

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD EUROPEA DE CANARIAS
CURSO ACADÉMICO 2024-2025



Universidad
Europea CANARIAS

PROYECTO FIN DE GRADO

**Moda y Cine: Análisis de la Estética Visual y la Construcción de la Identidad
en las Películas de Pedro Almodóvar**

Autor: Elena González González
Tutor: Enrique Carrasco Molina
Grado: Comunicación Publicitaria
Convocatoria: Junio 2025

Santa Cruz de Tenerife, junio 2025



GRADO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD EUROPEA DE CANARIAS

Moda y Cine: Análisis de la Estética Visual y la Construcción de la Identidad en las Películas de Pedro Almodóvar

Elena González González

Resumen: El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo general indagar en la relación entre moda y cine en la filmografía de Pedro Almodóvar, analizando el vestuario como elemento narrativo y constructor de identidad en cinco películas clave (*Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), *Tacones lejanos* (1991), *Todo sobre mi madre* (1999), *Volver* (2006) y *La piel que habito* (2011)), evidenciando cómo las elecciones cromáticas y las prendas icónicas transmiten significados emocionales y socioculturales y cómo el director subvierte estereotipos de género mediante colaboraciones con diseñadores contemporáneos.

Palabras clave: Pedro Almodóvar, cine, moda, identidad, vestuario, comunicación.

Abstract: This Undergraduate Thesis aims to investigate the relationship between fashion and cinema in Pedro Almodóvar's filmography by analyzing costume as a narrative device and identity-builder in five key films (*Women on the verge of a nervous breakdown* (1988), *High heels* (1991), *All about my mother* (1999), *Volver* (2006), and *The skin I live in* (2011)), demonstrating how chromatic choices and iconic garments convey emotional and sociocultural meanings and how the director subverts gender stereotypes through collaborations with contemporary designers.

Keywords: Pedro Almodóvar, cinema, fashion, identity, costume, communication.

Índice

1. Introducción	5
2. Marco metodológico	5
2.1. Justificación del caso de estudio	5
2.2. Objetivos	6
2.3. Hipótesis.....	7
2.4. Metodología empleada	7
2.6. Dificultades encontradas en el estudio	8
3. Marco teórico	9
3.1. Fundamentos teóricos: La intersección entre cine y moda	9
3.2. Moda en el cine como reflejo de la cultura y la sociedad	17
3.3. Estética visual y construcción de identidad a través del vestuario en películas	25
4. Casos modélicos: Influencias en Almodóvar.....	32
4.1. Moda en el cine clásico: Alfred Hitchcock y Federico Fellini	32
4.2. Moda en el cine contemporáneo: Wong Kar-wai y Sofia Coppola.....	37
5. Pedro Almodóvar: Biografía y estilo cinematográfico	43
6. Moda en el cine de Almodóvar: El vestuario como herramienta narrativa	46
6.1. Papel del vestuario en la construcción de personajes	46
6.2. Representación de sexualidad y subversión a través del vestuario	50
6.3. Colaboraciones con diseñadores y marcas	53
6.4. Casos de estudio: Análisis de vestuario en películas clave	55
6.4.1. “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988)	55
6.4.2. “Tacones lejanos” (1991)	57
6.4.3. “Todo sobre mi madre” (1999)	60
6.4.4. “Volver” (2006).....	63
6.4.5. “La piel que habito” (2011)	65
8. Conclusiones	68
8.1. Resumen de hallazgos	68
8.3. Implicaciones del estudio para la comunicación y la publicidad	69
9. Referencias.....	71
10. Anexos.....	84



10.1. Encuesta 84



1. Introducción

En el cine de Pedro Almodóvar, el vestuario trasciende su función puramente ornamental para erigirse en un verdadero motor narrativo y semiótico. La moda se convierte así en un elemento clave para construir tanto la identidad de sus personajes como la propia estética de su universo fílmico. “Resulta aburrido recordar aquello de que forjar un estilo propio es complicado, pero en Pedro Almodóvar es obligatorio”, señala José Luis Díez en GQ (2013), subrayando la habilidad del manchego para fusionar tendencias de alta costura con una impronta visual inconfundible.

Gracias a la colaboración con diseñadores de renombre —desde Francis Montesinos, que destaca cómo su cine ha evolucionado hacia “un estilo más refinado” sin perder esa “esencia loca” de sus primeros trabajos (Borrás, 2018), hasta casas de moda que ansían aparecer en sus fotogramas—, Almodóvar convierte cada prenda en un signo cargado de significado. Como apunta Claudio M. de Prado, “Para las grandes firmas no hay pasarela más lujosa que aparecer en una película del manchego” (2019), evidenciando el poder simbólico que adquiere el vestuario dentro de sus narraciones.

Este trabajo analiza cómo, a través de la moda, Almodóvar define la psicología y trayectoria de sus protagonistas, articula tensiones de género y clase, y construye una estética visual icónica y reconocible al instante. Partiendo de una perspectiva interdisciplinar que combina estudios de cine, moda y comunicación, se explorarán las influencias de maestros clásicos y contemporáneos, la elección de paletas cromáticas y siluetas, y la forma en que el vestuario pasa de complemento a pieza central de la construcción dramática y simbólica en títulos como *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), *Todo sobre mi madre* (1999) o *Volver* (2006). El objetivo es demostrar que la moda, en la filmografía almodovariana, actúa como vehículo de identidad autoral y de diálogo cultural, estableciendo un precedente en la representación visual del cine contemporáneo.

2. Marco metodológico

2.1. Justificación del caso de estudio

Este estudio sobre la relación entre la moda y el cine en la obra de Pedro Almodóvar se justifica en la importancia cultural y artística del director, quien con más

de cuatro décadas de trayectoria ha consolidado un estilo único que combina elementos narrativos y estéticos para capturar, a través de la moda, las complejas estructuras de identidad que las conectan con el contexto cultural y social de cada época.

Su interés por el arte y su estrecha colaboración con diseñadores icónicos hacen de su trabajo cinematográfico un referente para analizar la moda como motor de la narrativa cinematográfica. Además, las películas de Almodóvar son una ventana única a la evolución de la sociedad española, particularmente en términos de representación de cuestiones de género, sexualidad y roles sociales. Esto es particularmente importante en un contexto académico, ya que la unión entre cine, moda y cultura es un campo de estudio en desarrollo.

Este trabajo se justifica también por la necesidad de profundizar en un área pocas veces explorada en la extensa bibliografía de Almodóvar: el impacto de la moda en la construcción de la identidad y la estética visual de sus películas. Si bien se ha analizado su dirección artística y narrativa, las investigaciones sobre el vestuario como elemento central de sus películas siguen siendo limitadas. Por tanto, este trabajo pretende contribuir al ámbito académico proporcionando una perspectiva interdisciplinar que combina la moda, el cine y los estudios culturales.

En resumen, un análisis de la moda en las películas de Pedro Almodóvar nos permite comprender no sólo la riqueza estética de su obra sino también cómo encaja en debates más amplios sobre la identidad, la representación y el consumo cultural medio. La influencia de sus películas trasciende las fronteras artísticas, convirtiéndose en referentes en el mundo de la moda y símbolos del cine español en el mundo.

2.2. Objetivos

A continuación, se presentan los objetivos de esta investigación. El objetivo principal se basa en profundizar en el análisis del papel de la moda como herramienta narrativa y de construcción de identidad y estética visual en las películas de Pedro Almodóvar. Asimismo, los objetivos específicos son:

- Identificar y analizar las influencias del cine clásico y contemporáneo en el estilo visual de Almodóvar, con énfasis en el vestuario cinematográfico.

- Analizar cómo el vestuario contribuye a la construcción y evolución de los personajes dentro de la narrativa almodovariana, centrándose especialmente en las películas “*Mujeres al borde de un ataque de nervios*” (1988), “*Tacones lejanos*” (1991), “*Todo sobre mi madre*” (1999), “*Volver*” (2006) y “*La piel que habito*” (2011).
- Evaluar de qué manera la moda en las películas de Almodóvar cuestiona y redefine los roles de género y las representaciones de la sexualidad.
- Examinar el uso del vestuario como herramienta de transgresión y subversión, analizando cómo Almodóvar desafía las normas sociales y estéticas establecidas.
- Estudiar las colaboraciones entre Pedro Almodóvar y diferentes diseñadores y marcas de moda, investigando cómo estas alianzas funcionan como herramienta de marketing y de posicionamiento cultural dentro de su narrativa cinematográfica.
- Investigar la influencia y el legado del vestuario almodovariano en la cultura popular, así como en las tendencias contemporáneas de moda.

2.3. Hipótesis

Con el objetivo de explorar la relación entre la moda y el cine en el universo de Pedro Almodóvar, se han formulado las siguientes hipótesis:

H1: Pedro Almodóvar ha conseguido que elementos visuales y conceptos recurrentes sean inmediatamente asociados con su cine, gracias a su vestuario y estética visual, creando una identidad única que el público reconoce y que lo distingue de otros directores.

H2: El vestuario en las películas de Almodóvar es visto como una herramienta que en ciertos casos desafía estereotipos de género y sexualidad, proporcionando una representación más inclusiva y diversa en el cine.

2.4. Metodología empleada

Para llevar a cabo este estudio se ha optado por una metodología exploratoria, que permite acercarse al fenómeno investigado desde una perspectiva extensa y abierta a descubrir nuevas relaciones, para aportar más datos que confirmen la veracidad de las hipótesis expuestas. En concreto, se ha recurrido principalmente a

técnicas cuantitativas para recoger información directa sobre cómo interpretan las personas el vestuario en las películas de Pedro Almodóvar.

Para ello, se ha diseñado una encuesta online mediante la plataforma Google Forms, obteniendo un total de 70 respuestas válidas. Con el fin de capturar una muestra que, sin ser representativa de toda la audiencia, reflejara distintos perfiles, se seleccionaron los participantes de manera conveniente, priorizando la diversidad en cuanto a edad, sexo, nivel de formación y frecuencia de visionado de Almodóvar. De esta manera, se han incluido tanto seguidores habituales de sus filmes como quienes los ven de forma ocasional, asegurando así que los datos recogidos ofrezcan una visión lo más heterogénea posible. Esta encuesta se estructura en dos bloques principales: un primer bloque compuesto por tres preguntas demográficas; y un segundo bloque con quince preguntas específicas que permiten indagar en las percepciones concretas del público sobre los aspectos más relevantes del vestuario: su capacidad simbólica, su vinculación con la identidad de los personajes, la relación con la sociedad española y la moda reconocible (marcas), así como el grado en que el vestuario puede funcionar como agente de cambio en cuestiones de género.

Además, con el fin de enriquecer y contrastar los resultados de la encuesta, se ha llevado a cabo una revisión de literatura académica relacionada con el tema y se han consultado otras fuentes y canales especializados —desde monografías y artículos científicos sobre moda y cine en plataformas como Google Académico o Dialnet, hasta entradas en revista como Vogue o GQ, análisis de vídeos en YouTube y capturas de fotogramas en páginas como Filmgrab— junto a la consulta de artículos o entrevistas con el equipo de vestuario y documentales sobre Almodóvar. Al mismo tiempo, se llevó a cabo el visionado sistemático de las cinco películas objeto de estudio, identificando los esquemas cromáticos y los elementos de vestuario más relevantes para analizar sus valores narrativos y simbólicos.

2.6. Dificultades encontradas en el estudio

Este proyecto de fin de grado ha identificado varias limitaciones que han afectado la obtención y el acceso a información relevante y actualizada para el caso de estudio evaluado.

Una de las principales fue el acceso limitado a fuentes primarias directas relacionadas con las decisiones de vestuario y la producción cinematográfica de las

películas analizadas, puesto que gran parte de la información disponible proviene de fuentes secundarias, como entrevistas ya publicadas, análisis de críticos de cine y documentales, por lo que no fue posible contrastar directamente ciertos detalles específicos con los diseñadores o el equipo creativo original.

Asimismo, se identificó una limitación importante relacionada con la actualidad de las películas seleccionadas, ya que al tratarse de producciones que no son recientes, existe una menor disponibilidad de análisis contemporáneos o comentarios recientes por parte del público o especialistas sobre su estética, vestuario y representación visual.

También se encontraron limitaciones relacionadas con la subjetividad inherente al tema estudiado. La moda y la percepción visual son áreas que dependen en gran medida de la interpretación personal, lo que hace difícil extraer conclusiones completamente objetivas o universales. Este detalle obligó a tener una atención especial al momento de formular preguntas claras y precisas en la encuesta, para reducir al máximo posibles ambigüedades.

A pesar de estas limitaciones, el estudio ha logrado generar resultados significativos y obtener información sobre el caso estudiado.

3. Marco teórico

3.1. Fundamentos teóricos: La intersección entre cine y moda

Desde sus inicios hasta la actualidad, el diálogo entre el cine y la moda se ha expandido y transformado, adaptándose a nuevos medios y tecnologías que han revolucionado la forma en que se producen las narrativas visuales y se comunican las tendencias. Tradicionalmente, el vestuario en el cine ejercía la labor de narrador silencioso que ayudaba a construir identidades, establecer relaciones de poder y evocar contextos históricos y culturales (Fang, 2023). Sin embargo, en esta nueva era digital, este diálogo se ha intensificado gracias a la irrupción de las redes sociales que han democratizado las tendencias y acelerado el ciclo de la moda.

Según Barthes (1967), la moda se compone de signos y códigos que transmiten valores culturales y sociales profundos; esta visión se amplía en la actualidad donde las plataformas digitales —como Instagram, TikTok y Pinterest— han logrado redefinir el proceso de creación y difusión de modas. Tal transformación

se evidencia en el artículo de Mondragón (2024), "El Poder Transformador de las Redes Sociales en la Moda: Tendencias, Desafíos y el Futuro Digital", que cuenta cómo las redes se han beneficiado de las tendencias, permitiendo a marcas, *influencers* y consumidores interactuar de forma directa y en tiempo real. Esta inmediatez no solo acelera el ciclo de la moda, sino que también potencia la aparición de microtendencias y promueve una mayor conciencia sobre la sostenibilidad y la ética en la producción.

El legado pionero de Charles Frederick Worth (1825-1895) y la influencia teórica de André Bazin (1918-1958) siguen siendo fundamentales en este contexto. Worth, reconocido como el padre de la alta costura, estableció un sistema de comunicación visual basado en la excelencia artesanal, que ha dejado una huella imborrable en la industria. Su método, que incluía el concepto de colecciones de temporada, la firma de sus creaciones y el uso de modelos reales, sentó las bases para un lenguaje visual de lujo que continúa influyendo en el diseño de vestuario tanto en las pasarelas como en la pantalla (Edwards, 2024; Florencia, 2020; Krick, 2004; Martin y Koda, 2004; The Editors of Encyclopaedia Britannica, 1998).

Esto se refleja en clásicos como *Morocco* (1930) y *Gilda* (1946) que muestran por ejemplo cómo el esmoquin femenino y los vestidos de satén articulan narrativas de poder y emancipación. El análisis del vestuario en clásicos como *Morocco* (1930) y *Gilda* (1946) evidencia cómo el *smoking* femenino y los vestidos de satén articulan potentes narrativas de poder y emancipación. En *Morocco*, el acto de Marlene Dietrich al enfundarse un esmoquin negro y sombrero en escena supuso un quiebre cultural que transformó los códigos de género en la pantalla (Crussellndnp, 2022; Jacobson, 2021).



Figura 1. Marlene Dietrich ajustándose su pajarita blanca en *Morocco* (1930). Fuente: BAMF Style.

Por su parte, *Gilda* destaca por el uso dramático de corsés y tejidos fluidos que refrendan la figura de femme fatale, tal como expone Wise (2013). Esta reinterpretación cinematográfica del *smoking* y el corsé de satén encuentra su eco en el traje que llevó Anna Wintour en la Met Gala 2024, donde las plumas teñidas a mano y el bordado de perlas convierten esa elegancia clásica en un gesto contemporáneo de poder y “reavivamiento de antiguas bellezas”.



Figuras 2 y 3. Diseño personalizado de Loewe (2024), lucido por Anna Wintour en la Met Gala y exhibido en la exposición *Sleeping Beauties: Reawakening Fashion*, inspirado en una capa original de Worth. Fuente: A la izquierda, Vogue (2024); a la derecha, Getty Images (2024).

Las cifras presentadas por Indvik (2020) ilustran la magnitud de este gran sistema: desde ciento cincuenta horas para confeccionar un vestido sencillo hasta más de seis mil horas para las creaciones más elaboradas, donde subraya el compromiso con la precisión y la artesanía.

Por otro lado, André Bazin revolucionó la forma de entender el cine al constituir la teoría del cine realista, cuyo planteamiento se basó en capturar la realidad de manera objetiva mediante técnicas como la profundidad de campo y el plano secuencia, permitiendo una continuidad que "momificase" el cambio y dejara en manos del espectador la libertad de construir su propia interpretación (Corre Camara, 2016; Russo, 2020). Matthews (2018) resume esta visión afirmando que Bazin "dio la patente de la realeza al cine", consolidándolo como forma legítima de conocimiento y abriendo el camino a nuevos movimientos como el neorrealismo italiano.

La intersección entre moda y cine se refuerza además en el ámbito de las colaboraciones artísticas. Por ejemplo, Seth (2019) en su artículo presenta una selección de las mejores colaboraciones entre directores y diseñadores, destacando

cómo el vestuario ha sido crucial para definir la estética de películas emblemáticas como *Breakfast at Tiffany's* (1961), *The Fifth Element* (1997) y *Barbarella* (1968). Estas asociaciones demuestran que el vestuario complementa la narrativa visual y sobre todo establece tendencias que trascienden el ámbito fílmico y se infiltran en la cultura popular. En ese sentido, el uso del color en el cine —y particularmente en el vestuario— se convierte también en una herramienta narrativa clave, capaz de reforzar emociones, matizar la psicología de los personajes y guiar la interpretación del espectador. Sin embargo, el cine no siempre recurrió al color para generar impacto emocional. Hasta mediados del siglo XX, las películas se rodaban en blanco y negro y dependían de la luz y la sombra como principales recursos narrativos. Aun así, algunas producciones comenzaron a experimentar con la coloración, como *Häxan* (1922), donde se utilizaron tonos rojos para evocar miedo o pasión, y azules para transmitir tranquilidad. A medida que los cineastas profundizaban en estas técnicas, se hizo evidente que el color era un componente crucial de la narrativa visual por su capacidad para evocar respuestas emocionales en el espectador. En este contexto, los colores primarios (rojo, azul y amarillo) comenzaron a emplearse con fines simbólicos: el rojo suele asociarse con la pasión, el peligro o la violencia; el azul con la calma o la tristeza; y el amarillo con la alegría, la energía o incluso la traición, dependiendo del contexto (FILMD, 2022).

Más allá de esta carga simbólica, el color en el cine —y especialmente en el cine de autor donde se refleja un sello personal— adquiere una capacidad semiótica trascendente. En línea con la afirmación de Barthes (1967), quien sostiene que la moda está compuesta por signos y códigos que transmiten valores culturales y sociales profundos, Eulogio y Quintana (2023) plantean que la semiótica del color permite a los directores construir un lenguaje visual propio que el espectador interpreta tanto emocional como intelectualmente, activando su capacidad crítica. La elección cromática en el cine de autor requiere una planificación compleja: la selección de colores ha de tener sentido con las metáforas visuales deseadas, tiene que existir una conexión entre el cromatismo con el significado de la escena, y se debe mantener una coherencia visual constante que permita al espectador interpretar los mensajes implícitos. En este sentido, el vestuario no solo complementa esta estructura, sino que actúa como una segunda piel del personaje dentro del sistema cromático general.



Figura 4. Paleta de color de *El resplandor* (1980), creada por @CinemaPalettes. Fuente: Format (2016).

Este uso consciente del color se refleja en numerosas películas que, sin necesidad de verbalizar ciertos conceptos, logran transmitir estados anímicos, conflictos internos o transformaciones emocionales de los personajes a través de una paleta cromática.

La sustancia (2024), dirigida por Coralie Fargeat, fotografiada por Benjamin Kračun y con vestuario de Emmanuelle Youchnovski, ofrece un tratamiento visual impactante a través del uso de colores primarios, que conducen el proceso de transformación del cuerpo de la protagonista como metáfora de liberación, violencia y autodestrucción. Según Chen (2024), el personaje de Elisabeth Sparkle (interpretado por Demi Moore) utiliza colores primarios sólidos y saturados para representar su fragmentación física y psicológica frente a la imposición de los estándares de belleza sociales. Su prenda más característica es el abrigo amarillo yema, que lleva desde el inicio hasta el destructivo final de la película y que funciona como un presagio visual del deterioro de su cuerpo, al igual que el huevo que se rompe en la primera escena. En contraste, Sue —su otro yo rejuvenecido— adopta una paleta que representa las mutaciones cromáticas de los tonos primarios originales, como el rosa y el morado, que refuerzan visualmente la idea de una hiperfeminidad artificial impuesta por la sociedad. A medida que la narrativa avanza,

las diferencias cromáticas entre ambas se acentúan: cuanto más brillo le roba Sue a Elisabeth, más brillo y lentejuelas la vemos lucir.



Figura 5. *La sustancia* (2024). Fuente: Filmgrab.

Esta dimensión simbólica y comunicativa del vestuario se vincula directamente con la lógica de las tendencias, ya que el cine —como fenómeno visual y cultural— no solo refleja transformaciones sociales, sino que también las proyecta y, en muchos casos, las anticipa.

Romero (2021) y Miniteando (2020) analizan cómo se originan y difunden las tendencias actuales a través de lo que se conoce como la teoría del goteo. Romero plantea que las tendencias son patrones de comportamiento y consumo que se miden en períodos específicos, reflejando cambios en los gustos y en la estructura social. Por su parte, Miniteando recoge en su blog varios enfoques teóricos fundamentales, cada uno atribuido a diferentes pensadores y fundamentado en distintas perspectivas sociológicas, para explicar cómo se originan y difunden dichas tendencias. En primer lugar, el efecto *trickle down*, propuesto por el sociólogo alemán Georg Simmel. Simmel parte del principio antropológico de que, cuando un individuo alcanza un nivel social “avanzado”, busca diferenciarse de los demás; mientras tanto, las clases sociales inferiores imitan las prácticas de las clases dominantes. Inspirándose en la teoría económica del derrame de Adam Smith, Simmel sugiere que el cambio de estilos se produce cuando las clases altas descartan una moda al ver que ha sido adoptada por las inferiores, provocando así un ciclo continuo de renovación. Según Blumer, las tendencias emergen del resultado directo de interacciones entre individuos que comparten intereses y percepciones similares. En el ámbito de la

moda, esto se traduce en que los diseñadores y los *buyers*, actuando como un "grupo de expertos", seleccionan y fijan los estilos durante la presentación de colecciones y en el proceso de elección de las prendas que posteriormente se distribuirán y adoptarán masivamente. En cambio, la teoría del *trickle across*, propuesta por Charles W. King, a diferencia del enfoque descendente del *trickle down*, King refuta esta idea argumentando que, gracias a la industrialización y la aparición de los medios de comunicación masivos, todos los grupos sociales pueden acceder a las tendencias al mismo tiempo. Su teoría destaca la influencia horizontal y la importancia de los líderes de opinión, sugiriendo que la difusión de modas ocurre de manera paralela y no jerárquica. La cuarta perspectiva es la teoría *bottom up*, desarrollada por George A. Field. Field introduce el concepto de "estatus flotante", en el que las tendencias se originan en la base social y luego ascienden hacia las clases más altas. Según Field, los grupos que inicialmente adoptan ciertas modas (como el uso de *denim* o botas en la clase trabajadora) pueden, con el tiempo, influir en las preferencias de los sectores dominantes, demostrando un proceso inverso al tradicional *trickle-down*. La teoría de la profecía auto-cumplida, atribuida al sociólogo Robert K. Merton, se basa en el "Teorema Thomas" de 1928. Merton sostiene que cuando se define una situación como real, esa definición puede, por sí sola, desencadenar las condiciones necesarias para que se materialice. Aplicado a la moda, esta teoría explica cómo la predicción y promoción masiva de una tendencia —a través, por ejemplo, de estrategias de *marketing*, promociones y campañas en redes sociales— pueden provocar que los consumidores adopten esa tendencia, haciendo que ésta se convierta en realidad. Estos enfoques teóricos complementan la comprensión del sistema de la moda y, además, se reflejan en la forma en que el vestuario en el cine es utilizado para comunicar cambios sociales y culturales.

Finalmente, el papel de las redes sociales no se limita a transformar el proceso de difusión de tendencias, sino que también ha modificado la forma en que se crean y se consumen las narrativas visuales. Como señala Cox (2015) en su artículo "*Tony-Nominated Directors and Designers Share the Secrets of Their Collaborations*", la interacción constante entre directores y diseñadores —basada en la repetición y la confianza mutua— permite desarrollar un lenguaje estético compartido que se traslada también al cine, consolidando un diálogo que favorece el crecimiento y la transformación integral de ambas disciplinas.

3.2. Moda en el cine como reflejo de la cultura y la sociedad

Desde sus orígenes, el cine ha actuado como un reflejo de la sociedad. A través del vestuario, las películas no solo han representado las tendencias estéticas de cada época, sino que también han reproducido las normas sociales, los valores y las tensiones culturales de las diferentes identidades colectivas. Como afirma Garizoain (2016), “las modas nos representan, el cine, a través del vestuario se encarga de mostrarlo”.

En las primeras décadas del siglo XX, cuando el cine aún se encontraba en su fase silenciosa, el vestuario se inspiró en las corrientes de la *Belle Époque* europea. Ramos Rodríguez (2006) describe cómo los noticieros y seriales de los años diez y veinte presentaban atuendos femeninos que combinaban corsés y faldas largas, mientras que los personajes masculinos vestían chaquetas cruzadas y sombreros amplios, estableciendo jerarquías sociales que el público asimilaba sin intermediarios. A finales de los años veinte, coincidiendo con la era del jazz y el surgimiento de las “*flappers*”, Hollywood comenzó a erigirse como referente propio de la moda: diseñadores de estudio como Gilbert Adrian y Travis Banton adaptaron las siluetas Art Déco a la estética cinematográfica norteamericana, catapultando a actrices como Joan Crawford y Jean Harlow al estatus de íconos de estilo que las audiencias deseaban emular (Flores Martínez, 2017, p. 105).

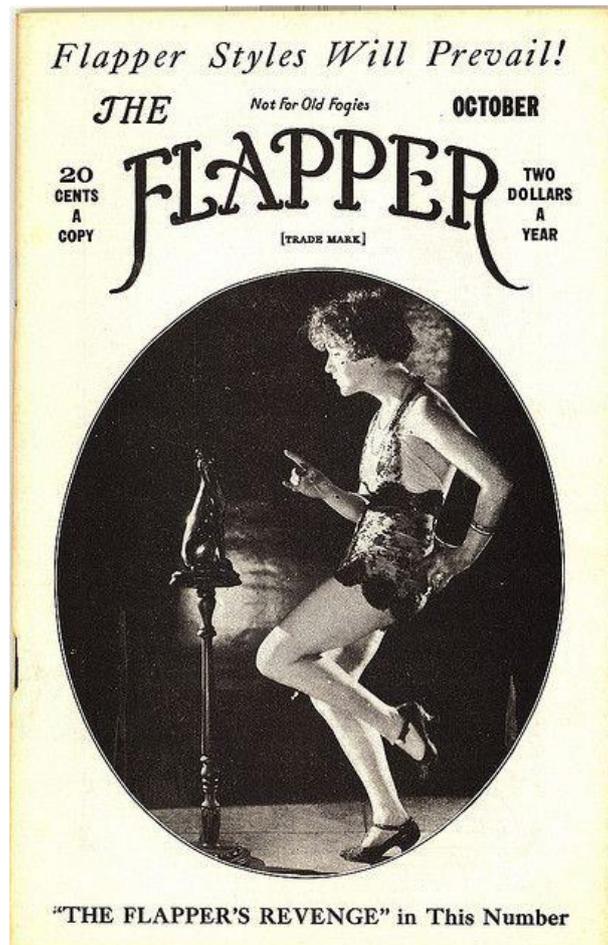


Figura 6. Portada de *The Flapper* (octubre 1922) que muestra a una joven “flapper” posando de perfil con vestido de flecos y cinturón ceñido, levantando un pie en actitud de baile bajo el lema “*Flapper Styles Will Prevail!*” y la consigna “*Not for Old Fogies*”, ejemplificando el espíritu de rebeldía y modernidad de la juventud de los años veinte. Fuente: Flickr.

Durante los años treinta, en medio de la Gran Depresión, el cine adoptó el *glamour* como forma de evasión, aunque condicionado por las restricciones materiales propias de la crisis. Flores Martínez (2017) apunta que, para abaratar costos, en las producciones se empezaron a emplear telas más resistentes y a sustituir joyas por lazos o cintas, mientras que el uso de pieles se limitó a emplearse solamente para el lujo. En esa etapa, el fenómeno de copiar los vestidos que las estrellas lucían en pantalla se consolidó: los patrones de los modelos de *El caballero del Folies Bergère* (1935) se vendían en *Saks Fifth Avenue* y aparecían reproducidos en Harper’s Bazaar, mientras que el patrón más difundido de la década era el vestido que Vivien Leigh llevaba en *Lo que el viento se llevó* (1939) (Ramos Rodríguez, 2006, p. 169).



Figura 7. El ves-tido en la escena del pic-nic de Scar-lett O'Hara en *Lo que el viento se llevó* (1939).

Fuente: Spotern.

Aun así, títulos de la época como *Cleopatra* (1934) y *Maniquí* (1937) utilizaron los recursos de vestuario para proyectar una fantasía inalcanzable, reforzando la idea de que el cine era, por encima de todo, una ventana a un mundo de *glamour* frente al sufrimiento cotidiano.

Con la irrupción de la Segunda Guerra Mundial, el cine reflejó de manera directa las limitaciones del racionamiento textil: los diseñadores de vestuario simplificaron patrones y recurrieron a elementos funcionales para ajustarse a las cartillas de racionamiento (Ramos Rodríguez, 2007, p. 183). Sin embargo, incluso en ese contexto de escasez, las películas de posguerra incorporaron el “*New Look*” de Dior como símbolo de esperanza: las cinturas ceñidas y las faldas amplias que se popularizaron a partir de 1947 representaron la promesa del retorno a la normalidad y el optimismo tras el conflicto. Actrices como Grace Kelly y Audrey Hepburn encarnaron esa estética: en películas como *La ventana indiscreta* (1954) o *Sabrina* (1954), sus trajes de satén, organza y tafetán no solo exhibían la influencia de la alta costura europea, sino que también consolidaban la idea de que la moda cinematográfica era un espejo de un estilo de vida burguesa idealizada (Ramos Rodríguez, 2007, pp. 188-189).



Figura 8. A la izquierda, boceto que realizó Edith Head para distribuir y promocionar la película *Sabrina* (1954). A la derecha, Audrey Hepburn con un diseño de Hubert de Givenchy. Fuente: *Retales de un idilio*.

No obstante, hacia la mitad de esa década comenzaron a aparecer en la pantalla fragmentos de disidencia juvenil que ponían en tela de juicio el orden establecido. Ramos Rodríguez (2007) indica que producciones como *Rebel Without a Cause* (1955) introdujeron chaquetas de cuero y bombines rojos como símbolos de insatisfacción frente a los valores conformistas de la época (p. 193). Por consiguiente, el vestuario dejó de limitarse a una exaltación exclusiva de la elegancia posbélica y empezó a revelar, de forma incipiente, las fisuras de una sociedad que, pese a su aparente estabilidad, albergaba tensiones intergeneracionales.

En la posguerra inmediata, el *glamour* siguió siendo un recurso de evasión, pero su significado se matizó. Según Salinas (2022), las imágenes nocturnas de la Gran Vía madrileña en 1946, capturadas por Gerardo Contreras y expuestas en *En Madrid: Una Historia de la Moda 1940–1970*, muestran cómo los escaparates iluminados y las estrellas de cine “se colaban por todas partes” en el imaginario de las mujeres madrileñas (párr. 2). Estas fotografías evidencian que, ya en los años cincuenta, el cine actuaba como catalizador de tendencias locales, pues las mujeres miraban las pantallas y las revistas para actualizar su vestuario.



Figura 9. Artículo de Harpers Bazaar dedicado a la moda en España (1962). Fuente: Investigart.

Durante los sesenta y setenta, el cine se convirtió en escaparate de las corrientes contraculturales que desafiaban el nerviosismo social. Pérez González (2024) subraya que el séptimo arte visibilizó conflictos de raza, género y orientación sexual, impulsando el debate público sobre ellos. De igual modo, según un artículo de EXIT Media (2024), los festivales de Venecia y Cannes se vieron invadidos por esas “sombras de la sociedad moderna” al proyectar filmes que abordaban la guerra, la desigualdad de género o las crisis sanitarias, utilizando la indumentaria como recurso para subrayar tensiones socioeconómicas. Por otro lado, Carrera (2024) señala que en 1971 el *Saigon Young Music Festival*, denominado el “Woodstock vietnamita”, exhibió una estética hippie —camisetas con barras y estrellas, minifaldas, botas altas y estampados psicodélicos— que simultáneamente reivindicaba influencias occidentales y criticaba la Guerra de Vietnam.

Tras la crisis de Vietnam y la euforia contracultural, la moda cinematográfica de los años ochenta adoptó el *power dressing* como signo de la cultura corporativa urbana. El auge de esta estética —con hombreras exageradas y tejidos sintéticos— simbolizaba la ambición corporativa y el ascenso de la mujer en espacios tradicionalmente masculinos (Ramzi, 2024). Esta estética sentó las bases para una reinterpretación nostálgica de esa década que reaparecería con fuerza en el siglo XXI.



Figura 10. Fotografía icónica de Grace Jones tomada por Jean-Paul Goude en la década de 1980, donde la cantante posa de perfil con los ángulos corporales exagerados, iluminación contrastada y un peinado geométrico, simbolizando su andrógina fuerza escénica y el estilo vanguardista de la época. Fuente: Cultura Inquieta.

Durante los años noventa, el cine independiente adoptó una estética más minimalista muy influida por corrientes como el Dogma 95 (Wikipedia, 2024). Películas como *Clerks* (Smith, 1994) ejemplificaron esta sobriedad mediante vestuarios compuestos por paletas neutras y cortes austeros que enfatizaban la autenticidad narrativa (McDonald & Nergaard, 2024).

Entre 2000 y 2010, el diseño de vestuario en las grandes producciones cinematográficas tuvo que conciliar dos exigencias aparentemente antagónicas: la aspiracionalidad de los personajes y la funcionalidad técnica necesaria para rodajes con pantallas verdes. Por un lado, en 2004 Mary Jane Fort, responsable del vestuario de *Mean Girls*, recurrió a una paleta “preppy” —tonos rosas, verdes pastel y estampados clásicos— para visualizar las jerarquías sociales del instituto y las presiones de conformidad propias de la cultura adolescente de principios de siglo (Correa, 2023). Al año siguiente, Jany Temime afrontó un reto muy distinto al diseñar los trajes para *Harry Potter y el cáliz de fuego* (2005): escogió tejidos ligeros y flexibles que facilitasen los movimientos de los personajes sin sacrificar la atmósfera mágica e inmersiva de la saga (Brannigan, 2017).



Figura 11. Fotograma de *Mean Girls* (2004) en el que Lindsay Lohan, como Cady Heron, aparece junto a “*The Plastics*”, vestidas con tonos pastel —especialmente rosa— en el pasillo del instituto, reflejando las dinámicas de poder y el código de moda “*preppy*” que definen la jerarquía social de la película Fuente: Vogue.

Este equilibrio entre forma y función respondía a las transformaciones socioculturales de la época. Por un lado, la expansión de la cultura “geek” y la fantasía como válvula de escape tras los atentados del 11-S; por otro, el auge de la globalización y el deseo de identidades visuales híbridas capaces de resonar en audiencias interconectadas (Edinbox Team, 2024). Además, el uso masivo de pantallas verdes simbolizaba esa nueva realidad mediada por lo digital, donde la frontera entre lo real y lo virtual se desdibujaba, subrayando una era marcada por la inmediatez y la omnipresencia de la imagen (Gamerman, 2024).

A partir de la primera mitad de la década de 2010, el público comenzó a demandar en la gran pantalla una representación histórica más verosímil. En *La chica danesa* (2015), el diseñador español Paco Delgado realizó una investigación exhaustiva sobre la moda de los años veinte en Dinamarca y París, de modo que cada prenda expresara tanto las luchas internas del personaje principal como las tensiones de género de su tiempo (Rothman & Aneja, 2016). Posteriormente, en *Black Panther* (2018), Ruth E. Carter combinó rendimiento frente a la cámara e integración

con efectos digitales para concebir un discurso visual de alcance global, donde lo culturalmente específico se convierte en icono universal (Mosley, 2023).



Figura 12. Bocetos de Paco Delgado. El diseñador mantiene el azul para representar a los protagonistas en Dinamarca. La tonalidad oscura aumenta el dramatismo a la secuencia. *La chica danesa* (2015). Fuente: *Retales de un idilio*.

En 2025, el vestuario cinematográfico se consolida como un lenguaje narrativo esencial que articula memorias colectivas, cuestiona estereotipos y anticipa problemáticas sociales. Como evidencian los diseños nominados en los Óscar 2024, el vestuario ya no se limita a embellecer la puesta en escena, sino que da voz a los personajes, reflejando sus conflictos internos y situando al espectador en contextos históricos o culturales específicos (Deabel, 2024). Asimismo, la precisión histórica alcanzada en producciones como *Nosferatu* (2024) demuestra que la fidelidad en la indumentaria fortalece la verosimilitud y amplifica la experiencia de horror al transmitir la autenticidad de la época sin sacrificar esa atmósfera fantástica (Hess, 2024).



Figura 13. Ellen (Lily-Rose Depp), descalza y vestida con camisón blanco, desciende cautelosa por las escaleras de piedra ante una imponente fachada de ladrillo, en una escena que fusiona el horror gótico con una atmósfera onírica y enigmática. *Nosferatu* (2024). Fuente: Aidan Monaghan. Vogue.

Al mismo tiempo, diseñadores como Arianne Phillips destacan la necesidad de trabajar con marcas de moda para crear una experiencia inmersiva que amplíe la historia más allá de la pantalla, generando lazos entre cine y moda que refuercen la narrativa visual (Mau, 2025). Finalmente, en una entrevista para C41, Massimo Cantini Parrini, el diseñador de *Ofelia* (2018) o *Ferrari* (2023), subraya que, en 2025, el vestuario recurre a capas de significado simbólico para intervenir en debates contemporáneos y, al hacerlo, teje posibles futuros a través de imágenes que dialogan con nuestra herencia cultural (Pedini, 2025).

3.3. Estética visual y construcción de identidad a través del vestuario en películas

El papel del director en la configuración de la estética cinematográfica va mucho más allá de la simple supervisión de los elementos narrativos: es el artífice que, junto al diseñador de vestuario, define una paleta visual única que impregna tanto

la narración interna como la identidad propia de la obra. Esta simbiosis se basa en un diálogo creativo constante en el que el director plantea atmósferas, tonos emocionales y referencias estilísticas, y por su parte el diseñador traduce todas estas directrices en tejidos, cortes y paletas cromáticas que, al unirse a la fotografía y la escenografía, construyen un universo visual coherente y reconocible ante el espectador.

En este sentido, Wes Anderson es ejemplar en ese aspecto. En *The Grand Budapest Hotel* (2014) la diseñadora Milena Canonero colaboró estrechamente con Anderson para articular un sistema cromático característico —rosa pastel, granate, mostaza— que reforzara la simetría y la nostalgia intrínsecas a su cine. Anderson establece storyboards extremadamente detallados, donde cada encuadre es concebido como una lámina pictórica, y Canonero materializa este ejercicio de precisión mediante uniformes y vestimentas que remiten tanto a la elegancia europea de entreguerras como a una paleta fantástica que trasciende lo histórico (Sagansky & Zalopany, 2014).



Figura 14. *El Gran Hotel Budapest* (2014). Fuente: Filmgrab.



Figura 15. Storyboard hecho a mano por Wes Anderson para *El gran hotel Budapest*, mostrando la llegada del funicular (panel 13), la mirada lateral de M. Gustave y Zero (paneles 14A–14B) y, finalmente, la familia asombrada en el andén (panel 15). Fuente: Douglassingramart.com.

Otro ejemplo destacado lo ofrece Quentin Tarantino, quien articula universos estilísticos tan reconocibles que trascienden la pantalla y generan influencia directa en la moda contemporánea. Martínez (2021) observa que Tarantino imparte auténticas “lecciones de moda” para hombre en cada una de sus películas, desde el traje negro y la corbata finísima de *Reservoir Dogs* (1992), que sirvió como declaración de intenciones en su ópera prima, hasta el icónico esmoquin informal de Vincent Vega en *Pulp Fiction* (1994), redefiniendo el armario formal masculino. En *Los Odiosos Ocho* (2015), la combinación de ponchos navajo, sombreros de ala ancha y abrigos forrados de borrego no solo refuerza el contexto invernal y fronterizo, sino que instaura una pauta estilística atemporal; mientras que en *Django desencadenado* (2012), el atuendo cowboy de Jamie Foxx —con pantalones beige, cinturón de piel y chaqueta de ante verde— actualiza el imaginario del Lejano Oeste con un matiz de sofisticación rebelde. Finalmente, en *Once Upon a Time in Hollywood* (2019), Tarantino articula dos polos de estilo a través de Leonardo DiCaprio y Brad

Pitt —los trajes setenteros de Rick Dalton y las camisas hawaianas de Cliff Booth— contribuyendo al resurgimiento de tendencias tan dispares como los total *looks* vaqueros y aquellas camisas florales.



Figura 16. Apreciación del contraste de colores en *Los Odiosos Ocho* (2015). Fuente: Filmgrab.

En definitiva, la “marca Tarantino” se forja a partir de la pasión del director por la cultura pop y el cine de explotación, cuyas referencias —desde el *spaghetti western* hasta el *noir*— se plasman en un vestuario que fusiona violencia estilizada y nostalgia popular para crear un universo visual propio e inconfundible.

De igual modo, David Fincher conocido por impregnar de una atmósfera tensa y nocturna películas como *El club de la lucha* (1999), *Zodiac* (2007) y *Millennium: Los hombres que no amaban a las mujeres* (2011), vuelve a poner de manifiesto su obsesión por el suspense sombrío en *El asesino* (2023). En esta ocasión, Fincher desafía las expectativas propias del thriller al encargarle a Cate Adams un vestuario que, lejos del negro que caracteriza a los sicarios, adopta la apariencia de un “turista alemán” anodino: camisas hawaianas, pantalones discretos, anoraks y sombreros de cubo, prendas asequibles y fácilmente adquiribles en cualquier tienda de aeropuerto. Inspirada en iconos de la moda británica como Liam Gallagher, Adams elaboró un look que combina funcionalidad y desgana calculada, reforzando así la frialdad emocional y la tensión permanente que caracteriza la narrativa de Fincher, y mostrando cómo incluso el atuendo más mundano puede convertirse en un vehículo de suspense cuando se alinea con la visión retorcida de su director (Davis, 2023).



Figura 17. *El asesino* (2023). Fuente: El Mundo.

En la película del director Scott Fitzgerald, *The Great Gatsby* (2013), el vestuario una vez más se convierte en una herramienta clave para forjar la percepción que el espectador tiene de cada personaje y de sus dinámicas sociales. Catherine Martin diseñó más de 1.700 piezas de los años veinte, utilizando la colaboración de Miuccia Prada para confeccionar cuarenta *looks* emblemáticos, como el célebre vestido-lámpara de Daisy Buchanan acompañado por una diadema de diamantes de Tiffany & Co. Este atuendo no solo evidencia la opulencia de Daisy, sino que su forma y brillo funcionan como extensiones de su carácter etéreo y voluble, generando admiración y, a la vez, cierta distancia emocional. Por su parte, los cincuenta trajes que Brooks Brothers proveyó a Tom Buchanan y Nick Carraway —rematados con sombreros de rafia y detalles como forros de “Skull & Bones”— establecen de inmediato su estatus y su pertenencia a una élite: Tom exhibe poder y arrogancia, mientras que Nick, con cortes más sobrios, proyecta moderación y cierta neutralidad moral (Maitland, 2021). En ambos casos, la moda actúa como un lenguaje no verbal que guía la empatía o el desdén del público hacia cada personaje.

Más allá de la construcción identitaria, el vestuario de *El gran Gatsby* (2013) contribuye decisivamente al tono visual y al “mood” cinematográfico de la película. Maitland (2021) apunta que el despliegue de siluetas *art déco* —tocados de plumas, trajes geométricos, tejidos metálicos— resuena con la dirección artística y la fotografía de Luhrmann, quienes explotan el contraste entre luces cálidas y destellos dorados para subrayar la atmósfera febril de los locos años veinte. La profusión de lentejuelas

y volumetrías generosas no solo subraya el carácter festivo de las legendarias fiestas de Gatsby, sino que acompaña la narración de una opulencia que será finalmente insostenible. De esta manera, la indumentaria se integra como componente pictórico central: cada plano se asemeja a un lienzo barroco donde las texturas del vestuario dialogan con los decorados y la paleta cromática, creando un universo visual cohesivo que refuerza el tono de ensueño y decadencia que pretende transmitir la película.



Figura 18. Jay Gatsby vestido con un impecable traje color crema y rodeado de un exuberante conjunto floral, que subraya su opulencia y la atmósfera decadente de sus fiestas. *El gran Gatsby* (2013). Fuente: Vogue.

Por otra parte, en *Gladiator* (2000), Ridley Scott y su diseñadora de vestuario Janty Yates forjaron una estrecha complicidad para perfilar la identidad de Máximo a través de la indumentaria. Para el vestuario se utilizaron paños de cuero gastado, mallas metálicas corroídas y túnicas de lino crudo para transmitir la dignidad y la resistencia moral de un general caído en desgracia, al mismo tiempo que diferenciaba su estatuto de la ostentación de la corte romana (Hoo, 2024). Desde el primer plano, el espectador capta la nobleza herida de Máximo; cada cicatriz en su armadura y cada costura en su túnica hablan de batallas pasadas y de un liderazgo forjado en el campo de combate, provocando empatía hacia su causa y rechazo hacia la corrupción que lo rodea.



Figura 19. *Gladiator* (2000). Fuente: Filmgrab.

Finalmente, esta misma filosofía de autoría estética —donde cada director y su diseñador de vestuario elaboran universos visuales reconocibles— trasciende la proyección en sala y se materializa en el terreno promocional a través del *method dressing*. Ruiz (2024) define esta tendencia como la voluntad de “romper la cuarta pared” para que los personajes cobren vida en alfombras rojas y eventos especiales, prolongando el tono y la paleta cromática de la película más allá del metraje. Así, la actriz Zendaya apareció en la premiere de *Dune* (2021) enfundada en un traje robótico de archivo de Mugler (1995) que evocaba los paisajes desérticos de la cinta, mientras que Margot Robbie canalizó la iconografía de *Barbie* (2023) con trajes firmados por Chanel y Moschino. En cada caso, el vestuario promocional se convierte en una extensión orgánica del universo filmico, reforzando la percepción del personaje, avivando la empatía o el rechazo del público, y armonizando con la estética interna de la película para construir una experiencia coherente y perdurable entre cine y moda.



Figura 20. Zendaya en la premiere de Dune (2021), enfundada en un traje robótico de archivo Mugler (1995) que evoca la estética futurista y metálica de la película. Fuente: Hola.com

4. Casos modélicos: Influencias en Almodóvar

4.1. Moda en el cine clásico: Alfred Hitchcock y Federico Fellini

Pedro Almodóvar ha reconocido públicamente en numerosas ocasiones la influencia que el cine clásico ha tenido en su obra, y particularmente la de Alfred Hitchcock (1899-1980) y Federico Fellini (1920-1993). Ambos directores marcaron un hito en la historia del cine, y supieron integrar el vestuario no solo como parte del diseño visual, sino como herramienta narrativa con una fuerte carga simbólica, capaz de influir directamente en la percepción del espectador.

En el caso de Hitchcock, la colaboración con la famosa diseñadora Edith Head, considerada una de las diseñadoras más influyentes de Hollywood, fue clave para definir la identidad visual de sus personajes femeninos. Su dominio del lenguaje cinematográfico y su capacidad para construir personajes desde la indumentaria fue

esencial en películas como *Vértigo* (1958) o *La ventana indiscreta* (1954). El vestuario en manos de Head permitió implantar, a través del diseño y la selección de prendas, una narrativa visual que ampliaba la comprensión del personaje y su evolución emocional (Jiménez Rodríguez, 2018).



Figura 21. Fotograma de *La ventana indiscreta* (1954): Lisa Fremont (Grace Kelly) luce un elegante conjunto de falda blanca de vuelo y corpiño negro, con guantes largos y chal transparente, mientras observa atentamente desde el apartamento de Jeff, subrayando su sofisticación y el suspense *hitchcockiano*. Fuente: Filmgrab.

Vértigo (1958) es uno de los mejores ejemplos del uso del color y del vestuario como prolongación emocional del personaje de las películas del director. Los colores no son aleatorios: el gris, el rojo y el verde marcan momentos clave en la transformación de Judy en Madeleine. Hitchcock entendía el vestuario como una extensión del suspense, como una forma de manipulación visual que guiaba al espectador sin que este lo percibiera del todo. Como recuerda Mahieu (1980), Hitchcock era extremadamente consciente del poder de la imagen: “La forma no adorna aquí al contenido, lo crea” (p. 310).



Figura 22. Fotograma de *Vértigo* (1958): Madeleine Elster (Kim Novak), ataviada con su característico traje sastre de chaqueta ceñida y falda lápiz, atraviesa la habitación del Hotel Gavin bajo una intensa iluminación verde que acentúa su misteriosa presencia y subraya la atmósfera obsesiva de la escena. Fuente: Sensacine.

Además, como destaca Tapia (2020), Hitchcock fue un creador de tendencias que cuidaba hasta el último detalle el vestuario de sus musas, pensando cada conjunto como una prolongación de la actriz, una forma de expresar quién era el personaje incluso antes de hacerla pronunciar una palabra. Tiempo después, Head desveló que Hitchcock utilizaba el color con sumo cuidado: "tenía siempre presente que su uso nunca debería ser tan fuerte como para dominar la escena o la actriz" (Tapia, 2020). Décadas después de sus películas, las mujeres de Hitchcock siguen caminando, al menos de manera simbólica, por las pasarelas. Como afirman McDermott y Munsuri (2025), la diseñadora Emilia Wickstead rindió homenaje al universo visual del director en su colección otoño—invierno 2025/2026, reinterpretando con elegancia contemporánea elementos clave como las faldas lápiz, los tejidos estructurados y la silueta entallada, con una feminidad fría, pulida y contenida que evoca a las protagonistas *hitchcockianas*. No se trata solo de estética, sino de tensión, contención y atmósfera. Como apuntaba Mahieu (1980), el suspense en *Psicosis* (1960) no reside solo en la historia, sino también en cómo Hitchcock aprovechaba el vestuario, el gesto y la luz para guiar al espectador hacia lo inquietante sin mostrarlo del todo.

En *La flor de mi secreto* (1995), Almodóvar asume esa noción *hitchcockiana* al utilizar una paleta semáforo muy similar a la de *Vértigo*, con trajes en tonos verdes y grises, que sugieren la melancolía y desconcierto, o rojos intensos, que subrayan la furia e impulso, como reflejo del estado psíquico de Leocadia (Marisa Paredes) (Bazo, 2008).



Figura 23. *La flor de mi secreto* (1995) Fuente: Filmgrab.

Hitchcock entendió que los personajes femeninos podían construirse desde el tejido, desde la costura y desde el color. Así, la moda en su cine no es solo superficie: es lenguaje emocional y psicológico.

Federico Fellini, por su parte, concibió el vestuario desde una perspectiva más libre, intuitiva y exagerada, construyendo universos visuales que evocaban sueños, contradicciones y recuerdos. Como indica Crespo (2011), en la propuesta estética del director lo real y lo fantástico no se oponen, sino que se entrelazan para dar lugar a una representación más poética y surrealista del mundo. En general, el vestuario en sus películas está marcado por formas inusuales, muchas texturas y colores brillantes, estructurando así un estilo exuberante, de inspiración barroca, como se aprecia en títulos como *La dolce vita* (1960) o *Giulietta de los espíritus* (1965) (Xie, 2023).

En *Giulietta de los espíritus* (1965), el diseñador italiano Piero Gherardi logró que cada personaje tuviese un estilo visual muy definido, empleando el color como recurso simbólico fundamental. La contraposición cromática entre el blanco y el rojo adquiere un papel central en la caracterización de la protagonista. El blanco representa su mundo interior ordenado, su deseo de contención y esa imagen de pureza que proyecta ante los demás. En cambio, el rojo insinúa lo prohibido, lo secreto y lo latente: aparece en escenas que transcurren fuera de su casa, en espacios en los cuales la protagonista tiene que enfrentarse a sus impulsos y su deseo de ser

libre. Así, nos encontramos con una dualidad visual que sintetiza el viaje interior de Giulietta que refleja con precisión los conflictos internos que la protagonista atraviesa (Villemas Camón, B., 2020).



Figuras 24 y 25. Contraste del color del vestuario de *Giulietta de los espíritus* (1965). Fuente: Filmgrab.

Como apunta Xie (2023), para Fellini “el vestido es una herramienta auxiliar de la narración cinematográfica, en el proceso del significado, lo que puede mostrar una sensación irracional, y el cambio de los vestuarios enfatiza una actividad del inconsciente” (p. 372).

De forma paralela, en *Matador* (1986) Pedro Almodóvar incorporó el barroquismo *felliniano* que recuerda directamente al exceso visual de *8½* (1963) o *Giulietta de los espíritus* (1965) a través de faldas voluminosas, blusas con volantes y gasas de colores muy saturados.



Figura 26. *Matador* (1986). Fuente: Filmgrab

Aunque ambos directores entendieron el vestuario como una poderosa herramienta narrativa, sus formas de integrarlo revelan dos enfoques creativos distintos: Hitchcock lo usó con mucha lógica de control: cada prenda está cuidadosamente pensada para contener, sugerir y estructurar el deseo dentro de una narrativa precisa y ordenada, en cambio, Fellini lo convirtió en una extensión del exceso, lo caótico y la teatralidad. El primero organizaba visualmente el deseo; el segundo lo desbordaba totalmente.

4.2. Moda en el cine contemporáneo: Wong Kar-wai y Sofia Coppola

Si Hitchcock utilizó el vestuario como un mecanismo meticuloso de tensión narrativa y Fellini lo convirtió en un símbolo visual de la libertad y lo inconsciente, directores contemporáneos como Wong Kar-wai y Sofia Coppola han reformulado ese papel de la moda en el cine y la han convertido en una herramienta que transita entre lo íntimo y lo colectivo. Ambos autores han empleado un lenguaje afectivo en la pantalla, donde la vestimenta define, transforma e incluso resignifica el encuadre.

En el caso de Wong Kar-wai, la moda no se limita simplemente a contextualizar las historias de los personajes, a través del tiempo, el deseo y la memoria articulados por el color, la textura y el movimiento, sino que se convierte en atmósfera. Su cine es poético y melancólico, lo convierte en una experiencia profundamente sensorial, tal como afirma Lack (2018), “su estética maravillosamente táctil se ha filtrado tan profundamente en la cultura pop que no necesitas ver sus películas para reconocer su sello”.

Esta dimensión sensorial se intensifica a través del uso del color, cada tonalidad — de iluminación, de vestuario e incluso la banda sonora— está cuidadosamente seleccionada para enfatizar el melodrama de la historia. Según Torres (2024), el director “había desarrollado un lenguaje cinematográfico basado en una paleta de ciertos colores, todos con sus propios significados y entonaciones”. Esta carga simbólica del color no solo enmarca gráficamente las escenas, sino que adquiere un papel estructural cuando se aplica al vestuario, como explica Xie (2023):

Más allá de eso, el color es parte del alma del cine. Por lo tanto, el color del vestido en el cine tiene los requisitos diferentes al vestido cotidiano. Porque el color del vestido en el cine no solo interpreta el tono y el estilo de toda la película, sino que lo más importante es su valor de signo. (p. 128).

In the mood for love (2000) es quizás su ejemplo más emblemático, “en el que la ropa tiene el poder de un talismán y es, incluso, crucial para la trama” Lack (2018). En ella, los 21 qipaos, casi siempre en tonos saturados y estampados elegantes, que luce Maggie Cheung durante toda la película no solo marcan el paso de los días, sino también el tránsito emocional intoxicante del personaje (RTVE.es, 2021).



Figuras 27 y 28. *In the mood for love* (2000). Fuente: Filmgrab.

El impacto de la estética de Wong Kar-wai ha trascendido la pantalla y ha dejado huella en la industria de la moda. Después de ver *In the Mood for Love* (2000) en repetidas ocasiones, el diseñador Tom Ford incorporó referencias visuales de la película en su colección para Yves Saint Laurent en 2004, caracterizada por su gran audacia y una paleta plagada de color. Más adelante, Nicolas Ghesquière rindió homenaje al universo visual de *2046* (2004) en la colección primavera-verano 2016 de Louis Vuitton, una propuesta claramente *cyberpunk* (Lack, 2018).



Figura 28 (izda). Yves Saint Laurent Autumn/Winter 2004 "Dragon Gown". Fuente: Vogue.

Figura 29 (dcha). Louis Vuitton Spring/Summer 2016. Fuente: Vogue.

La moda en las películas de Wong Kar-wai no busca impresionar, sino insinuar, es decir comunica a través del detalle. El vestuario, entonces, no solo embellece la escena; sino que amplifica la emoción contenida.

Similarmente en *Todo sobre mi madre* (1999), Almodóvar recurre a una paleta cargada de rojos saturados en el vestuario de Manuela (Cecilia Roth) para transmitir la culpa, la pérdida y la esperanza contenida. Esto coincide con la poética cromática de Wong Kar-wai en *In the Mood for Love* (2000), donde los colores de los qipaos de la protagonista reflejaban su deseo reprimido y melancolía.



Figura 30. *Todo sobre mi madre* (1999). Fuente: Filmgrab

Por otra parte, nos encontramos con un estilo visual más sutil, minimalista y con una fuerte influencia pop en la obra de Sofia Coppola. Según González P. (2023) en sus películas “cada elección de vestuario se convierte en una pieza fundamental para tejer la trama de sus historias, transformando la pantalla en un desfile”.

En *Las vírgenes suicidas* (1999), la moda funciona como una extensión emocional de la adolescencia femenina, de esta forma Coppola construye un mundo visual que roza lo etéreo. Como expone Llana Fernández (2024), “el vestuario empleado en el filme deja clara esta distinción, siendo la ropa un factor esencial a la hora de demarcar la expresión de género, sobre todo en la adolescencia” (p. 15). La utilización de vestidos vaporosos y tonos pastel no solo evocan a una estética setentera, sino a un estado emocional de fragilidad, encierro y desconexión. Al igual que Wong Kar-wai, Coppola funde la moda con la arquitectura doméstica para

generar una especie de narrativa sensorial y melancólica, para transmitir una feminidad que está a punto de romperse.



Figura 31. *Las vírgenes suicidas* (1999) Fuente: Filmgrab

Este vínculo entre espacio y vestuario está constantemente en su cine. Los espacios de las protagonistas en las películas de la directora, ya sean habitaciones, hoteles o palacios, actúan como prolongaciones de ellas mismas, y la moda participa activamente en esta construcción, como describe Aygües Cejalvo (2024), “los cuartos de las chicas son escenarios en los que éstas, teóricamente, gozan de privacidad para desplegar su identidad con rituales propios como escribir un diario personal, escuchar música, hablar entre ellas, maquillarse, probarse ropa o pintarse las uñas.” (p. 53). Desde esta perspectiva, el espacio y el vestuario son elementos clave que dependen el uno del otro; uno no funciona sin el otro y viceversa.



Figuras 32. *Las vírgenes suicidas* (1999). Fuente: Filmgrab.

En *María Antonieta* (2006), Coppola lleva este planteamiento al extremo. La película no busca una recreación histórica fiel, sino una reinterpretación emocional para proyectar una estética juvenil, descarada y con espíritu punk (Seth & Giménez, 2023). Según García (2025), la propia directora explica: “Muchos grupos de los años 80 tenían una visión romántica del siglo XVIII y siempre quise meterme en esa especie de nuevo espíritu decadente, y que los colores y la música lo reflejaran”. Esa apuesta por lo contemporáneo y lo contractual también se plasma en el vestuario. En este sentido, Aygües Cejalvo (2024) señala que:

Su anhelo de modernizar la trama y la vida de la reina también incluye un paralelismo entre la opulencia y los contrastes sociales de la Francia de Luís XVI y la sociedad posmoderna. La escena de la foto de las zapatillas Converse, al lado de los zapatos de época es un claro guiño. (p. 93)



Figuras 33 y 34. *María Antonieta* (2006). Fuente: Filmgrab.

A pesar de haber sabido capturar la esencia de diversas feminidades mediante el vestuario, su relación con la moda no se ha limitado simplemente a sus películas; su reciente dirección artística para la campaña de la precolección primavera/verano 2025 de la gran casa Chanel ejemplifica su extraordinaria visión, evocando una nostalgia moderna que caracteriza tanto la sensibilidad cinematográfica de Sofia Coppola y refuerza la atemporalidad de la casa francesa mientras la adapta a una nueva generación (Hyland, 2025).



Figura 35. Chaqueta rosa precolección primavera/verano 2025. Fuente: Chanel.com.

La moda en el cine de Coppola es siempre una pista, una clave que el espectador debe interpretar para posteriormente comprender lo que los personajes no se atreven a decir realmente.

En este sentido, en *Volver* (2006) Pedro Almodóvar adopta una estética *coquette* muy parecida a la de Sofia Coppola a través del uso de prendas en rosas pálidos y suaves azules para reflejar la fragilidad y cotidianidad de Raimunda (Penélope Cruz). No obstante, al igual que *Lost in translation* (2003) rompe su paleta pastel con ráfagas de color que delatan la fragilidad emocional de Charlotte, Almodóvar introduce el color rojo en detalles puntuales cuando la trama alcanza su punto álgido, subrayando así la tensión familiar y violencia latente.



Figuras 36 y 37. *Volver* (2006). Fuente: Filmgrab.

Tanto Wong Kar-wai como Sofia Coppola heredan, de alguna manera, aquella rigurosidad narrativa de Hitchcock y la sensibilidad visual de Fellini, pero los reformulan desde un punto de vista más íntimo y contemporáneo. A pesar de que sus personajes no hablen mucho, la moda en sus películas se convierte en una forma de mirar hacia la emoción, el deseo o la pérdida, creando una esa conjunción entre lo estético y lo afectivo. Por su parte, Pedro Almodóvar retoma esas claves de estos cuatro directores, pero las traspone a su universo ibérico. Así, adopta la rigurosidad narrativa de Hitchcock para construir suspense emocionales, introduce ese aire barroco de Fellini para elevar lo cotidiano, emplea el color para intensificar emociones como la melancolía y el deseo reprimido como Wong Kar-wai, y hereda ese minimalismo pastel de Coppola para resaltar la fragilidad personal antes de estallar en tonos más agresivos. En cada caso, Almodóvar incide en la cultura española: tanto sus vestuarios como sus paletas cromáticas remiten a tradiciones ibéricas. De esta forma, no solo convierte la moda en un recurso estético, sino que la utiliza para crear memoria en los espectadores, despertando tradiciones compartidas y —sobre todo— reforzando la identidad colectiva a través de la indumentaria y el color.

5. Pedro Almodóvar: Biografía y estilo cinematográfico

Pedro Almodóvar nació el 25 de septiembre de 1949 en Calzada de Calatrava, un pequeño pueblo de la provincia de Ciudad Real, donde creció hasta que se trasladó a Orellana la Vieja, otra localidad de reducido tamaño situada en Extremadura (Escobar, 2024). Creció rodeado principalmente de mujeres, algo que sin duda reflejaría posteriormente en sus películas, y fue precisamente gracias a su madre que comenzó a explorar su creatividad, leyendo juntos las cartas que enviaban las vecinas, encontrando así las primeras ideas para los personajes que luego cobrarían vida en sus películas.

Estudió bachillerato en Cáceres, en colegios e internados de los padres salesianos y de los franciscanos, una experiencia educativa que influiría notablemente en su película *“La mala educación”* (2004), donde aborda de forma crítica los efectos de la educación religiosa (Comarca, 2022).

A los 18 años, impulsado por su profunda pasión por el cine decidió trasladarse a Madrid, sin embargo, la Escuela Oficial de Cine había sido clausurada por el

régimen franquista. Ante esta situación, comenzó a trabajar de administrativo en la Compañía Telefónica Nacional de España, donde las historias que escuchaba a diario por teléfono le servirían de inspiración en su trayectoria.

Durante este periodo vivió de lleno La Movida Madrileña, el movimiento cultural que sacudió la capital tras años de dictadura franquista, y se unió al grupo teatral independiente Los Goliardos, donde conoció a actores como Carmen Maura, quien se convertiría en una de sus primeras musas. También en esta etapa formó un dúo musical de *punk—glam rock* cómico junto a Fabio McNamara, conocido como "*Almodóvar & McNamara*", con el que exploró su faceta musical. (Didyme—Dôme, 2022; Vogue España, 2023; Yuste, 2022).



Figura 38. María Barranco, Rossy de Palma, Pedro Almodóvar y Loles León. Jordi Socías (1988).
Fuente: Vogue.

Tras varios largometrajes, Carmen Maura y Alaska encabezaron el reparto de la primera película dirigida por Almodóvar "*Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón*" (1980), que capturaba la esencia descarada de La Movida Madrileña. Muñoz (2023) manifiesta que: "Se dice que es un fiel retrato de la Movida, pero es más que esto: lo que había detrás de la cámara, antes, durante y después de cada día de rodaje, era

la Movida.” El éxito de esta película le permitió abandonar su trabajo en Telefónica para dedicarse por completo al cine (Fundación Princesa de Asturias, s.f.).

En los años siguientes, Maura encabezó el reparto de películas como “*¿Qué he hecho yo para merecer esto?*” (1984) y “*La ley del deseo*” (1987). En 1985, Almodóvar y su hermano Agustín fundaron la productora El Deseo, bajo la cual produjeron “*Mujeres al borde de un ataque de nervios*” (1988), que obtuvo el premio Goya a la mejor película y fue nominada al Óscar en la categoría de mejor película de habla no inglesa (Blanco, 2022). Posteriormente, Almodóvar colaboró con Victoria Abril en películas como “*¡Átame!*” (1990), “*Tacones lejanos*” (1991) y “*Kika*” (1993), en la que también participaron Verónica Forqué y Rossy de Palma, otra actriz imprescindible en su carrera.

El reconocimiento internacional llegó con “*Todo sobre mi madre*” (1999), que le valió su primer Óscar en la categoría de mejor película extranjera y contó con la participación destacada de Penélope Cruz, quien se convirtió en una de sus actrices fetiche. Le siguieron “*Hable con ella*” (2002), por la que ganó el Óscar al mejor guion original; “*La mala educación*” (2004); y “*Volver*” (2006), una vuelta a sus raíces manchegas que fue reconocida en Cannes y le otorgó a Penélope Cruz su primera nominación al Óscar (*El Deseo Premios Pedro Almodóvar*, s.f.; Max, 2016).

A lo largo de su carrera, Pedro Almodóvar ha construido un universo cinematográfico profundamente personal y reconocible, en el que la moda y el vestuario trascienden su función estética para convertirse en herramientas narrativas que expresan la identidad y la emocionalidad de sus personajes. Como subraya Martín (2019), el director “ha utilizado la moda en la gran pantalla como un medio de expresión más”, creando personajes potentes y con vida propia. Su cine ha sido fundamental en la representación de identidades diversas y en la visibilización de colectivos históricamente marginados, contribuyendo a ampliar la forma en que la sociedad percibe cuestiones como el género, la sexualidad o la maternidad. En palabras del propio director, aunque sus películas no nacen con un fin político, todas contienen un mensaje claro de libertad y autonomía personal (HuffPost, 2024).

En conjunto, su obra no solo ha enriquecido el panorama audiovisual contemporáneo, sino que también ha dejado una profunda huella en la cultura y la sociedad, consolidándose como una figura clave en la historia del cine actual y como

un referente imprescindible para comprender cómo la moda puede integrarse en el lenguaje cinematográfico con un propósito expresivo y narrativo.

6. Moda en el cine de Almodóvar: El vestuario como herramienta narrativa

6.1. Papel del vestuario en la construcción de personajes

Según Moral (2016), “cada estreno de cada película de Pedro Almodóvar es un acontecimiento cultural”, ya que su obra se ha convertido en un género identificable por sus atmósferas, sus colores intensos y su retórica emocional (Moral, 2016). En este universo narrativo, el vestuario juega un papel esencial al trascender la mera ornamentación para erigirse en un recurso de comunicación audiovisual capaz de articular la psicología, la evolución dramática y la identidad cultural de los personajes.

En primer lugar, el uso del color en su vestuario se configura como un código semiótico con fuerza para anticipar el tono emocional de la trama. Martínez Maldonado (2021) afirma que “el rojo es la seña de identidad que recorre toda la filmografía de Almodóvar”, un color que condensa pasión, deseo, peligro y atrevimiento. Así, en *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), el vestido rojo de Pepa (Carmen Maura) intensifica su angustia y la dualidad entre vulnerabilidad y empoderamiento; mientras que en *Los abrazos rotos* (2009), los contrastes rojos de los escenarios y el vestuario de los personajes remiten a las fisuras emocionales y a la herida amorosa que atraviesa el relato. Por su parte, los tonos fríos, en especial el azul, sirven para enfatizar la introspección y el aislamiento; ejemplos emblemáticos se encuentran en *La piel que habito* (2011) y *Dolor y gloria* (2019), donde la continuidad de azules metálicos y turquesas refuerza el subtexto de encierro psicológico y el desdoblamiento identitario (LaVintage, 2022).



Figura 39. Pepa (Carmen Maura), en un vestido rojo intenso, refleja simultáneamente su desasosiego profundo y la fuerza emergente que la impulsa. *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988).

Fuente: Filmgrab.

Estos valores cromáticos se articulan también a través de la textura y el volumen de los tejidos, concebidos para exteriorizar fuerzas interiores. Los materiales livianos —gasas, sedas y *chiffons*— enfatizan la ligereza emocional de los personajes en procesos de catarsis o liberación, como Manuela en *Todo sobre mi madre* (1999), cuya indumentaria evoluciona de gasas neutras a vestidos con estructuras más definidas conforme madura su resiliencia. Por contraste, las prendas rígidas —cuero, gabardina, tweed y lana— actúan como capas protectoras que transmiten resistencia, control o represión, reforzando la imagen de los personajes frente a las adversidades (Vogue España, 2023).

Gómez Gómez (2014) aporta la perspectiva de la autobiografía fragmentaria, interpretando el vestuario como “pistas íntimas” que permiten leer un autorretrato diseminado en la filmografía. Según esta mirada, accesorios como un pañuelo antiguo, un vestido retro o un sombrero característico emergen como “fragmentos de lo íntimo” que ligan el mundo dramático al bagaje personal del director, diluyendo la frontera entre realidad y ficción.

La contribución del vestuario a la construcción de personajes se refuerza con sutileza en los accesorios y complementos. Rodríguez (2016) describe los tacones extremos en *Tacones lejanos* (1991) como “instrumento de poder y de inestabilidad”, donde el contraste entre altísima altura y desequilibrio físico simboliza la tensión de roles y jerarquías. Del mismo modo, los guantes de cuero en personajes masculinos aluden a la coraza emocional que envuelve a figuras en conflicto. Estas decisiones de estilismo funcionan como claves de lectura anticipadas, activando en el espectador una decodificación inmediata del carácter antes de cualquier diálogo.

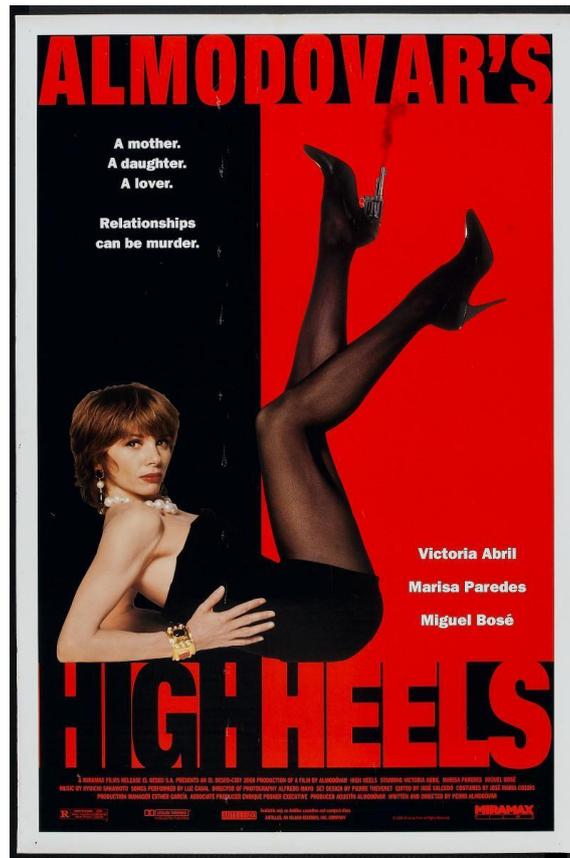


Figura 40. Cartel de *Tacones lejanos* (1991). Rebeca (Victoria Abril) en un vestido negro, realza sus altísimos tacones de aguja. Fuente: Filmaffinity.

Otro rasgo definitorio es la estética *kitsch* y el gusto por los colores ácidos, señalados por Rodríguez (2016) como “elementos de provocación y celebración de la diversidad”. El vestuario estridente, con estampados estafalarios y combinaciones aparentemente incongruentes, persigue incomodar y fascinar al mismo tiempo, allí donde la moda se convierte en acto político. En *La mala educación* (2004), por ejemplo, las prendas andróginas de Iván (Fele Martínez) y Enrique (Gael García Bernal) cuestionan la rigidez de las categorías de género y visibilizan la fluidez identitaria, convirtiendo la indumentaria en vehículo de inclusión y subversión social.



Figura 41. Raimunda (Penélope Cruz) viste un cárdigan de cuadros rojos sobre un top azul brillante que subraya la estética *kitsch* en *Volver* (2006). Fuente: Filmgrab.

Paralelamente, el vestuario entabla un diálogo intertextual con la cultura pop y la tradición española. La presencia de logotipos de casas de moda como Chanel, Prada o Dior funciona como comentario irónico sobre el acceso al lujo y como pasarela invisible que sitúa las narrativas en un universo cosmopolita. Almodóvar subraya que, sin embargo, prefiere rodar en estudios y recrear los decorados él mismo en muchos de sus primeros trabajos, pintando piezas y mobiliario al más puro estilo de un diseñador de moda (Rodríguez, 2016). Esta decisión fortalece la atmósfera teatral y la dimensión artificial de sus relatos.

El proceso creativo detrás del vestuario implica colaboraciones estrechas con diseñadores y vestuaristas de primer nivel, entre ellos Bina Daigeler y David Delfín, quienes participan desde la fase de guion. El artículo de *Vogue España* (2023) remarca que “el primer gesto visual que define a un personaje no es su voz, sino su vestuario”, una filosofía que se traduce en la planificación minuciosa de cada *look* como si fuera un leitmotiv narrativo. Este enfoque destaca la sincronía entre guion, dirección de arte y moda, articulando un discurso visual cohesionado y de autor.

Finalmente, el vestuario almodovariano se configura como lenguaje narrativo autónomo, capaz de sintetizar la evolución interna de los personajes, de dimensionar conflictos culturales y de proyectar la memoria emocional tanto de la ficción como del propio autor. Cada prenda, desde un pañuelo hasta un traje de gala, es consciente de su poder simbólico y discursivo, participando activamente en la construcción del mito almodovariano. De este modo, el vestuario refuerza la poética visual del director

manchego y consolida su estatus como creador de un cosmos cinematográfico donde la moda y la narrativa se funden en un mismo gesto estético y dramático.

6.2. Representación de sexualidad y subversión a través del vestuario

A lo largo de su filmografía, Pedro Almodóvar ha explorado de manera continuada las múltiples dimensiones de la identidad de género y la sexualidad, contribuyendo de forma decisiva a visibilizar discursos y personajes que, hasta entonces, permanecían en los márgenes. En su cine, el vestuario deja de ser un mero complemento para erigirse en un auténtico “vestir corporal” que articula narrativas de género, sexualidad, memoria y disidencia estética.

Vestuario y performatividad de género

El concepto de «corporalidad vestida» acuñado por Navarro Gaviño y Muñoz Torrecilla (2024) describe cómo la indumentaria almodovariana funciona simultáneamente como “condicionada” por estereotipos sociales y “condicionante” de lecturas queer y ambivalentes. Esa tensión se hace patente desde *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980), donde la paleta saturada y los estampados estridentes rompían con la sobriedad posfranquista, hasta *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988). En esta última, Carmen Maura combina chaquetas tejadas de tachuelas, blusas de lunares y diademas teatrales: atuendos que Vogue España define como “armaduras afectivas”, capaces de transformar la crisis amorosa en acto de empoderamiento iconoclasta.

Vestuario y erotismo liberador

El color y la materia de las prendas articulan el deseo como una pulsión irrestricta. El célebre vestido naranja de *La ley del deseo* (1987) simboliza esa libertad épica: según Cubells (2024), la figurinista Bina Daigeler lo eligió en por su capacidad de “mojarse sin perder intensidad cromática”, convirtiendo la saturación en signo de urgencia erótica y ruptura con la austeridad cultural de la Transición. Este grito cromático se repite en las secuencias de agua, la noche y los espacios íntimos, donde la ropa arde en pantalla como manifestación de un deseo que no pide permiso.



Figura 42. *La ley del deseo* (1987). Fuente: Fotogramas.es.

Vestuario y transgresión estética

El gusto por el exceso *camp*, los contrastes violentos y las piezas fetichistas construye un teatro visual de subversión. En *Kika* (1993), la farsa erótica recurre a lencería de encaje, aberturas imposibles y chaquetas acolchadas para potenciar el humor y el fetichismo, mientras celebra la ambigüedad de géneros y el erotismo carnavalesco (Schwarzbaum, 1994). Lejos de ser un recurso circense, este arsenal de texturas y formas abre grietas en el relato dominante, invitando a la risa y a la reflexión sobre la rigidez de los roles sexuales.



Figura 43. Andrea Caracortada (Victoria Abril) luciendo un vestido negro de látex con aplicaciones oculares rojas diseñado por Jean Paul Gaultier en *Kika* (1987). Fuente: Filmgrab.

Vestuario, memoria y construcción de la identidad

El vestuario también dialoga con la memoria cultural y personal. De Prado (2019) señala que en *Volver* (2006) la combinación de faldas floreadas de mercadillo y cazadoras de cuero articula la hibridación entre tradición rural y modernidad urbana, configurando un discurso visual sobre la identidad múltiple de la España contemporánea. De igual modo, *Dolor y gloria* (2019) emplea tonos pastel, chaquetas de terciopelo y pañuelos estampados para evocar la nostalgia de los años setenta, mientras convierte cada prenda en reliquia emotiva que habla del cuerpo maduro y de sus pulsiones creativas (Phillips, 2022).

Vestuario y normalización de lo *queer*

Aunque buena parte del vestuario de Almodóvar explota el contraste y la extravagancia, muchas piezas han ido permeando el imaginario popular. Tacones altos, faldas cortas y coordinados cromáticos antes asociados al universo *queer* hoy conviven en la moda cotidiana, gracias al trabajo de vestuaristas como Sonia Grande y Lala Huete, que tradujeron las “pulsiones *queer*” de sus guiones a siluetas reconocibles en pasarela y calle (Álvarez et al., 2013). Además, Pastor (2013) explica cómo en *La mala educación* (2004) la figura de la “nouvelle fatale” —reinterpretada en clave *queer*— incorpora elementos de indumentaria tradicionalmente

estigmatizados (cuero, lentejuelas y tacones) para subvertir la condición de “mujer fatal” y normalizar estas estéticas en el espacio público.

Vestuario, edad y disidencia

Navarro Gaviño y Muñoz Torrecilla (2024) destacan el tratamiento de la vejez como espacio de subversión estética: en las intermitentes apariciones de Chus Lampreave —con sus batas estampadas, delantales artesanales y bastones decorativos— el vestuario actúa como enunciado en contra del edadismo, otorgando a la ancianidad valores de sabiduría y rebeldía. Este enfoque visibiliza que la disidencia no es patrimonio de la juventud y amplía los márgenes del deseo y la identidad más allá de cualquier límite cronológico.

En conjunto, el vestuario en la filmografía de Pedro Almodóvar demuestra cómo una indumentaria cuidadosamente pensada puede trascender lo meramente estético para convertirse en un potente dispositivo narrativo y político. Gracias al uso de colores vivos, combinaciones arriesgadas y tejidos poco convencionales, sus películas visibilizan identidades de género y orientaciones sexuales marginadas, narran memorias colectivas y personales, subvierten estereotipos de edad y normalizan estéticas *queer* en el discurso social. Almodóvar, en colaboración con sus diseñadores de vestuario, conceptualiza el “vestir corporal” como un acto de emancipación y autorrepresentación, en el que cada prenda se inscribe en un entramado semiótico capaz de subvertir las normativas hegemónicas y favorecer la emergencia de discursos identitarios alternativos tanto en el ámbito cinematográfico como en el espacio sociocultural.

6.3. Colaboraciones con diseñadores y marcas

A lo largo de más de cuatro décadas, Pedro Almodóvar ha forjado un vínculo profundo con el mundo de la moda, transformando cada prenda en un recurso narrativo que potencia la psicología de sus personajes y construye el inconfundible estilo almodovariano de la “mujer fuerte”. Alejandro Gómez Palomo (2019) subraya que, para el cineasta, la moda funciona como un “medio de expresión más”, capaz de otorgar vida y autonomía a sus protagonistas.

El figurinista José María de Cossío inauguró su colaboración con Almodóvar en *Matador* (1986) y consolidó su huella en títulos esenciales como *La ley del deseo*

(1987), *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), *Átame* (1989), *Tacones lejanos* (1991), *Kika* (1993), *Carne trémula* (1997) y *Todo sobre mi madre* (1999). Fernández (2022) destaca que De Cossío aportó una combinación magistral de artesanía cinematográfica y alta costura, participando en más de noventa largometrajes y dos galas de los Premios Óscar.

Por su parte, el diseñador Francis Montesinos irrumpió de forma no acreditada en *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980) y luego colaboró oficialmente en *Entre tinieblas* (1983), *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (1984) y *Matador* (1986). Martín (2019) subraya cómo Montesinos materializó en la pantalla patrones psicodélicos y siluetas andróginas que simbolizaban la irreverencia de la Movida Madrileña.

También el afamado Jean-Paul Gaultier se sumó al universo de Almodóvar con *Tacones lejanos* (1991), siguió en *Kika* (1993) y regresó para *La mala educación* (2004) y *La piel que habito* (2011). De Prado (2019) observa que Gaultier convirtió la desnudez en espectáculo visual mediante corsés, monos “*nude*” y pedrería, redefiniendo los límites de la provocación estética.

En la etapa post Hollywood, Sonia Grande diseñó el vestuario de *Hable con ella* (2002), *Los abrazos rotos* (2009) y *Julieta* (2016), mezclando piezas de mercadillo con alta costura para enfatizar las tensiones emocionales de los personajes (Díez, 2013). Del mismo modo, Paco Delgado vistió a los protagonistas de *La piel que habito* (2011) y convirtió la boutique Corachan & Delgado en un decorado cargado de voyeurismo y violencia contenida (Martín, 2019).

Además de estos colaboradores, Almodóvar ha contado con creadores como Bina Daigeler (*Todo sobre mi madre*, 1999; *Volver*, 2006), Paola Torres (*Dolor y gloria*, 2019), Tatiana Hernández (*Los amantes pasajeros*, 2013) y Alejandro Gómez Palomo, cuya propuesta *queer* y *camp* define sus trabajos más recientes. Asimismo, firmas internacionales como Chanel, Armani, Prada, Dior, Gucci, Marc Jacobs, Dolce & Gabbana, Pierre Cardin, Hermès y La Perla han prestado sus diseños para completar el imaginario cromático del cineasta (De Prado, 2019; Martín, 2019; Reche Selas & Reche Selas, 2020).

En conclusión, estas alianzas con creadores y casas de moda subrayan no solo la capacidad de Almodóvar para dotar de significado narrativo a cada prenda,

sino también la relevancia de las marcas como coautoras del universo visual del cineasta. Al integrar diseños exclusivos de grandes firmas y propuestas vanguardistas de diseñadores emergentes, Almodóvar convierte el vestuario en un personaje más, capaz de transmitir poder, desafío y emoción, y refuerza su apuesta constante por una estética que trasciende la pantalla y dialoga siempre con el imaginario cultural global.

6.4. Casos de estudio: Análisis de vestuario en películas clave

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

6.4.1.1. Ficha técnica

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

6.4.1.2. Dirección artística

El ático minimalista de Pepa, repleto de líneas rectas y toques kitsch — lámparas de neón y objetos pop saturados— evoca la burguesía moderna de Malasaña y contrasta deliberadamente con los pasillos asépticos de la comisaría, donde el blanco y la austeridad subrayan la atmósfera de caos emocional. Las calles y bares de barrio completan el retrato de un Madrid vivo y variado, en el que cada localización funciona como prolongación de la psicología de los personajes.

6.4.1.3. Fotografía

Alcaine despliega una paleta de colores primarios intensos —rojos vibrantes en el vestuario de Pepa, azules y amarillos en los espacios de oficina— sobre fondos neutros que realzan el cromatismo pop de la historia. La luz, en su mayoría dura y frontal, define texturas y realza expresiones faciales, reforzando el tono simultáneamente cómico y dramático del filme. El uso de primeros planos muy

cerrados y breves planos secuencia intensifica la sensación de urgencia emocional, mientras alguna toma en picado refuerza los momentos de desconcierto de los protagonistas.



Figura 44. González González, E. (2025). *Paleta Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988) [Paleta de color; elaboración propia].

6.4.1.4. Estética de la presentación y construcción de personajes

Almodóvar introduce a Pepa en un plano medio que condensa su fuerza y su vulnerabilidad, implicando de inmediato el conflicto entre su necesidad de control y el caos emocional que la desborda. Carlos, con su actitud relajada e indumentaria despreocupada, funciona como contrapunto generacional e inmadurez afectiva. Por su parte, Lucía aparece con gestos nerviosos y rasgos más rígidos, materializando su inestabilidad psicológica, mientras Marisa, inmutable y contenida, encarna el ideal de estabilidad al que Pepa aspira sin alcanzar nunca del todo. De este modo, la evolución visual de cada personaje articula su recorrido interno y las tensiones dramáticas que los atraviesan.

6.4.1.5. Vestuario

El vestuario de José María de Cossío articula el discurso narrativo: el rojo intenso de Pepa ilustra su vulnerabilidad, pero también su pasión desbordada, mientras los patrones geométricos y los contrastes de colores de Lucía (rosa, verde) subrayan su inestabilidad emocional. Los estampados de lunares y rayas funcionan

como leitmotiv, reapareciendo en momentos clave para subrayar giros emocionales —por ejemplo, el vestido rojo reaparece en el descubrimiento del embarazo y en el clímax final, marcando la transición de Pepa hacia un nuevo empoderamiento



Figura 45. Diversos fotogramas que reflejan el vestuario en *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988). Fuente: Filmgrab.

6.4.1.6. Comentario

Mujeres al borde de un ataque de nervios encarna a la perfección la obsesión de Almodóvar por la estética pop de los años ochenta: cada plano está tejido con colores vibrantes y composiciones que remiten a los vistosos anuncios de moda de la época, sin llegar a insertarlos como un elemento ajeno a la narración. El vestuario de José María de Cossío aprovecha siluetas estructuradas, estampados gráficos y tejidos fluidos para potenciar la personalidad de las protagonistas: el rojo intenso de Pepa ilustra su pasión desbordada, mientras los patrones geométricos y los contrastes de Lucía subrayan su inestabilidad. Más que vestir a sus personajes, Almodóvar construye con ellos un universo visual donde las tendencias de pasarela y el lenguaje publicitario se funden con una comedia de enredo, reforzando el aura independiente y desinhibida de sus “mujeres al borde de un ataque de nervios”.

6.4.2. “Tacones lejanos” (1991)

6.4.2.1. Ficha técnica

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Productor asociado	Enrique Posner
Directora de producción	Esther García
Música	Ryuichi Sakamoto

Director de fotografía	Alfredo F. Mayo
Montaje	José Salcedo
Vestuario	José María de Cossío
Asesor artístico	Karl Lagerfeld
Sonido	Jean-Paul Mugel y Michael A. Carter
Decorados	Julián Mateos y Pierre-Louis Thévenet

6.4.2.2. Dirección artística

El diseño de producción articula dos universos paralelos: el de Becky del Páramo, diva de la copla con una mansión palaciega llena de terciopelos, espejos y dorados que recuerda a escenarios de revista musical, y el de Rebeca, periodista de televisión, cuyo estudio monocromo y minimalista subraya su faceta profesional. Las localizaciones en Madrid —tanto interiores de plató como exteriores urbanos— refuerzan el contraste entre el *glamour* retro y la contemporaneidad urbana.

6.4.2.3. Fotografía

Alfredo F. Mayo alterna la cámara fluida en los números musicales de Becky (con movimientos de grúa que envuelven a la cantante) con planos más estáticos en el despacho de Rebeca, donde la luz cenital acentúa la frialdad profesional. La paleta abarca desde el sepia nostálgico de los *flashbacks* hasta colores intensos (rojos y ocre) en los momentos de máxima tensión dramática, creando un pulso visual entre pasado y presente.



Figura 46. González González, E. (2025). *Paleta Tacones lejanos* (1991) [Paleta de color; elaboración propia].

6.4.2.4. Estética de la presentación y construcción de personajes

Becky del Páramo irrumpe en pantalla con una actitud altiva y vestida de gala, proyectando autoridad y magnetismo; sus movimientos pausados dominan el espacio como una estrella consumada. Rebeca entra en plano desde atrás, con gesto tenso y postura ligeramente encorvada, simbolizando su inseguridad pese al rol público. El Juez Domínguez, con traje sobrio y gesto circunspecto, funciona de puente entre ambas mujeres, mientras el transformista *Femme Letal* aporta un contrapunto lúdico, desestabilizando la gravedad del conflicto familiar. Cada presentación refuerza la tensión maternal y la lucha por la identidad.

6.4.2.5. Vestuario

El vestuario construye arquetipos: Becky viste trajes elegantes y de estampados barrocos que remiten al universo de la copla y el vodevil; Rebeca opta por blazers entalladas y faldas lápiz, símbolo de la modernidad profesional; el Juez se mantiene en tonos grises y tejidos ligeros, reflejo de ecuanimidad. Los cambios en los atuendos acompañan los giros emocionales: la transición de Rebeca de tonos neutros a piezas de color más vivo coincide con su empoderamiento frente al legado materno.



Figura 47. Diversos fotogramas que reflejan el vestuario en *Tacones lejanos* (1991). Fuente: Filmgrab.

6.4.2.6. Comentario

En *Tacones lejanos* Almodóvar explora el choque generacional madre-hija mediante una estética que mezcla el retro teatral con la sobriedad televisiva. La estilización de Becky como diva clásica y de Rebeca como profesional contemporánea visibiliza el conflicto de identidades; la evolución de sus apariencias —desde la opulencia dorada hasta la modernidad sobria— articula no solo su recorrido emocional, sino también la reflexión sobre el peso de la memoria y la fama en la construcción del yo.

6.4.3. “Todo sobre mi madre” (1999)

6.4.3.1. Ficha técnica

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Productor asociado	Enrique Posner
Directora de producción	Esther García
Música	Alberto Iglesias
Director de fotografía	Afonso Beato
Montaje	José Salcedo
Vestuario	Sabine Daigeler y José María de Cossío
Asesor artístico	Karl Lagerfeld
Sonido	Gilles Ortion
Decorados	Antxón Gómez

6.4.3.2. Dirección artística

La acción transcurre entre los fríos pasillos asépticos del Hospital Ramón y Cajal de Madrid y los teatrales camerinos y escenarios de la obra *Un tranvía llamado Deseo*, recreados con lujo de detalles: cortinajes rojos, focos escénicos y espejos antiguos que remiten al cine clásico y al teatro de Tennessee Williams. Barcelona aparece también en exteriores urbanos —sus avenidas y fachadas modernistas—, reforzando el tránsito de Manuela entre la cotidianidad hospitalaria y el universo del espectáculo.

6.4.3.3. Fotografía

Affonso Beato contrapone la luz neutra, tenue y difusa de los interiores médicos —que enfatiza la blancura y la vulnerabilidad de Manuela— con el contraste ácido de los colores primarios en las secuencias teatrales (escarlata, dorado, azul eléctrico). Los encuadres alternan primeros planos íntimos en el hospital con planos generales en el escenario, subrayando el paso de la protagonista de un espacio de duelo a otro de exaltación pública.

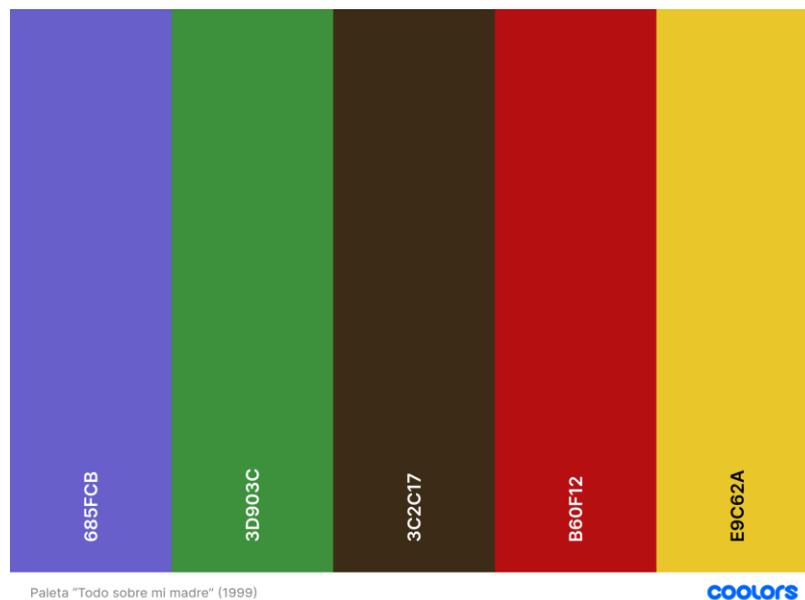


Figura 48. González González, E. (2025). *Todo sobre mi madre* (1999) [Paleta de color; elaboración propia].

6.4.3.4. Estética de la presentación y construcción de personajes

Manuela irrumpe en pantalla entre camillas y monitores, mostrada en plano medio que enfatiza su estatura recia y su dolor contenido. Huma Rojo emerge bajo focos cálidos, su porte altivo y su mirada distante evocan la estrella inaccesible que

fue su musa. Agrado, en un plano cercano y ligeramente picado, revela su calidez y empatía; su gestualidad teatraliza la sinceridad de su discurso. Cada encuadre evidencia el tránsito de Manuela —de enfermera doliente a protectora resignificada— y articula la tensión entre los espacios privados del duelo y la exposición pública del arte.

6.4.3.5. Vestuario

La vestimenta de Sabine Daigeler (con aportes de José María de Cossío) distingue claramente los mundos de sus protagonistas: Manuela viste tonos apagados (gris, marfil) con cortes sencillos que hablan de su humildad y dolor; Huma Rojo utiliza trajes de lentejuelas y capas de satén en rojo y púrpura, símbolo de su pasionalidad y su pasado glorioso; Agrado combina vestidos luminosos y maquillaje dramático, subrayando su fervor vital. Los cambios de atrezzo acompañan las revelaciones emocionales: cuando Manuela abraza su nueva condición, su paleta gana matices de rosa y azul pálido.



Figura 49. Diversos fotogramas que reflejan el vestuario en *Todo sobre mi madre* (1999). Fuente: Filmgrab.

6.4.3.6. Comentario

En *Todo sobre mi madre*, la conjunción de la iluminación sutil y un vestuario de tonalidades restringidas sirve para manifestar el duelo contenido de la protagonista. Frente a esa sobriedad, los atuendos de la figura teatral irrumpen con una viveza dramática que remite a su pasado escénico y su reivindicación identitaria. Asimismo, los destellos más intensos en la indumentaria del personaje de apoyo actúan como marcadores de lazos afectivos y de la capacidad de recuperación comunitaria. Este

contraste deliberado entre una paleta comedida y otra de alta saturación articula el paso de la angustia al reencuentro vital, evidenciando cómo Almodóvar estructura el relato emocional a través de decisiones estéticas.

6.4.4. “Volver” (2006)

6.4.4.1. Ficha técnica

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Directora de producción	Esther García
Música	Alberto Iglesias y Estrella Morente
Director de fotografía	José Luis Alcaine
Montaje	José Salcedo
Vestuario	Sabine Daigeler
Sonido	Miguel Rejas y José Antonio Bermúdez
Decorados	Salvador Parra

6.4.4.2. Dirección artística

El relato transcurre entre la Castilla-La Mancha ventosa —con sus casonas rurales y el entorno agreste del pueblo de La Mancha— y el Madrid de Vallecas, donde la cotidianidad se plasma en interiores modestos (como la casa de Raimunda o también la “peluquería” de Sole) frente a la nitidez austera de algunos escenarios urbanos.

6.4.4.3. Fotografía

Alcaine alterna la luz cálida y natural de las escenas domésticas —que realza la textura terrosa de las fachadas manchegas— con contrastes más fríos en planos urbanos. El rojo de los alimentos y la sangre adquiere protagonismo dramático, mientras los planos cenitales y primeros planos cercanos intensifican la complicidad emocional con Raimunda y Sole.

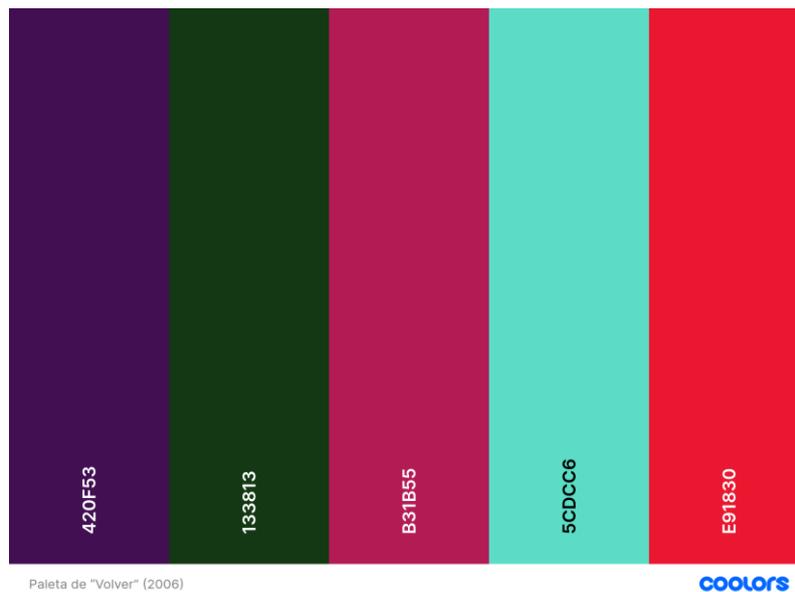


Figura 50. González González, E. (2025). *Volver* (2006) [Paleta de color; elaboración propia].

6.4.4.4. Estética de la presentación y construcción de personajes

Raimunda se nos muestra en su cocina, en un primerísimo primer plano mientras prepara la cena, proyectando su fortaleza de madre trabajadora y su carga de secretos. Irene irrumpe como espectro elegante, casi siempre en planos medios que refuerzan su autoridad serena. Sole aparece en planos más amplios, con gestos esquivos, simbolizando su miedo al pasado, y Agustina se presenta en el plató de televisión "El Azar", reflejando su dependencia de los medios para legitimar su dolor. Cada encuadre define así las tensiones internas de estas tres generaciones de mujeres.

6.4.4.5. Vestuario

Las prendas responden a arquetipos: Raimunda viste ropa de trabajo (delantales, blusas sencillas) que hablan de su cotidianidad y sacrificio, salpicada en ocasiones por intensos toques de rojo o azul eléctrico que marcan sus puntos de inflexión emocional, como cuando enfrenta la amenaza de la catástrofe familiar. Irene, en negro y líneas limpias, evoca la sobriedad fantasmal de la esposa ausente; Sole combina tonos neutros con pañuelos en la cabeza, aludiendo a su refugio emocional. Estos brotes cromáticos funcionan como señales visuales de los giros dramáticos y el empoderamiento de Raimunda a lo largo de la trama.



Figura 51. Diversos fotogramas que reflejan el vestuario en *Volver* (2006). Fuente: Filmgrab.

6.4.4.6. Comentario

En *Volver* Almodóvar y su equipo combinan fotografía y vestuario para reflejar la evolución interior de Raimunda. Los destellos de rojo y azul eléctrico —presentes tanto en la luz de Alcaine como en los ribetes y accesorios de Sabine Daigeler— marcan sus puntos de inflexión dramáticos: desde la rutina doméstica hasta el momento en que asume con decisión su papel de protectora familiar. Estos estallidos cromáticos funcionan como un pulso narrativo que rompe la paleta terrosa del entorno manchego, reforzando visualmente su empoderamiento. Al mismo tiempo, la contención de Irene y Sole en paletas rígidas (negro y beige) agudiza el contraste, haciendo más patente la singularidad y fuerza de Raimunda en cada secuencia clave.

6.4.5. “La piel que habito” (2011)

6.4.5.1. Ficha técnica

Guion y dirección	Pedro Almodóvar
Productor ejecutivo	Agustín Almodóvar
Productor asociado	Esther García
Director de producción	Toni Novella
Música	Alberto Iglesias
Director de fotografía	José Luis Alcaine
Montaje	José Salcedo
Vestuario	Jean-Paul Gaultier
Sonido	Iván Marín
Decorados	Antxón Gómez

6.4.5.2. Dirección artística

La mansión-laboratorio de Robert Ledgard combina superficies pulidas y mobiliario minimalista con elementos de quirófano y arte contemporáneo (collages de Juan Gatti, reproducciones de Tiziano), generando un espacio discursivo que une la ciencia experimental con la fragilidad humana, al tiempo que los exteriores de Toledo y Galicia contrastan la precisión clínica con la vastedad orgánica.

6.4.5.3. Fotografía

José Luis Alcaine articula una iluminación de alto contraste que resalta texturas de piel y metal, alternando planos fríos en el laboratorio con luz más suave en los momentos de vulnerabilidad. Las composiciones rehúyen la simetría perfecta, favoreciendo encuadres claustrofóbicos que refuerzan la tensión dramática inherente a la experimentación sobre la identidad.



Figura 52. González González, E. (2025). *La piel que habito* (2011) [Paleta de color; elaboración propia].

6.4.5.4. Estética de la presentación y construcción de personajes

Robert Ledgard se revela en primer plano con gesto frío y firme, estableciendo su autoridad científica y su obsesión metódica. Vera, en contraste, aparece traslúcida bajo luz tersa, sugiriendo su condición ambigua como creación y sujeto de trauma. Vicente se presenta en encuadres abiertos y gestualidad tensa, personificando la vulnerabilidad juvenil. Cada introducción visual subraya el desequilibrio de roles entre creador, creación y víctima, trazando un relato sobre el poder y la identidad.

6.4.5.5. Vestuario

Jean-Paul Gaultier diseña piezas de líneas limpias y tejidos de tacto técnico para Ledgard, enfatizando su control y distanciamiento emocional, mientras Vera utiliza prendas adaptadas a su nueva “piel”, en telas que combinan rigidez y fluidez para materializar su hibridación. Vicente viste cortes sencillos y materiales naturales, reforzando su humanidad frente al experimento. Esta distinción textural articula las jerarquías éticas y emocionales de la trama.

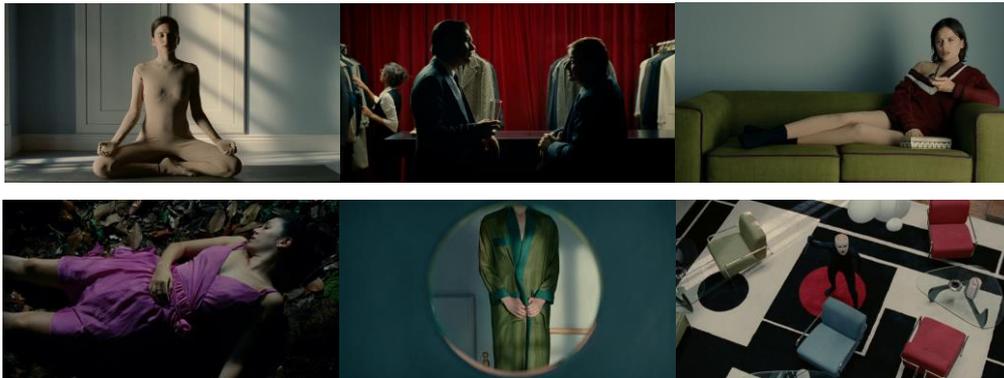


Figura 53. Diversos fotogramas que reflejan el vestuario en *La piel que habito* (2011). Fuente: Filmgrab.

6.4.5.6. Comentario

En *La piel que habito*, Almodóvar emplea la conjunción de fotografía precisa y vestuario quirúrgico para explorar la construcción del yo como un acto de creación y sometimiento. El contraste entre la rigurosidad clínica de los espacios y las texturas híbridas de la protagonista evidencia la tensión entre ciencia y humanidad. Así, las decisiones estéticas no solo subrayan el suspense, sino que interrogan la ética de la transformación corporal y la fragilidad de la identidad.

8. Conclusiones

Como conclusión general, este estudio confirma que el vestuario y la estética visual en el cine de Pedro Almodóvar funcionan mucho más que un mero adorno: se erigen como auténticos vectores de identidad y de discurso social. A través del análisis de la encuesta, el contraste de opiniones de expertos y la revisión de fuentes especializadas, se ha demostrado que la constante repetición de paletas cromáticas, texturas y siluetas propias de su filmografía constituye una “firma” inconfundible que el público reconoce al instante. Al mismo tiempo, estos mismos recursos estilísticos actúan como mecanismos de subversión y visibilización, desafiando estereotipos de género y sexualidad y conectando con audiencias cada vez más sensibles a la diversidad.

Este hallazgo reafirma que, en el universo almodovariano, el vestuario no solo acompaña la narración, sino que se convierte en un personaje más: dotado de significado, capaz de evocar emociones y de reforzar tanto la coherencia interna de los personajes como la estrategia comunicativa global. Con ello, Pedro Almodóvar no solo construye un sello estético propio, sino que consigue ofrecer una guía de buenas prácticas para la comunicación y la publicidad: la potencia de una estética coherente y comprometida es, al fin y al cabo, una herramienta estratégica de alto impacto.

8.1. Resumen de hallazgos

Este resumen de hallazgos se adentra en un análisis crítico de las hipótesis planteadas, evaluando su correlación con los datos obtenidos a lo largo de la investigación. Tras examinar los resultados de la encuesta aplicada a 70 participantes y contrastarlos con la bibliografía especializada, es posible establecer hasta qué punto el vestuario se erige en pilar tanto de la identidad visual almodovariana como de las narrativas de género y diversidad.

En primer lugar, la hipótesis [H1] encuentra un sólido respaldo: el 87 % de los encuestados (61 de 70) coincide en que la paleta cromática, los contrastes marcados y las siluetas características del vestuario en las películas de Pedro Almodóvar resultan fundamentales para forjar una “firma” estética reconocible al instante. Estos datos revelan que tal recurrencia estilística no responde al azar, sino a una estrategia consciente que garantiza la diferenciación de su cine frente a otras propuestas y refuerza la conexión inmediata con el público.

Por otra parte, la hipótesis [H2] también sale reforzada: el 88,6 % de la muestra (62 de 70) opina que el vestuario contribuye, en mayor o menor medida, a desafiar y subvertir estereotipos de género y sexualidad. Lejos de limitarse a completar el diseño de personajes, la indumentaria actúa aquí como instrumento inclusivo que visibiliza identidades diversas y plantea un discurso alternativo frente a las normas convencionales. En conjunto, estos hallazgos confirman la doble función estratégica del vestuario almodovariano: establecer un lenguaje visual propio y, al mismo tiempo, impulsar discursos sociales de plena vigencia.

8.3. Implicaciones del estudio para la comunicación y la publicidad

A lo largo de este trabajo se ha constatado que la coherencia estética desempeña un papel tan relevante en el cine de Almodóvar como lo es en cualquier estrategia de comunicación, sea del ámbito corporativo, mediático o cultural. La reiteración de paletas cromáticas, patrones reconocibles y/o siluetas definidas actúa como un auténtico hilo conductor que ancla de forma inmediata la identidad visual de cualquier marca —ya sea un director, una serie de televisión o un producto comercial— en la memoria del espectador. De este modo, las campañas publicitarias pueden inspirarse en este modelo al diseñar identidades visuales que permanezcan en la memoria colectiva, aprovechando la repetición deliberada de elementos gráficos clave para multiplicar así el impacto en el recuerdo y reforzar la fidelidad del consumidor.

Por otra parte, la dimensión social que adquiere el vestuario almodovariano evidencia la capacidad del diseño visual para construir relatos inclusivos y generar empatía. La elevada percepción de un 88,6% acerca del vestuario como instrumento de ruptura de estereotipos de género y sexualidad sugiere que el público valora con intensidad los discursos que visibilizan identidades diversas. En el ámbito publicitario, esto se traduce en una oportunidad para integrar estilismos y narrativas no normativas que conecten con audiencias cada vez más comprometidas con la diversidad. No se trata únicamente de un gesto de responsabilidad social corporativa, sino de un factor diferenciador que aporta autenticidad y refuerza la reputación de las marcas.

En conclusión, el estudio también ha ofrecido pistas sobre el *product placement* y el *co-branding* entendido como alianza narrativa y no meramente como emplazamiento de producto. Si bien solo un porcentaje limitado de espectadores



identifica las marcas en el vestuario, aquellos que lo hacen perciben un valor añadido de credibilidad y profundidad. Las colaboraciones con diseñadores, por tanto, pueden ir más allá de la mera exposición comercial y convertirse en socios creativos que nutren la historia y el posicionamiento de un proyecto. En la práctica, las casas de moda y las agencias de publicidad pueden coordinarse para que las piezas incorporadas en una campaña respondan a una lógica estética y narrativa coherente, elevando así el impacto comunicativo y la conexión emocional con el público.

9. Referencias

Aygües Cejalvo, M. (2024). *El universo simbólico de las habitaciones de ellas en el cine de Sofía Coppola*. Universidad de Valladolid.

<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/72831>

Barthes, R. (1967). *El sistema de la moda*.

Bazo, F. P. (2008). Pedro Almodóvar: heredero del cine clásico. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 13(24), 281-301.

<https://doi.org/10.1387/zer.3626>

Blanco, J. (2022, 25 marzo). Cuántos Oscar tiene Pedro Almodóvar. *Cinemanía*. <https://www.20minutos.es/cinemanía/cuantos-oscar-tiene-pedro-almodovar-4975661/>

Borrás, D. (2018, 16 abril). «La moda está en el interior de Pedro Almodóvar». *Vogue España*. <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/la-moda-en-las-peliculas-de-pedro-almodovar/34283>

Carrera, Ó. (2024, 7 agosto). *Los hippies del Vietnam: Un Woodstock*. Revista Cultural el Hype. <https://elhype.com/los-hippies-del-vietnam-un-woodstock/>

Chen, V. (2024, 27 septiembre). Why Does Demi Moore Wear So Many Primary Colors in 'The Substance'? *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/why-does-demi-moore-wear-so-many-primary-colors-in-the-substance?>

colaboradores de Wikipedia. (2025a, febrero 21). *Todo sobre mi madre*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Todo_sobre_mi_madre

colaboradores de Wikipedia. (2025b, marzo 20). *La piel que habito*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/La_piel_que_habito

colaboradores de Wikipedia. (2025c, marzo 29). *Tacones lejanos*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Tacones_lejanos

colaboradores de Wikipedia. (2025d, abril 6). *Volver (película de 2006)*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Volver_%28pel%C3%ADcula_de_2006%29



colaboradores de Wikipedia. (2025e, mayo 17). *Mujeres al borde de un ataque de nervios*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre.

https://es.wikipedia.org/wiki/Mujeres_al_borde_de_un_ataque_de_nervios

Comarca, L. (2022, 4 junio). Pedro Almodóvar: De cuando la Movida. *La Comarca de Puertollano*.

<https://www.lacomarcadepuertollano.com/articulo/hemeroteca/pedro-almodovar-de-cuando-la-movida/>

Corre Camara. (2016). *Clásicos de la teoría filmica: André Bazin*.

<https://correcamara.com/clasicos-de-la-teoria-filmica-andre-bazin-2/>

Correa, A. (2023, 11 mayo). Vestir de nuevo como en ‘Chicas malas’: por qué el estilo de las protagonistas regresa dos décadas después. *Vogue España*.

<https://www.vogue.es/articulos/chicas-malas-pelicula-moda-tendencias-2000>

Cox, G. (2015, 3 junio). Tony-Nominated Directors and Designers Share the Secrets of Their Collaborations. *Variety*. <https://variety.com/2015/legit/awards/tony-nominated-directors-and-designers-talk-collaboration-1201509453/>

Crespo, A. (2011). *Cine y Fellini - El síntoma y la ilusión estética*.

<https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/RLT/article/view/35>

Crussellndnp. (2022, 25 abril). Fashion upheaval in the 1930s. *Alaska Digital Newspaper Program*. <https://akdnp.wordpress.com/2022/04/25/fashion-upheaval-in-the-1930s>

Cubells, M. (2024, 21 agosto). La historia de aquel vestido de Carmen Maura en ‘La ley del deseo’ o cómo una casualidad hizo historia del cine español. *El País*.

<https://elpais.com/smoda/moda/2024-08-21/la-historia-de-aquel-vestido-de-carmen-maura-en-la-ley-del-deseo-o-como-una-casualidad-hizo-historia-del-cine-espanol.html>

Davis, J. (2023, 13 noviembre). “Es un capullo pero me encanta su look”: El vestuario de ‘El asesino’ de Netflix que interpreta Michael Fassbender está inspirado en este polémico cantante británico. *Esquire*.

<https://www.esquire.com/es/moda-hombre/a45819050/entrevista-disenador-vestuario-el-asesino-netflix/>



De Prado, C. M. (2019, 24 septiembre). Todo lo que la industria de la moda le debe a Almodóvar. *Vanity Fair*.

<https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/pedro-almodovar-relacion-moda-prada-gucci-dior-filmografia/24665>

Deabel, A. (2024, 24 marzo). *Secrets Behind the Screen: How the 2024 Oscars costume designers bring characters to life*.

<https://blogs.libraries.indiana.edu/mediabeat/2024/03/24/secrets-behind-the-screen-how-the-2024-oscars-costume-designers-bring-characters-to-life>

Didyme-Dôme, A. (2022, 9 septiembre). *Pedro Almodóvar: El emperador de la movida*. Rolling Stone En Español. <https://es.rollingstone.com/pedro-almodovar-el-emperador-de-la-movida/>

Díez, J. L. (2013, 6 marzo). Todo el cine de Almodóvar en clave de moda. *GQ España*. <https://www.revistagq.com/moda/tendencias/articulos/el-cine-de-almodovar-en-clave-de-moda/17861>

Edwards, S. (2024, 26 diciembre). *How the «father of haute couture» revolutionised fashion*. <https://www.bbc.com/news/articles/ckg7l2j43l4o>

El Deseo Premios Pedro Almodóvar. (s. f.). <https://www.eldeseo.es/premios-pedro-almodovar/>

El profe Abdón. (2015). Charles Frederick Worth - Padre de la Alta Costura. *Historia de la moda y los textiles - El profe Abdón*.

<https://elprofeabdon.blogspot.com/2015/10/charles-frederick-worth-padre-de-la.html>

Escobar, I. (2024, 3 septiembre). PEDRO ALMODÓVAR, EL CINE EN SUS MANOS: ESTA ES SU TRAYECTORIA. *Noir Magazine*.

<https://noirmagazine.mx/arte-y-cultura/pedro-almodovar-quien-es-que-hace-cine-penelope-cruz-milena-smith-oscar-cannes/>

Espinosa, G., Rinciari, F., & Álvarez, L. (2013, 13 enero). Los talentos de vestuario del cine español. *El País*. <https://elpais.com/smoda/los-talentos-de-vestuario-del-cine-espanol.html>



Eulogio, S. L., & Quintana, M. R. (2023). La semiótica de color en el cine de autor. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 11(02).

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9752676.pdf>

Fernández, P. (2022, 26 junio). Jose María de Cossío: más de 30 años vistiendo al cine. *Atlántico*. https://www.atlantico.net/vigo/jose-maria-cossio-mas-30-anos-vistiendo-cine_1_20220625-1858146.html

FILMD. (2022, 7 marzo). *What is Colour Theory In Film, How It Can Transform Your Storytelling*. <https://www.filmd.co.uk/articles/what-is-colour-theory-in-film-how-it-can-transform-your-storytelling>

Flores, A. (2020, 17 octubre). *El padre de la Alta Costura: Charles Frederick Worth*. La Calle Viste A la Moda. <https://lacallevistealamoda.com/2020/10/13/el-padre-de-la-alta-costura-charles-frederick-worth/>

Fundación Princesa de Asturias. (s. f.). *Pedro Almodóvar*. Copyright 2024. FUNDACIÓN PRINCESA DE ASTURIAS. <https://www.fpa.es/es/premios-princesa-de-asturias/premiados/2006-pedro-almodovar/?texto=trayectoria>

Gamerman, E. (2024, 2 diciembre). Y2K Nostalgia Is Everywhere. Why Is the Era So Hard to Get Right? *WSJ*. <https://www.wsj.com/style/fashion/y2k-time-cut-did-the-fire-inside-early-2000s-nostalgia-movies-6815dd0f>

García, T. L. (2025, 18 enero). De ser abucheada en Cannes a convertirse en icono feminista: El viaje de 'María Antonieta' de Sofia Coppola. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/articulos/maria-antonieta-pelicula-sofia-coppola-analisis>

Garizoain, C. (2015). De la pasarela al cine, del cine a la pasarela. El vestuario y la moda en el cine argentino hoy. En *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación* (Número 58). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi58.1248>

Gaviño, Á. N., & Torrecilla, N. M. (2024). *La «corporalidad vestida» en la filmografía de Pedro Almodóvar. Usos y discursos de la edad y la indumentaria en el cine queer*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9350857>

Gómez Gómez, A. G. (2014). *Del autorretrato a una cierta autobiografía*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4773100>



González, D. (2018, 23 junio). Cultura transexual: transformando el mundo. *Vogue*. <https://www.vogue.mx/agenda/cultura/articulos/cultura-transexual-transexualidad-moda-transexuales-daniela-vega-valentina-sampaio-hari-nef/11777>

González P., D. (2023, 13 diciembre). *LA MODA EN SOFÍA COPPOLA*. Issue. <https://issue-mag.cl/la-moda-en-sofia-coppola/>

Groening, J. (2016, 2 mayo). *50 paletas de colores caseras de tus películas favoritas*. *FORMAT*. <https://www.format.com/es/magazine/galleries/fotografia/cinema-palettes-twitter-design>

Hess, L. (2024, 23 diciembre). In 'Nosferatu,' the Breathtaking Period-Accurate Costumes Make the Horror Even More Real. *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/nosferatu-costume-design-linda-muir-interview>

Hoo, F. S. (2024, 8 julio). How Janty Yates became Ridley Scott's go-to costume designer — and won an Oscar for «Gladiator». *Fashionista*. <https://fashionista.com/2024/07/gladiator-ii-costume-designer-janty-yates-career-interview>

HuffPost, R. (2024, 26 septiembre). Almodóvar dice que sus películas son «políticas sin serlo» y tienen un mensaje de libertad. *ElHuffPost*. <https://www.huffingtonpost.es/life/cultura/almodovar-dice-peliculas-son-politicas-serlo-mensaje-libertadbr.html>

Hyland, V. (2025, 17 enero). Gracie Abrams y Sofía Coppola: una nueva campaña de Chanel, lazos, femineidad y su amistad más allá del trabajo. *ELLE*. <https://www.elle.com/es/moda/noticias/a63452089/garcie-abrams-sofia-coppola-entrevista-campana-chanel-peliculas/>

Indvik, L. (2020, 8 julio). La historia de la alta costura en cifras. *Vogue España*. [https://www.vogue.es/moda/articulos/alta-costura-cifras-disenadores#:~:text=1858&text=El%20a%C3%B1o%20en%20que%20el,de%20la%20Paix%20\(Par%C3%ADs\)](https://www.vogue.es/moda/articulos/alta-costura-cifras-disenadores#:~:text=1858&text=El%20a%C3%B1o%20en%20que%20el,de%20la%20Paix%20(Par%C3%ADs)).

Jacobson, J. (2021, 30 marzo). MOROCCO, 1930. *JaysClassicMovieBlog*. <https://www.jaysclassicmovieblog.com/post/50-morocco-1930>

Jiménez Rodríguez, D. (2018). *Edith Head: la función del diseñador de vestuario cinematográfico y su importancia en la industria de Hollywood*. Universidad de Salamanca. <https://gredos.usal.es/handle/10366/139294>

Krick, J. (2004, 1 octubre). *Charles Frederick Worth (1825–1895) and the House of Worth*. The Metropolitan Museum Of Art. <https://www.metmuseum.org/es/essays/charles-frederick-worth-1825-1895-and-the-house-of-worth>

Lack, H. (2018, 14 julio). El impacto visual en la moda del cineasta Wong Kar-wai. *Vogue*. <https://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/articulos/wong-kar-wai-influencia-en-la-moda-y-el-cine/12379>

LaVintage. (2022, 27 julio). *El Color en el Cine de Pedro Almodóvar*. Peliplat. <https://www.peliplat.com/es/article/10000994/el-color-en-el-cine-de-pedro-almodovar>

Llana Fernández, M. de L. (2024, 15 julio). «*Obviously, Doctor, you’ve never been a thirteen-year-old-girl*». *La representación de la feminidad adolescente en el cine de Sofia Coppola. El caso de The Virgin Suicides (1999)*. Universidad de Oviedo. <https://hdl.handle.net/10651/73831>

Mahieu, J. M. (1980). Recuerdo de Alfred Hitchcock. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 310. <https://www.cervantesvirtual.com/research/recuerdo-de-alfred-hitchcock/5ba6d3e6-e539-41aa-a29d-fc0a5930d89c.pdf>

Maitland, H. (2021, 29 enero). Revisit the 6 most spectacular production details from Baz Luhrmann’s ‘The Great Gatsby’. *British Vogue*. <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/the-great-gatsby-movie-details>

Martín, C. (2019a, septiembre 24). La moda habita en Pedro Almodóvar. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/20190924/47614745911/la-moda-habita-en-pedro-almodovar>

Martín, C. (2019b, septiembre 27). El romance de Almodóvar con la moda. *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/gente/almodovar-moda_0_1395460935.html

Martin, R., & Koda, H. (2004, 1 octubre). *Haute Couture - The Metropolitan Museum of Art*. <https://www.metmuseum.org/essays/haute-couture>



Martínez, M. (2021, 27 marzo). Quentin Tarantino en 12 lecciones de moda para hombre que aprendimos de sus películas. *Esquire*.

<https://www.esquire.com/es/moda-hombre/g35946629/quentin-tarantino-peliculas-actores-moda/>

Martínez Maldonado, M. (2021, 30 abril). *Pedro Almodóvar y el placer del color*. <https://www.80grados.net/pedro-almodovar-y-el-placer-del-color/>

Matthews, P. (2018, 18 abril). *Divining the real: the leaps of faith in André Bazin's film criticism*. BFI. <https://www.bfi.org.uk/sight-and-sound/features/divining-real-leaps-faith-andre-bazins-film-criticism>

Mau, D. (2025, 27 febrero). An Oscar-Nominated Costume Designer on What Makes for a Worthwhile Film-Fashion Brand Collaboration. *Fashionista*. <https://fashionista.com/2025/02/arianne-phillips-a-complete-unknown-movie-collaborations-interview>

Max, D. T. (2016, 28 noviembre). The Evolution of Pedro Almodóvar. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/magazine/2016/12/05/the-evolution-of-pedro-almodovar>

McDermott, K., & Munsuri, M. (2025, 23 febrero). Las mujeres de un clásico de Hitchcock inspiran el desfile otoño-invierno 2025/26 de Emilia Wickstead. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/articulos/emilia-wickstead-desfile-otono-invierno-2025-2026-hitchcock>

McDonald, P., & Nergaard, T. (2024, 10 mayo). *Los inmortales 90*. L'Officiel Chile. <https://www.lofficielchile.com/fashion/los-inmortales-90>

Miniteando. (2020, 26 abril). ¿Cómo se forman las tendencias? *Blog*. <https://miniteando.wixsite.com/inicio/post/c%C3%B3mo-se-forman-las-tendencias>

Mondragon, M. (2024, 20 agosto). "El Poder Transformador de las Redes Sociales en la Moda: Tendencias, Desafíos y el Futuro. *Acontecimiento*. <https://acontecimiento.com/tecnologia/el-poder-transformador-de-las-redes-sociales-en-la-moda-tendencias-desafios-y-el-futuro-digital/>



Moral, P. (2016, 8 abril). ¿Qué significa que una película sea 'almodovariana'? *Cinemanía*. <https://www.20minutos.es/cinemanía/noticias/que-significa-que-una-pelicula-sea-almodovariana-54121/>

Mosley, T. (2023, 14 febrero). An Oscar-winning costume designer explains how clothes «create a mood». *NPR*. <https://www.npr.org/2023/02/14/1156555360/black-panther-wakanda-forever-costume-design-ruth-e-carter>

Muñoz, R. (2023, 24 junio). Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón: Curiosidades de la película más guarra de Almodóvar. *RTVE.es*. <https://www.rtve.es/television/20230624/pepi-luci-bom-otras-chicas-monton-almodovar-alaska-meada>

Pastor, B. P. (2013). *Queering Gender: The New Femme Fatale in Almodóvar's La mala educación (2004)*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7343801#:~:text=femme%20fatale%20se%20ha%20convertido%20en%20un,queer%2C%20proponiendo%20as%20%AD%20una%20nueva%20plataforma%20f%20%ADmica>

Pedini, G. (2025, 15 mayo). *In Conversation with Massimo Cantini Parrini: The Poetry of Costume Design — C41 Magazine*. C41 Magazine. <https://www.c41magazine.com/in-conversation-with-massimo-cantini-parrini-the-poetry-of-costume-design>

Pérez González, S. B. (2024, 9 febrero). El cine: un espejo de nuestra sociedad. *El Generacional*. <https://elgeneracionalpost.com/cultura/2024/0210/130048/el-cine-un-espejo-de-nuestra-sociedad.html>

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>

Ramzi, L. (2024, 20 mayo). A 1980s Fashion History Lesson: Lycra, Power Suits, and Clothing as Concept. *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/1980s-fashion-history-lesson>



Reche Selas, A., & Reche Selas, R. (2020, 30 septiembre). *Prada – La cultura está de moda*. La Cultura Está de Moda.

<https://laculturaestademoda.wordpress.com/tag/prada/>

Redacción EXPRESS. (2024, 25 septiembre). *El cine como arte y reflejo de la sociedad - EXIT Media*. Revista de Arte y Fotografía - Exit Media.

<https://exitmedia.net/destacado-semana/el-cine-como-arte-y-reflejo-de-la-sociedad/>

Rodríguez, E. (2016, 13 marzo). *11 rasgos que definen a las películas de Almodóvar - Culturamas*. Culturamas. <https://www.culturamas.es/2016/03/13/11-rasgos-que-definen-a-las-peliculas-de-almodovar/>

Rodríguez, G. R. (2011). Cine y moda - Varios grados de consanguinidad. *Revista la Tadeo (Cesada A Partir de 2012)*, 76.

<http://revistas.utadeo.edu.co/index.php/RLT/article/view/33>

Romero R., S. (2021, 24 agosto). *¿Qué ocurre con las tendencias de moda en la actualidad?* Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

<https://www.utadeo.edu.co/es/nuestra-produccion/observatorio-diseno-y-creacion/219671/que-ocurre-con-las-tendencias-de-moda-en-la-actualidad>

Rothman, L., & Aneja, A. (2016, 24 febrero). The Real History Behind 2016's Oscar-Nominated Costumes. *TIME*. <https://time.com/4227670/history-oscar-costumes/>

RTVE.es. (2021, 11 diciembre). *¿Es 'In the mood for love' la película más 'cool' de la historia?* RTVE.es. <https://www.rtve.es/television/20211211/mood-love-cine-pelicula-moda-qipao-kar-wai-wong/2237125.shtml>

Ruiz, S. (2024, 17 abril). *¿Qué es el 'method dressing'? La nueva tendencia que une cine y moda. ¡HOLA!* <https://www.hola.com/us-es/moda/20240417358842/que-es-el-method-dressing-de-las-celebridades/>

Russo, E. A. (2020). Pensar un cine en transformación: la lección de André Bazin. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 103. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi103.4157>



Sagansky, G., & Zalopany, C. (2014, 6 marzo). Dress the Part: The Grand Budapest Hotel — Vogue. *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/dress-the-part-the-grand-budapest-hotel>

Salinas, A. (2022, 22 abril). Pongamos que hablo de (la moda en) Madrid: sobre la última exposición fotográfica dedicada a la moda madrileña. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/moda/articulos/exposicion-moda-madrilena-madrid-sala-aguila>

Sánchez, A. S. (2020, 12 mayo). «María Antonieta»: la preciosista película que no sabías que necesitabas volver a ver. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/living/articulos/maria-antonieta-pelicula-sofia-coppola-netflix-evasion>

Schwarzbaum, L. (1994, 27 mayo). Kika. *EW.com*. <https://ew.com/article/1994/05/27/kika/>

Seth, R. (2019, 22 febrero). Fashion in film: the best designer and director collaborations. *Vogue*. <https://www.vogue.com.au/fashion/news/fashion-in-film-the-best-designer-and-director-collaborations/image-gallery/4f27323ce83c5564fdf1ec2b8a1de5b0>

Seth, R., & Giménez, E. (2023, 2 septiembre). Las películas más inspiradoras de Sofia Coppola. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/articulos/sofia-coppola-peliculas-vestuario-claves>

Tapia, I. (2020, 29 abril). Alfred Hitchcock, un creador de tendencias que orquestó diferentes estilos de mujer. *www.20minutos.es - Últimas Noticias*. <https://www.20minutos.es/noticia/4241969/0/hitchcock-un-creador-de-tendencias-que-orquesto-estilos-de-mujer/>

Team, E. (2024, 4 octubre). *Cultural Context: Films As Reflections Of Society*. <https://edinbox.com/2731-cultural-context-films-as-reflections-of-society>

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (1998). Charles Frederick Worth | fashion innovator, couturier & haute couture. En *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Charles-Frederick-Worth>



Torres, R. (2024, 17 enero). *La obsesión por el color de Wong Kar-Wai | The Independent Photographer*. The Independent Photographer. <https://independent-photo.com/es/news/wong-kar-wai-color-obsession/>

Villellas Camón, B. (2020). *Del último neorrealismo a la película total. La evolución de la dirección artística en el cine de Federico Fellini: Le notti di Cabiria (1957), Giulietta degli spiriti (1965) y Casanova (1976)*. [Universidad de Zaragoza]. <https://zaquan.unizar.es/record/94667#>

Vogue. (2013, 7 junio). A Screening of Pedro Almodóvar's *'I'm So Excited'*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/get-lucky-a-screening-of-pedro-almodvars-im-so-excited>

Vogue España. (2023, 26 mayo). Pedro Almodóvar: todo sobre el director de cine y su impresionante carrera cinematográfica. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/articulos/pedro-almodovar-todo-director-cine-vida>

Vogue Spain. (2024, 20 agosto). *Pedro Almodóvar analiza los looks más importantes de sus películas | Mi vida en looks | VOGUE España* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wAiUiJToYJg>

Wikipedia. (2024, 14 diciembre). *Dogma 95*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Dogma_95

Wikipedia. (2025, 17 mayo). *Mujeres al borde de un ataque de nervios*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mujeres_al_borde_de_un_ataque_de_nervios&oldid=167451328

Wise, R. A. (2013). «*Gilda's Gowns,*» *AWE (A Woman's Experience): Vol. 1, Article 10*. BYU ScholarsArchive. <https://scholarsarchive.byu.edu/awe/vol1/iss1/10>

Xie, F. (2023). *El vestido como forma y proceso semiótico en el cine: Federico Fellini, Zhang Yimou y Stanley Donen. Un estudio comparado e intercultural*. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/88086>

Ximénez, M. (2020, 16 diciembre). Valeria Vegas condensa en 'Libérate' la cultura LGTBIQ+ que abrió camino en España. *Vogue España*. <https://www.vogue.es/living/articulos/valeria-vegas-liberate-libro-veneno-lgtbi>



Yuste, J. (2022, 17 diciembre). Pedro Almodóvar publica en 2023 el libro de relatos «El último sueño», una “biografía fragmentada”. *El Español*.

<https://www.elespanol.com/el-cultural/cine/20221217/pedro-almodovar-publica-relatos-ultimo-biografia-fragmentada/>

Zardoya, C. A. (2011). *El sistema de la moda: de sus orígenes a la postmodernidad*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4855740>

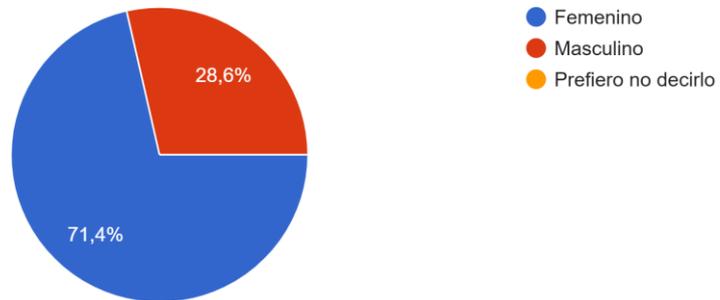


10. Anexos

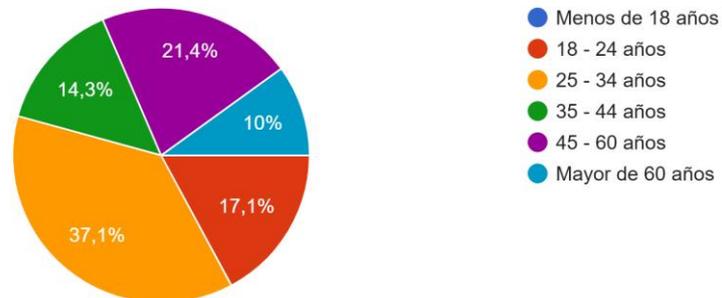
10.1. Encuesta

– Preguntas demográficas:

Sexo
70 respuestas



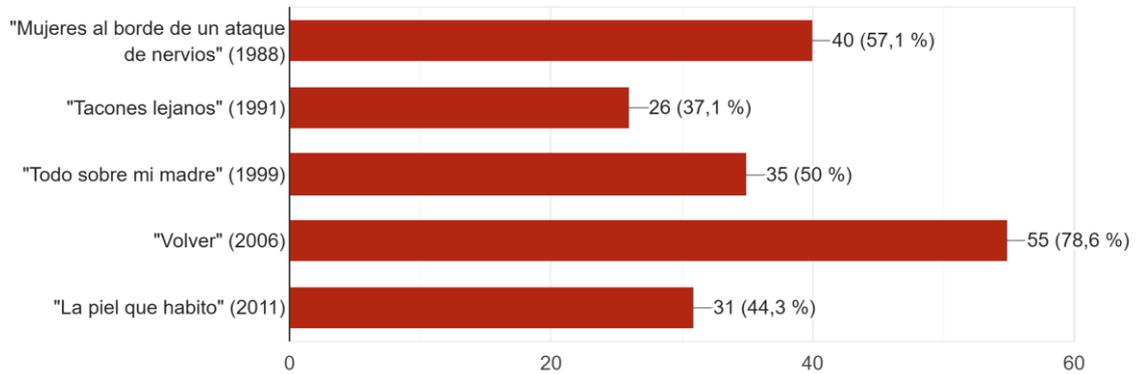
Edad
70 respuestas



– Encuesta:

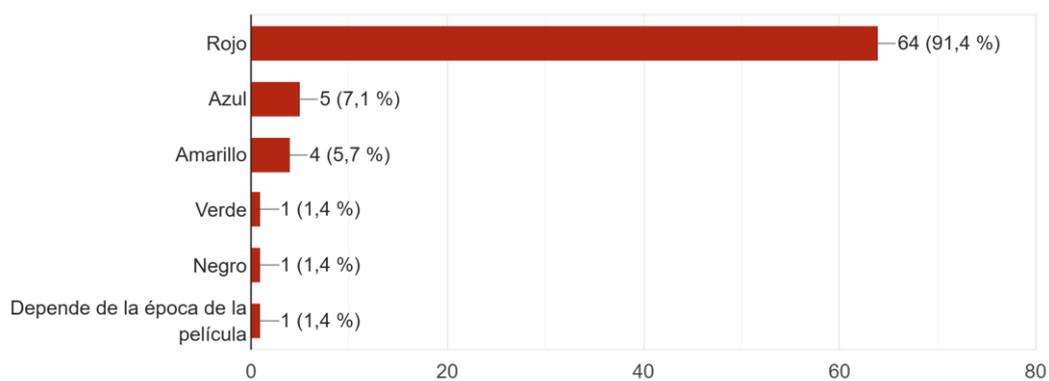
¿Has visto alguna de las siguientes películas de Pedro Almodóvar? (Marca todas las que apliquen)

70 respuestas



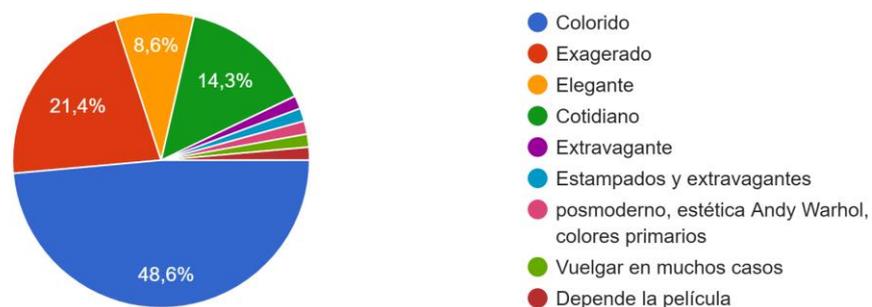
¿Qué color asocias más con el cine de Almodóvar?

70 respuestas



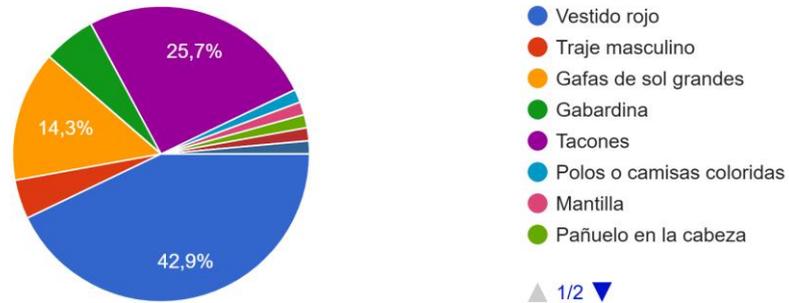
Si tuvieras que describir el vestuario de Almodóvar en una sola palabra, ¿cuál sería?

70 respuestas



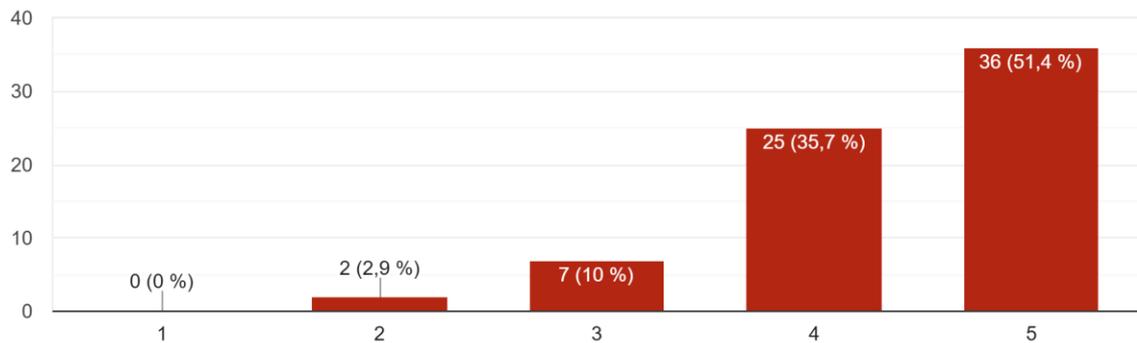
Piensa en una película de Almodóvar. ¿Qué prenda o accesorio se te viene a la mente primero?

70 respuestas



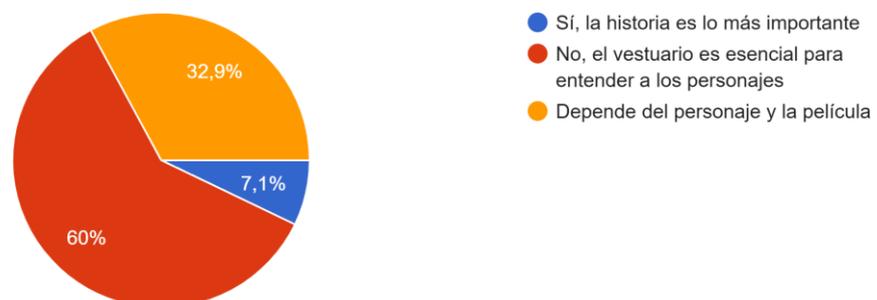
En una escala del 1 al 5, ¿cuánto crees que el vestuario influye en la construcción de la personalidad de los personajes de Almodóvar?

70 respuestas



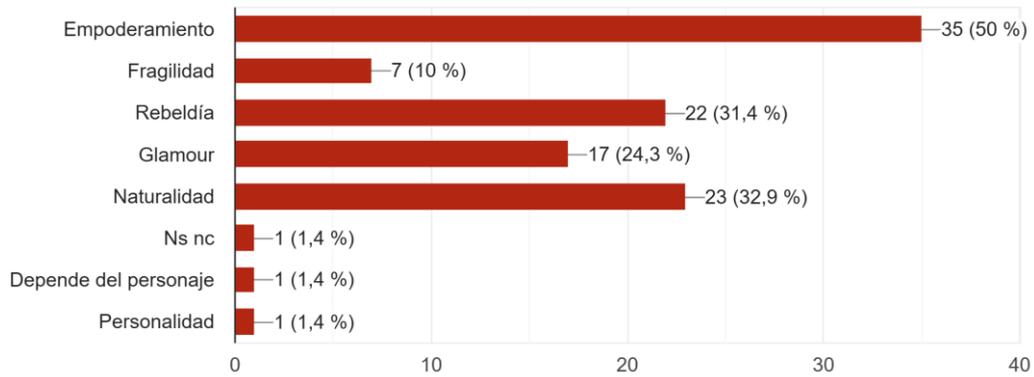
Si el vestuario de los personajes cambiara completamente, ¿crees que su impacto sería el mismo?

70 respuestas



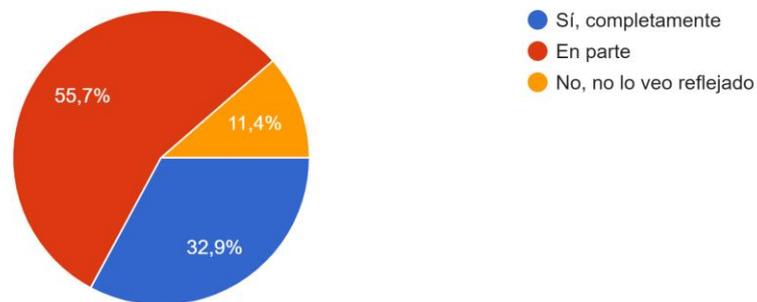
¿Cuál de estas palabras define mejor cómo el vestuario influye en la identidad de los personajes?

70 respuestas



¿Crees que el vestuario en las películas de Almodóvar refleja el espíritu de la sociedad española?

70 respuestas



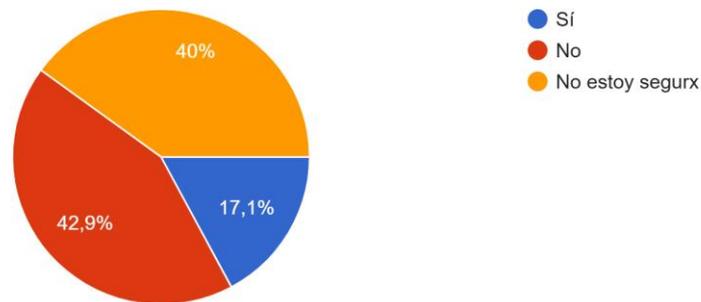
¿En qué aspecto crees que más influye el vestuario en las películas de Almodóvar?

70 respuestas



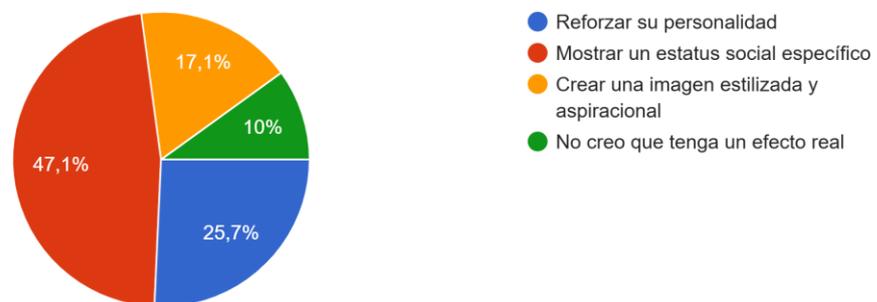
¿Recuerdas haber identificado alguna marca de moda en una película de Almodóvar?

70 respuestas



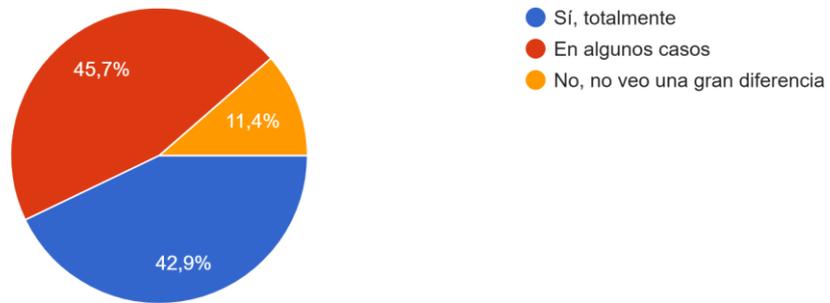
Si has visto marcas de moda en sus películas, ¿qué efecto crees que tienen en los personajes?

70 respuestas



¿Crees que el vestuario en las películas de Almodóvar contribuye a romper estereotipos de género?

70 respuestas



¿Qué personaje de Almodóvar crees que usa el vestuario de forma más rompedora/transgresora?

70 respuestas

