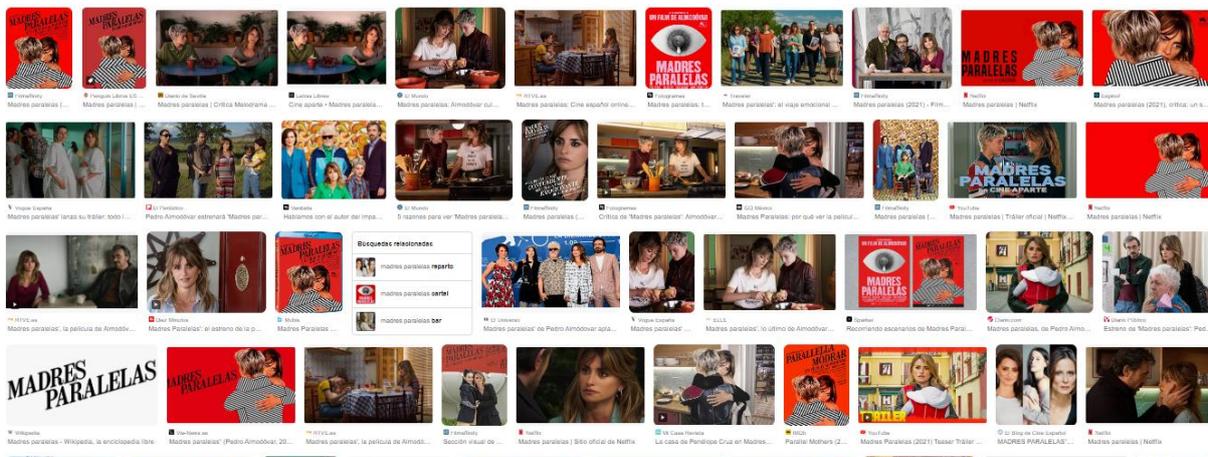
La tipografía utilizada es de palo seco y gruesa, esto otorga actualidad y dinámica a la composición. Esta encuadra la fotografía para que el espectador observe el cartel publicitario como un conjunto.

La imagen es el centro de atención. La analogía visual entre el pezón y el ojo es evidente, se otorga una gran carga simbólica al pecho de la mujer como **ojo al mundo**.

El primer plano de un pezón con una sugerente gota de leche materna, encuadrado de tal manera que simula un ojo llorando y remite a la imagen más icónica de 'Un perro andaluz' el cortometraje surrealista de Luis Buñuel en el que colaboró Salvador Dalí. (El Periódico, 2021) En lo que respecta al color el cartel funciona en la oposición llamativa y de estética actual rosa-rojo que genera contraste con la fotografía del pezón en blanco y negro. El rojo como color de Almodóvar y el rosa como representativo de la mujer y la maternidad.

II. Imagen.

Fig. 103: *Madres paralelas* (2021), el Atlas de Google Imágenes.



Fuente: Google Imágenes.

Fig. 104: Madres Paralelas (2021).



Fuente: Diario de Sevilla.

Fig. 105: Madres paralelas (2021).



Fuente: El Mundo.

El poder de la mujer desde la sororidad en el apoyo en la maternidad “paralela” (fig. 105) y el universo femenino y sororidad en la lucha social y la memoria histórica (fig. 106).

Fig. 106: Madres paralelas (2021)



Fuente: Traveler.

6.3. Almodóvar como influencia. Otras expresiones artísticas.

El éxito de Almodóvar, derivado del equilibrio entre el recurso a los tópicos españoles y un tratamiento estilístico adecuado a las tendencias de la posmodernidad, ha generado descendientes, pero no herederos (Riambau citado por Herrera, 2015)

La influencia de Almodóvar en la cultura “pop” actual se observa en otros contenidos audiovisuales y, también, en otras creaciones y productos artísticos contemporáneos. En el presente trabajo se ha reiterado la figura contemporánea mundial que supone el cineasta. Pedro Almodóvar forma parte de los grandes artistas del siglo XX que han trascendido nuestras fronteras. Es cierto, que la revolución tecnológica y las Redes Sociales han expandido, aún más, su obra. Asimismo, esta posmodernidad del siglo XXI ha facilitado que aquellos predecesores de la obra del manchego tengan una proyección más global.

La influencia de Almodóvar en cineastas de todo el mundo es innegable. Su estilo distintivo y su capacidad para abordar temas complejos y controvertidos de manera conmovedora han inspirado a una generación de cineastas y han contribuido a la apertura y la diversidad en la cinematografía global (Merca2, 2015).

Tal y como se señala en el artículo de la web Merca2 (2015), un aspecto clave de la figura de Almodóvar y su influencia y relevancia es su “superación a la censura”. El cambio de perspectiva del cineasta supuso un nuevo universo en el cine español. El director generó un nuevo paradigma que permitió dar voz e imagen a aquellos reprimidos en la dictadura. Más allá de lo llamativo que supone romper la regla, Almodóvar trajo consigo una revolución social y, a la vez, afianzó ese cambio social que se estaba

viviendo en la Madrid de los años 80. Si el imaginario colectivo tuviera que elegir a un representante de la Movida Madrileña, quizás, no habría duda de a quién corresponde el título: Pedro Almodóvar.

En la actualidad, entre los creadores audiovisuales hay unas figuras de cine que destacan por el tratamiento de una temática y estética similar a la almodovariana, y estos son los Javis. La imagen y narrativa de Almodóvar se resume en los siguientes pilares: LGTBIQ+, la religión, arte contemporáneo, la sexualidad, el deseo, el amor tóxico, el españolismo castizo y moderno, la masculinidad tóxica y las mujeres empoderadas (más allá de sus inicios en La Movida y su influencia manchega). Los Javis están creando, de igual modo, un universo audiovisual donde se representa el mundo español desde la perspectiva LGTBIQ+, la religión, la mujer empoderada (incluyendo y representando a la mujer trans en este papel, al igual que Almodóvar) y una masculinidad tóxica (el hombre queda en un segundo plano).

No obstante, es cierto que los creadores han incluido matices y diferencias en la narrativa, pero son vistos como los herederos en la industria española de la revolución almodovariana. Más allá de la imagen y narrativa de los contenidos destaca el paralelismo en la producción y otros aspectos. Es curioso como los directores están creando un elenco actoral de actrices mujeres a lo que podríamos llamar como “las chicas de Los Javis”. A mayores, Los Javis cuentan también con una productora que nace de su narrativa Suma Content, pudiéndose comparar con El Deseo. De hecho, la actriz Aitana Sánchez Gijón comparaba la creación de Los Javis con la de Almodóvar en una entrevista en EuropaPress (2023), en este vídeo la actriz señala que el impacto y revolución del cine de estos creadores es parejo al de Pedro Almodóvar.

6.3.1. Rosalía.

Más allá de los “herederos” en la industria cinematográfica española, en su “superación a la censura”, que se mencionaba antes, sobresale su escritura de papeles femeninos, situar a la mujer desde una perspectiva distinta a como se había hecho anteriormente. Por eso, esa perspectiva de la mujer empoderada se ha impregnado en otros ámbitos, como la música. El claro exponente actual que encontramos ahora es la figura de Rosalía.

En un artículo en la revista Vogue (2022) se exponían los referentes cinematográficos en la estética del último proyecto de la cantante, llamado “Motomami”. Ese uso del rojo, que ya la ha caracterizado en todos sus proyectos, recuerda a Pedro Almodóvar, pero, tal y como señalaba la revista, la arriesgada combinación de trajes negros y rojos recuerdan al personaje de Andrea Caracortada en Kika (1993). De hecho, Rosalía en su canción TKN ella canta “vestía de negro como Kika”.

La cantante catalana ha ejemplificado su vínculo con el director en distintos hitos clave. Es clave la participación de la cantante en la película autobiográfica del manchego llamada *Dolor y Gloria* (2019). El papel, a pesar de ser pequeño, le da el suficiente protagonismo para que Rosalía cante y, de hecho, tomó protagonismo en el tráiler.

Otro ejemplo de la influencia de la estética del trabajo del director manchego en la cantante catalana es el videoclip de la canción Juro Qué (2020).

Con una vuelta a sus orígenes flamencos, "Juro que" transporta a un mundo de colores vivos que recuerdan a las películas del cineasta Almodóvar con tonos monocromáticos como el rojo,

verde o rosa que cobran protagonismo, a la vez que su vestimenta transporta a la década de los 90. (CineNuevaTribuna, 2020)

Ese rojo en el que también se ha visto representada Rosalía. Un color clave en la estética de los proyectos de Rosalía que se ve ejemplificado, por ejemplo, en su vestimenta. Un diseñador que ha vestido mucho a la cantante de dicho color y que tiene una gran influencia en la estética de Almodóvar es Palomo Spain. En 2019 el diseñador respondía a EuropaPress.tv (2019), lo siguiente:

Absolutamente, este apego a las raíces, esta forma de saber reinterpretarlas y exponerlas de una forma que no es costumbrismo habitual creo que es nos une mucho. Creo que los dos tenemos un amor a nuestra patria bastante grande pero también una forma de ver la vida muy particular. (EuropaPress.tv, 2019)

Fig. 107: Juró Qué Videoclip Rosalía (2020).



Fuente: Rolling Stone.

6.3.2. C.Tangana.

Por otro lado, otro gran exponente cultural en la actualidad es C.Tangana, Antón Álvarez, recuerda también a narrativas y estéticas introducidas por el manchego.

El cine se muestra de forma constante en el universo de C. Tangana. Sus videoclips bien pudieran ser cortos de Pedro Almodóvar o de Bigas Luna. El costumbrismo, la familia y las tradiciones abarcan 'El Madrileño'. (Mackma, 2023)

Lo más relevante de la figura que representa C.Tangana es su demostración de la cultura del españolismo a través de la masculinidad tóxica.

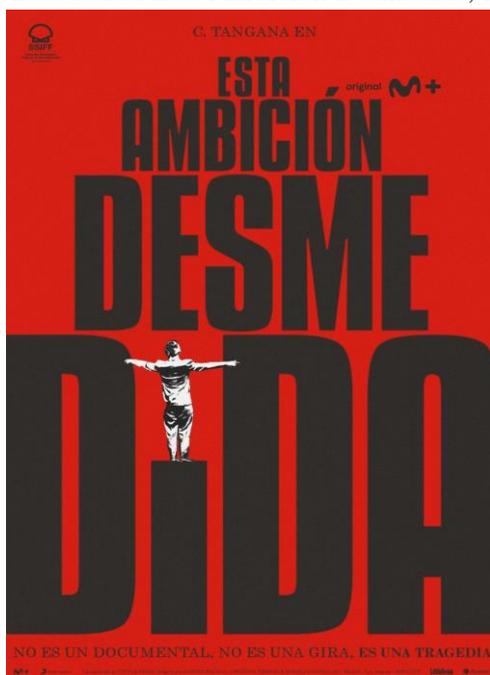
Tal inquietud por la identidad nacional vinculada a lo sexual, típica del cine del destape, de alguna forma contribuyó a definir el imaginario de su cine. Sin embargo, Almodóvar mastica y procesa esta herencia configurando un horizonte muy personal de nuevas libertades para el hombre nacional en lo concerniente a la expresión de su masculinidad. De su mano, puede seguir siendo un heterosexual ávido de encuentros con mujeres, pero también puede optar por

una homosexualidad clara y sin tapujos o disfrutar de una bisexualidad descarnada. Puede ser perverso y maligno con toques de ingenuidad o seguir siendo divertido en el entorno de lo trágico y de lo dramático. Las dualidades definen las conductas de estos personajes, tal y como ellos mismos explican: es normal tener miedo, el miedo forma parte del valor; para sentirse culpable no hace falta ser culpable. Elementos que caracterizan España a modo de fetiches nacionalistas se integran como piezas claves en las películas de Almodóvar. (Garrido y Alvarado, 2019, p.521)

Esa representación de la nacionalidad ejemplificada en los valores del cine de Almodóvar a través de una masculinidad arcaica y autodestructiva es el juego que establece C.Tangana en su universo artístico. Es cierto que el personaje ha experimentado una evolución, pero las referencias a ese tipo de masculinidad en sus trabajos son innumerables. Unas referencias que no solo incluyen a Almodóvar, sino que bebe también de otro gran exponente como es Bigas Luna.

Otro aspecto que permite asociar la figura de los proyectos del artista Antón Álvarez como El Madrileño con el director Pedro Almodóvar es, de nuevo, el empleo del color. Esa estética refleja dicha influencia. El nuevo documental lanzado como parte del proyecto El Madrileño llamado Esta Ambición Desmedida (2023) sirve de ejemplo. El cartel del documental es un juego de tinta plana en color rojo que juega a modo collage con la fotografía, un modo de proceder similar a carteles de las películas del director como es el cartel realizado por Juan Gatti para La mala educación (2004).

Fig. 108: Cartel Esta Ambición Desmedida, 2023.



Fuente: La Academia del Cine.

La influencia de Pedro Almodóvar en un nuevo ideario de la cultura pop española es notable. La figura de Almodóvar como artista se reivindica constantemente en nuestros días no solamente por la producción de su arte sino por la vasta influencia que ha creado en futuros artistas y la creación de un nuevo ideario colectivo en lo que es el arte, sobre todo audiovisual, en nuestra nación.

Se muestran aquí ejemplos de spots publicitarios que han nacido del universo del cineasta manchego y expanden su percepción visual en la población española.

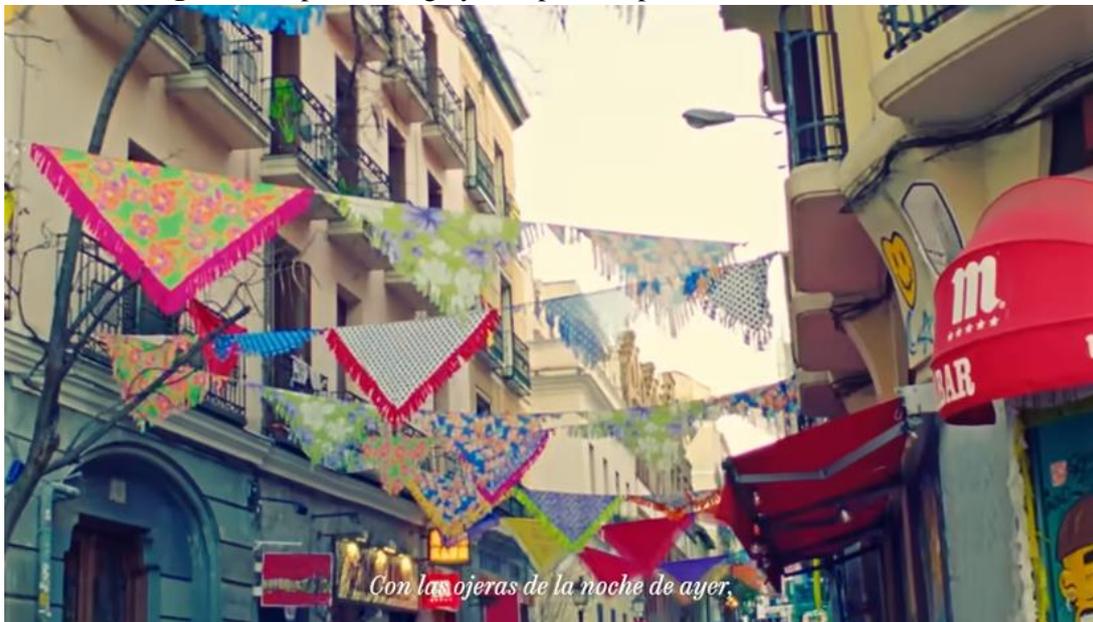
7.1. Se parte de algo y siempre será parte de ti – Mahou (2024).

En este spot la marca de cervezas madrileña reivindica, como spots y campañas anteriores, el sentimiento de pertenencia. En este spot se hace referencia a las fiestas de pueblo, pero, también, se muestran fiestas de ciudad, Madrid... Todo enmarcado en un universo “muy castizo” que apela a la resonancia visual de Pedro Almodóvar.

El spot es realizado por la agencia creativa &Rosás y dirigido por la realizadora Diana Kunst (MarketingNews, 2024).

Mahou cuenta también con otros anuncios donde sus referencias al sentimiento identitario se enmarcan al universo del cineasta.

Fig. 110: Se parte de algo y siempre será parte de ti – Mahou (2024)



Fuente: Youtube.

Fig. 111: Se parte de algo y siempre será parte de ti – Mahou (2024).



Fuente: Youtube.

Fig. 112: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: Madrid Film Office.

Madrid es el escenario de la resonancia visual de Almodóvar. El Madrid y su sentimiento castizo pertenece al imaginario estético del cineasta.

Fig.113: Se parte de algo y siempre será parte de ti – Mahou (2024).



Fuente: Youtube.

Fig.114: *La ley del deseo* (1987).



Fuente: Fotogramas.

El rojo como color que empodera a la mujer, el rojo hace a la mujer española y castiza como hace a la *chica almodóvar*.

7.2. 12 de octubre – Correos (2021).

Este spot se realizó por parte de Correos para conmemorar la fiesta nacional en el año 2021. De nuevo, volvemos a tener una imagen de identidad ligada a la resonancia visual marcada por Pedro Almodóvar en sus películas. ¿Qué es España en esta pieza? España es igual a la idea de España de Pedro Almodóvar.

El spot aquí analizado fue realizado por la Agencia Arena Media y la productora Little Spain (El Publicista, 2021). Es Little Spain la empresa creativa que dirige a C.Tangana y que tiene reminiscencias visuales de las obras de Almodóvar y otros directores con estética similar como Bigas Luna.

Fig.115: 12 de octubre – Correos (2021).



Fuente: Youtube.

La oposición de valores, tiempos o edades como parte de la identidad de España. La bandera del país enmarca la imagen donde se muestra la contraposición de forma equivalente a la mirada de Almodóvar: **rojo-azul**.

El rojo aparece en los jóvenes frente a los personajes de tercera edad, como es llevado por la mujer frente al hombre y la chaqueta de la mujer frente a su gorra. La cabina de espera es de color azul.

Fig. 116: *Hable con ella* (2002).



Fuente: The Sky Was Pink.

Fig. 117: *12 de octubre – Correos* (2021).



Fuente: Youtube.

Fig.118: *La mala educación* (2004).



Fuente: El Deseo.

Fig. 119: 12 de octubre – Correos (2021).



Fuente: Youtube.

Los edificios a modo Colmena acompañados de la identidad de España desde el sentido de la unión de lo considerado como opuesto: la bandera de España y la bandera de la comunidad LGTBIQ+. La representación de la población española de barrio.

Fig. 200: *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984).



Fuente: Todo Almodóvar.

7.3. Deliciosa Calma – Campofrío (2016).

Campofrío es una marca que lleva años realizando spots que reúne a diferentes personajes conocidos, muchos de ellos actores y cómicos, y realiza unas piezas audiovisuales que tienen una clara resonancia visual a lo que el espectador entiende como *almodovariano*.

Concretamente en este spot de 2016, la marca guiada por la agencia McCann (Ipmark, 2016) realiza una reivindicación feminista y una admiración a la mujer que tiene una inspiración visual y narrativa fiel a *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988). Además, la pieza publicitaria tiene un cameo de las protagonistas del filme. El universo del director es, indudablemente, referenciado en este spot.

Fig. 201: Deliciosa Calma – Campofrío (2016).



Fuente: Youtube.

La conceptualización del rojo como color de la mujer fuerte, empoderada y feminista propio de la visión de Almodóvar vuelve a estar presente en esta pieza visual.

Fig. 202: Deliciosa Calma – Campofrío (2016).



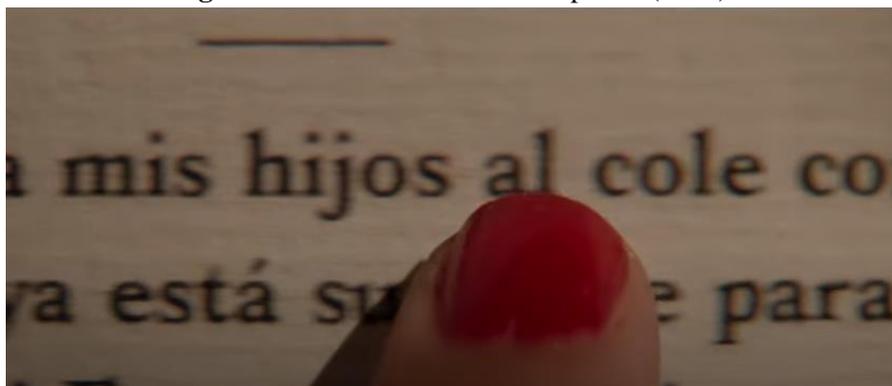
Fuente: Youtube.

Fig. 203: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).



Fuente: X.com.

Fig. 204: Deliciosa Calma – Campofrío (2016).



Fuente: Youtube.

Fig. 205: Deliciosa Calma – Campofrío (2016).



Fuente: Youtube.

7.4. Hay ganas de Orgullo de Pueblo – J&B (2021).

J&B junto con el Ruso de Rocky han buscado cambiar su imagen y realizar campañas con un manifiesto social a favor de la comunidad LGTBIQ + (Ruso de Rocky, 2023). La pieza audiovisual de la campaña Hay ganas de Orgullo de Pueblo responde fielmente al ideario y mundo de Pedro Almodóvar.

La resonancia visual del cineasta llega a su máxima en esta pieza por la referencia a grandes conceptos que crean esa *estética almodovariana*: el universo LGTBIQ+ en contraposición con la tradición, el pueblo manchego, las mujeres manchegas en sus calles... Por ello, la unión de origen de Pedro Almodóvar con su identidad parece ser el punto de partida de la creación de este spot. Incluso, la melodía que adorna la pieza es una versión de la canción Volver de Estrella Morente.

La pieza esta dirigida por el director Eduardo Casanova (Ruso de Rocky, 2023), cuyo color fetiche no es el rojo sino el rosa.

Fig. 206: Hay ganas de Orgullo de Pueblo – J&B (2021).



Fuente: Youtube.

Fig. 207: Hay ganas de Orgullo de Pueblo – J&B (2021).



Fuente: Youtube.

Fig. 208: *Volver* (2006).



Fuente: Turismo Castilla-La Mancha.

Fig. 209: Hay ganas de Orgullo de Pueblo – J&B (2021).



Fuente: Youtube.

7.5. España es #OrgullosamenteDiferente – Ministerio de Igualdad (2023).

El empleo de la estética de Almodóvar destaca cuando se busca asemejar a España a una idea de progreso desde la comunidad LGTBIQ+ y el feminismo. En este spot, el Ministerio de Igualdad proclama el patriotismo desde una perspectiva diferente y, así, utiliza la resonancia visual que el director de cine a impregnado en España y fuera de sus fronteras para hablar de un patriotismo y *españolismo* en el que tradición y progreso se unen por un bien común.

El spot fue realizado por la agencia WeAddYou (El Publicista, 2023).

Esta pieza audiovisual creada para una institución pública como es el Ministerio de Igualdad demuestra que la estética del cineasta se muestra como parte de la identidad del país.

Fig. 210: España es #OrgullosamenteDiferente – Ministerio de Igualdad (2023).



Fuente: Youtube.

Los valores y conceptos tradicionales como “Spain is different” y su estética castiza enmarcadas en un contexto de libertad sexual e identitaria. La estética de la oposición de valores.

Religión y valores tradiciones en oposición al universo transexual y LGTBIQ+.

Fig. 211: España es #OrgullosamenteDiferente – Ministerio de Igualdad (2023).



Fuente: Youtube.

Fig. 212: *La mala educación* (2004).



Fuente: Filmaffinity.

Fig. 213: España es #OrgullosamenteDiferente – Ministerio de Igualdad (2023).



Fuente: Youtube.

8. CONCLUSIONES.

El Trabajo de Fin de Grado aquí expuesto se iniciaba con el planteamiento de un impacto en el mundo audiovisual, artístico y comunicativo español de lo que se ha denominado como la *estética almodovariana*, así como todo su universo. Se ha configurado un trazado de esa estética desde su origen hasta su expansión. El *Atlas de la estética almodovariana* se ha estudiado desde sus referencias que influyen esas imágenes hasta la realización del propio atlas y estudio del recorrido de este.

En el análisis de la resonancia visual del director español se ha escogido cinco anuncios actuales presentados como ejemplo de las tendencias estéticas y creativas de la publicidad contemporánea española. Estos corresponden a diferentes marcas o entidades que buscan apelar a un sentimiento de pertenencia en sus campañas. Por tanto, la conclusión inmediata tras la visualización de diferentes spots, y el análisis de los cinco escogidos, es que el audiovisual y la publicidad contemporánea emplea la *estética almodovariana* para apelar a valores de identidad (género, cultura, país).

La aproximación al *Atlas de la estética almodovariana* ha permitido comprender el impacto visual que ha conseguido el artista y como este ha convertido su visión de su entorno en la visión del entorno nacional compartido. Ha exportado su modo de vida junto con su análisis visual y narrativo fuera de las fronteras nacionales para que en la mirada conjunta se creen diferentes símiles:

- La mujer española es igual a la *chica Almodóvar* (la imagen de Penélope Cruz en *Volver*). El rojo como identidad de la mujer española.
- Las relaciones sentimentales igual al deseo y pasión.
- La cultura española igual a tradición y origen. El origen desde lo “castizo” y “La Mancha”.
- El mundo del cine igual a dramas y narrativas cruzadas. El artista atormentado.
- El valor de la mujer y la madre por encima de todas las cosas. La mujer igual a la Venus.
- La libertad es igual a la libertad sexual e identitaria.
- España es la unión de su cultura con nuevas libertades. La creación de una nueva idea de país a raíz de La Movida Madrileña.

Los spots propuestos a análisis han sido:

- Se parte de algo y siempre será parte de ti – Mahou (2024).
- 12 de octubre – Correos (2021).
- Deliciosa Calma – Campofrío (2016).
- Hay ganas de Orgullo de Pueblo – J&B (2021).
- España es #OrgullosamenteDiferente – Ministerio de Igualdad (2023).

En dicho análisis se concluye que la estética e imagen de Pedro Almodóvar configura la identidad del país y es utilizada en publicidad contemporánea para apelar a sentimientos de pertenencia de grupo, personalidad e identitarios. Estableciendo una comparativa entre el atlas de las imágenes de las piezas publicitarias y el *Atlas de la estética almodovariana* se observa que desde la publicidad se asumen diferentes conceptos de la mirada del cineasta:

- El color rojo como color de la mujer.

- España es tradición y progreso. Valores opuestos configuran identidad (*españolismo almodovariano*).
- La oposición social se refleja en oposición visual en colores, oposición rojo-azul.
- Valores tradicionales identitarios unidos a Madrid, rojo y la mujer flamenca.
- La religión católica configura la cultura tradicional española.
- Una resonancia visual de España como feminista e inclusiva.

No es únicamente la publicidad contemporánea la que ha entendido la estética del cineasta como la idea de España, sino que también muchos otros fenómenos y figuras han utilizado dicha imagen para configurarse como representantes culturales, como son los casos expuestos en este Trabajo de Fin de Grado. Una de sus influencias más inmediatas es en otros cineastas y, en su conjunto, en el cine español debido a la gran expansión internacional de su obra. En la actualidad, Pedro Almodóvar puede considerarse inspirador de nuevos directores como es el caso de Los Javis.

Por otro lado, su influencia artística está también presente en la música y el espectáculo (la idea creativa del artista musical o figura artística en general). Rosalía, como gran figura artística internacional de una nueva era, y C.Tangana, artista que exporta la idea de los tradicionalismos y lo castizo de Madrid al resto de lugares, son las dos personalidades artísticas contemporáneas más influyentes. Ambos se desarrollan como artistas en un momento en el que la cultura contemporánea ya ha entendido a Pedro Almodóvar y sus obras como parte de la identidad del país. Por ello, se observa claramente como estas figuras forman parte de la expansión de lo que se ha denominado como *Atlas de la estética almodovariana*, alimentando ese representativo visual. Responden a estos significados visuales:

- Rosalía: la mujer como empoderada vestida de rojo. Valores tradicionales (religión, cultura castiza y flamenca) unida a valores progresistas.
- C.Tangana: El hombre con valores tradicionales, rodeado de una visión de España de valores opuestos (tradicición-progreso). Su personaje se presenta con valores machistas y tradicionalistas. El empleo del rojo como identitario, el rojo como progreso del personaje.

Por todo lo aquí expuesto, se llega a la conclusión de que la *estética almodovariana* se posiciona a sí misma como una tendencia artística concreta. Se plantea para próximas investigaciones la consideración y significación de la imagen del cineasta y toda su estética como un tipo de arte en sí mismo, elevar su obra y configurarla como parte de la identidad de España. Hecho que se ha hecho con otros artistas, más aún, comprendiendo el impacto extensivo que tiene el cine y, en particular, el que ha tenido la obra del cineasta para configurar una imagen del país: *españolismo almodovariano*.

Pedro Almodóvar es una figura artística y creativa que ha generado una forma concreta de crear piezas audiovisuales (y otras formas de arte) a través de su estética. El cineasta ha conseguido influir en la población; así pues, el mundo publicitario y del espectáculo utiliza esos valores y resonancia visual.

Todo ese universo creado en su cine ha conquistado mucho más que las salas de proyección. La imagen, la estética de Pedro Almodóvar es, hoy en día, un modo de vida, una identidad.

9. REFERENCIAS

- AdMagazine. (2019, 11 julio). *La estética cinematográfica de Almodóvar*. AdMagazine. <https://www.admagazine.com/cultura/estetica-cinematografica-de-pedro-almodovar-cine-cultura-arte-diseno-20190711-5611-articulos>
- Albán, G. P. G., Arguello, A. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163-173. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Almodóvar, P. (2023). *El último sueño*. Reservoir Books.
- André Bazin. (2014). *¿Qué es el cine?* Madrid Rialp.
- Ara.cat. (2021, 13 agosto). Javier Jaén, el diseñador barcelonés que ha seducido a Pedro Almodóvar. *Ara En Castellano*. https://es.ara.cat/cultura/javier-jaen-disenador-pedro-almodovar-madres-paralelas-cartel-censura_1_4084644.html
- Arroyoave Cano, M. C. (2018). *El cine de Pedro Almodóvar: una iconografía trans-gresora*. https://repositorio.itm.edu.co/bitstream/handle/20.500.12622/5194/ArroyaveCano_MariaCamila_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ávila, J. L. (2016, 25 agosto). El rojo en las películas de Almodóvar. *Vogue*. <https://www.vogue.mx/agenda/cultura/articulos/el-color-rojo-en-las-peliculas-de-pedro-almodovar/6389>
- Carrasquilla, M. (2020, 11 febrero). *Cómo formular la pregunta de investigación*. Scribbr. <https://www.scribbr.es/como-empezar-tfg/como-formular-la-pregunta-de-investigacion-de-tu-tfg/>
- Carne trémula*. (n.d.). El Deseo. <https://www.eldeseo.es/carne-tremula/>
- Congreso de los Diputados (2021, 30 noviembre). *El nuevo siglo del cine español: Tercera década (1999-2008)*. Fuera de Agenda. <https://blog.congreso.es/el-nuevo-siglo-del-cine-espanol-tercera-decada-1999-2008/>

- Crítica de «Los abrazos rotos». (2022, 20 junio). *Fotogramas*.
<https://www.fotogramas.es/peliculas-criticas/a233356/los-abrazos-rotos/>
- Cine Nueva Tribuna. (2020, 24 enero). *Rosalía, al más puro estilo Almodóvar con esencia de los noventa*. Cine Nueva Tribuna. <http://www.cinenuevatribuna.es/articulo/magazine/rosalia-mas-puro-estilo-almodovar-esencia-noventa/20200124184307011543.html>
- Del, M., & Herrera, C. (2015). *Literatura y cine en Almodóvar: tangencialidad y divergencia*.
<https://www.argus-a.com/archivos-dinamicas/literatura-y-cine-en-almodovar.pdf>
- Didi-Huberman, G. (2011). La exposición como máquina de guerra: keywords. *Minerva: Revista del Círculo de Bellas Artes*, (16), 24-28.
- El correo de Andalucía. (2021). “Kika”: *Almodóvar visionario*. El correo web.es.
<https://elcorreoweb.es/aladar/kika-almodovar-visionario-GC7242932>
- El Periódico. (2021, 9 agosto). Almodóvar publica con polémica el cartel de ‘Madres paralelas’, su nueva película. www.elperiodico.com.
<https://www.elperiodico.com/es/gente/20210809/almodovar-publica-polemica-cartel-madres-11978651>
- El Publicista. (2021, 11 octubre). ‘12 de octubre’, de *Arena Media para Correos* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=rEd-zpqu1M>
- El Publicista. (2023, 30 junio). *Ministerio de Igualdad se enorgullece de que España sea ‘orgullosamente diferente’*. elpublicista.es.
<https://www.elpublicista.es/anunciantes/ministerio-igualdad-enorgullece-espana-sea-orgullosamente>
- El Ruso de Rocky. (2023, 23 enero). *J&B - El ruso de Rocky*. <https://elrusoderocky.com/work/jb/>
- Europa Press. (2023, 13 noviembre). *Aitana Sánchez-Gijón compara el arte de Los Javis con los primeros trabajos de Almodóvar*. [Www.youtube.com](http://www.youtube.com).
<https://www.youtube.com/watch?v=C6nPgS79mXI>
- Fotogramas (2017, 31 enero). Pedro Almodóvar, nuevo presidente del jurado de Cannes. *Fotogramas*.
<https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a18092114/pedro-almodovar-presidente-jurado-cannes-2017/>

- Fotogramas. (2024, 9 abril). «La habitación de al lado»: Todo sobre la primera película internacional de Pedro Almodóvar con actrices de Hollywood. *Fotogramas*. <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a60440803/la-habitacion-de-al-lado-pedro-almodovar-fecha-estreno-reparto-sinopsis/>
- Garrido Lora, M., & Ramírez Alvarado, M. del M. (2020). Expresiones de machismo y violencia en los personajes masculinos del cine de Pedro Almodóvar: una revisión cronológica. *Historia Y Comunicación Social*, 25(2), 519–526. <https://doi.org/10.5209/hics.72282>
- Giralt, A. (2012, 27 abril). Un homenaje a la estética Almodóvar. *Cultura | elmundo.es*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/04/27/cultura/1335524567.html>
- Grazia Magazine. (n.d.). *La visión estética de Pedro Almodóvar*. Grazia México Y Latinoamérica. Retrieved March 27, 2024, from <https://graziomagazine.com/mx/articles/la-vision-estetica-de-pedro-almodovar/>
- Grupo Prensa Ibérica (2022, 2 noviembre) *¿Quién es la persona con más premios Goya en su carrera?* <https://premioscine.epe.es/goya/noticias/quien-persona-premios-goya-carrera/744.html>
- Gutiérrez, I. (2018, 9 mayo). Mar García Mejías: “La dirección de arte crea un mundo paralelo y cerrado” | FilmAnd. *filmAnd*. <https://filmand.es/mar-garcia-mejias-la-direccion-de-arte-crea-un-mundo-paralelo-y-cerrado/>
- Heraldo de Aragón. (2016, 4 abril). *Emma Suárez: “Julietta” es una película muy honda.* Heraldo.es. <https://www.heraldo.es/noticias/ocio-cultura/2016/04/04/emma-suarez-julieta-una-pelicula-muy-honda-840583-1361024.html>
- Historia-Arte. (n.d.). *Edward Hopper*. HA! <https://historia-arte.com/artistas/edward-hopper>
- Historia-Arte. (n.d.). *Portada*. HA! <https://historia-arte.com>
- Historia del cine.es. (2019, 26 junio). ▷ *Pedro Almodóvar | Biografía, Características y su Cine*. Historia Del Cine.es. <https://historiadelcine.es/directores-cine/pedro-almodovar/>
- Ipmark. (2016, 1 septiembre). *La campaña «Deliciosa calma» dispara las ventas de Campofrío*. IPMARK | Información de Valor Sobre Marketing, Publicidad, Comunicación y Tendencias Digitales. <https://ipmark.com/deliciosa-calma-dispara-ventas-pavofrio/>

- Las Furias Magazine. (2021, 7 septiembre). “*Madres paralelas*” y autorreferencias en el cine de Almodóvar - Las Furias Magazine - Revista Cultural y Feminista. https://www.lasfuriasmagazine.com/madres-paralelas-y-autorreferencias-en-el-cine-de-almodovar/#google_vignette
- Lora, M. G., & Del Mar Ramírez Alvarado, M. (2020). Expresiones de machismo y violencia en los personajes masculinos del cine de Pedro Almodóvar: una revisión cronológica. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), 519-526. <https://doi.org/10.5209/hics.72282>
- Luengo Ruiz, J. (2016, 18 julio). *Pedro Almodóvar's Obsessions (III): Art*. Vimeo. <https://vimeo.com/175205257>
- MarketingNews. (2024, 12 abril). *El homenaje de Mahou a las fiestas de los pueblos*. <https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1182753054305/el-homenaje-de-mahou-las-fiestas-de-los-pueblos.1.html>
- MAKMA. (2023, 23 noviembre). “*Esta ambición desmedida*”: lo que hay entre la C. y Tangana - MAKMA. MAKMA. <https://www.makma.net/esta-ambicion-desmedida-c-tangana/>
- Merca2. (2023, 8 diciembre). *Pedro Almodóvar: superando la censura, cómo cambió el cine español para siempre*. Wwww.merca2.Es. <https://www.merca2.es/2023/12/08/pedro-almodovar-superando-censura-1507684/>
- Mirá a Quién Encontré. (2020, 27 febrero). *DOLOR y GLORIA: el arte, una pieza clave para ALMODÓVAR (MAQE #98)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iq99t92Zubw> - VÍDEO EN EL QUE APARECE ANTXON GÓMEZ
- Ok Diario. (2024, 28 febrero). Tilda Swinton dice que ‘La habitación de al lado’ de Almodóvar es la sucesora natural de ‘. . . *okdiario.com*. <https://okdiario.com/trailer/tilda-swinton-dice-que-habitacion-lado-almodovar-sucesora-natural-dolor-gloria-12450782>
- Phillips, N. (2022, 20 enero). Pedro Almodóvar y la moda: así ha evolucionado la estética del director a través de los años. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/moda/articulos/pedro-almodovar-moda-vestuario-peliculas-estetica>

- Régis Debray. (2000). *Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en Occidente*. Paidós, D.L.
- RTVE (2014, 24 septiembre). *Pedro Almodóvar* [Vídeo]. RTVE.es. <https://www.rtve.es/play/videos/autorretrato/autorretrato-pedro-almodovar/444935/>
- Rtve.es (2012, 3 agosto). Almodóvar contrata a Mariscal para el cartel y el diseño gráfico de 'Los amantes pasajeros' RTVE.es. <https://www.rtve.es/noticias/20120803/almodovar-contrata-a-mariscal-para-cartel-diseno-grafico-amantes-pasajeros/553846.shtml#:~:text=El%20director%20Pedro%20Almod%C3%B3var%20ha,en%20este%20%C3%A1mbito%20durante%20a%C3%B1os>
- San Pablo Moreno, P. (2015). *Aproximaciones a una epistemología de la mirada. Una propuesta de aplicación desde el lugar de la herida en el cine* (Tesis Doctoral, Universidad de Valladolid).
- Tabuenca Bengoa, M. (2011, 23 diciembre). El «leit motiv» de la estética de Pedro Almodóvar analizado a través de la cartelística de su obra. *index-comunicación*. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/21/19>
- Todo Almodóvar. (n.d.). *Todo Almodóvar*. Todo Almodóvar. Retrieved March 27, 2024, from <https://todopedroalmodovar.blogspot.com/search/label/El%20Arte%20de%20Almod%C3%B3var>
- Todo Almodóvar. (2016, 9 febrero). *Todo Almodóvar: El arte de Almodóvar - Louise Bourgeois*. Todo Almodóvar. <https://todopedroalmodovar.blogspot.com/2016/02/el-arte-de-almodovar-louise-bourgeois.html>
- Todo Almodóvar. (2012, 10 febrero). *Todo Almodóvar: Los Carteles - Entre Tinieblas*. Todo Almodóvar. <https://todopedroalmodovar.blogspot.com/2012/02/los-carteles-entre-tinieblas.html>
- Todo Almodóvar. (2019). *Los carteles - Dolor y gloria*. <http://todopedroalmodovar.blogspot.com/2019/02/los-carteles-dolor-y-gloria.html>
- Todo Almodóvar. (2016). *Los carteles - Julieta*. <http://todopedroalmodovar.blogspot.com/2016/01/los-carteles->

