

LA FOTOGRAFÍA FIJA EN LOS ABRAZOS ROTOS: CATEGORÍAS Y USO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA ALMODÓVAR*

STILL PHOTOGRAPHY IN BROKEN EMBRACES: CATEGORIES AND ITS USE IN THE CONSTRUCTION OF THE BRAND ‘ALMODÓVAR’

Laura Virué Escalera
laura.virue@gmail.com

Resumen:

En este artículo se estudia la fotografía fija de *Los abrazos rotos* de Pedro Almodóvar con el fin de poner de manifiesto los motivos iconográficos que aparecen en dichas imágenes y que irán conformando una serie de categorías o modelos. Estas fotografías participan en la construcción de la marca que representa el universo Almodóvar, más allá de los recursos ligados a este filme concreto.

Abstract:

This article analyse the still photography in the film *Broken Embraces* by Pedro Almodovar. The objective is to show the iconographic marks that appear in these images and will constitute a group of categories. These photographs take part in the process of forming Almodovar's brand, further than their presence in this film in concrete.

Palabras clave:

Almodóvar; los abrazos rotos; fotografía; cine; fotofija.

Key words:

Almodovar; broken embraces; photography; still photography; cinema.

* Las fotografías que ilustran este artículo son propiedad de El Deseo/Paola Ardizzoni y Emilio Pereda y El Deseo/José Luis Alcaine.

1. Introducción

1.1. Definición y antecedentes: ¿qué entendemos como fotografía fija?

El término fotografía fija en el contexto de un filme, tal y como se plantea en este artículo, puede ser definido siguiendo a Nekane Parejo quien se refiere a la fotofija de una película como “aquellas tomas paralelas [al rodaje] que servirán para promocionar la cinta o aquellas instantáneas que se colocan bajo los títulos de crédito que pueden tener relación directa con la narración o ser una mera aproximación a ésta” (Parejo, 2006: 241-246).

Antonio Cuevas, por su parte, se refiere a ellas como *fotografías de escena*, y las define como “las imágenes realizadas por un técnico del equipo durante el rodaje. Constituyen la única referencia gráfica de la historia del filme, y son utilizadas para su difusión en prensa, en los *press books*, los carteles murales, fotografías en fachada, etc.” (Cuevas, 1976: 260-261).

Las instantáneas se realizan en ocasiones entre dos tomas, pidiendo a los actores que vuelvan a interpretar una acción o se queden en una posición determinada. Estas imágenes deben reunir las siguientes características: ser representativas del contenido de la película, incluir a los personajes más destacados, tener el máximo de calidad en cuanto a encuadre y técnica fotográfica y que tengan el atractivo suficiente como para cumplir su función principal: despertar el interés de los futuros espectadores.

Tradicionalmente, estas imágenes han estado ubicadas en vitrinas dentro del espacio de las salas de cine, son las conocidas como carteleras o *lobby cards* (Sánchez, 1997: 26). Es interesante su uso en las salas de exhibición ligadas al cartel del filme, ya que presentan al espectador las características argumentales de la película a través de la rapidez propia de la imagen, pero en mayor profundidad que el mismo, el cual transmitirá un estímulo único y fácilmente descifrable, que condense la idea de conjunto de la película.

Como decimos, las fotografías exhibidas en este contexto, permitirían una mayor profundización, más argumentos, más detalles, de lo que el espectador encontrará en la gran pantalla. Hay que presuponer al espectador dispuesto a

prestar atención a las imágenes, pues ya ha acudido a la sala, el contexto de consumo es el propicio. Por tanto, es el momento para ampliar los mensajes a transmitir, de una manera más completa que en la comunicación de *inputs* sobre la película en medios masivos; ya no es solo una llamada de atención, o un intento con el propósito de que el espectador (o potencial espectador) grabe en su memoria el título del filme, sino que con esta serie de imágenes se complementa todo el argumentario que envuelve el sentido de la película.

A pesar de ello, y dada la aparición de multitud de soportes *on line* y *off line* junto al cambio de pautas de consumo por parte del espectador cinematográfico, el concepto tradicional de las *lobby cards* es cada vez menos usual, lo que ha permitido, por otra parte, mayor creatividad en este tipo de imágenes. Y no solo ello, sino que el espectador acude a la red en busca de estas imágenes de forma activa, por lo tanto, la página web de la película se ha convertido en otro de los principales canales en los que se exponen estas imágenes.

Las *lobby cards*, solían presentar un formato horizontal, en torno a 11 x 14 pulgadas (28 x 35 cms.) e impresas en papel grueso, tipo cartulina. Se producían en colecciones de ocho cartelas que ilustran las escenas claves de la película. Una de ellas es siempre la llamada *Title Card*, que representa a toda la película más que a una sola escena, con un diseño especial donde las estrellas protagonistas adquieren la presencia más relevante y donde se añadía una lista de créditos. El resto de cartelas, muestran diferentes escenas y se conocen como *Scene Cards*.

Esta descripción hace intuir cuáles son las tipologías básicas que se encuentran al analizar la fotofija de una película, puesto que estos precedentes sentaron las bases de lo que serían las instantáneas promocionales de los filmes. Presuponemos, por tanto, que abundarán las fotografías de los actores protagonistas, que el primer plano será habitual, que las imágenes representarán las escenas principales y que alguna toma tendrá el objetivo de referirse a la película en su conjunto y no solo a una escena puntual.

1.2. La función publicitaria de la fotografía fija

Desde los inicios de la industria cinematográfica, la publicidad ya era comprendida como un arma importante para los resultados comerciales. Una de las funciones de la campaña publicitaria, tal y como cita Amiguet, será la de “preparar-motivar-atraer al público los días antes del estreno, de modo que una vez que éste se produzca no se pierda ni un solo día de exhibición, ya que los espectadores potenciales estaban esperando que éste se produjera” (Amiguet, 2000: 40). En la actualidad, cuando el período de exhibición se ha acortado al máximo y se ha establecido como estrategia de distribución copar el máximo número de salas en un escaso período de tiempo, es indispensable que el potencial espectador conozca el producto cuanto antes y acuda a la sala con la mayor premura posible ya que el filme tiene un escaso margen de dos semanas para demostrar su atractivo en taquilla. Para ello, se utilizan desde medios tradicionales: anuncios en exteriores, cartelería, revistas, anuncios y tráilers en televisión; hasta las acciones de marketing viral y social media marketing en medios y redes sociales de Internet, estrategias de más reciente aparición pero que se han convertido en fundamentales en los últimos años.

El Deseo, la productora que fundan los hermanos Almodóvar para producir *La ley del deseo* en 1986 y que desde entonces produce todas sus películas, suele comenzar a lanzar datos del nuevo filme en fase de preproducción para así crear expectativas desde que la película es un proyecto; por tanto, el trabajo de los expertos en publicidad es crucial ya durante la fase de rodaje. Numerosas comparecencias ante la prensa antes del lanzamiento en salas, entrevistas, sesiones de fotos, apariciones en programas de televisión y otros, son solo algunas de las herramientas para preparar el terreno antes de que el largometraje llegue a las pantallas.

Para *Los abrazos rotos*, Almodóvar escribe en su blog el desarrollo del rodaje, a modo de diario, y ya publica diversas fotografías tomadas por él mismo o por los fotógrafos encargados de la fotofija del filme (Paola Ardizzoni y Emilio Pereda). Algo parecido ya hizo en *Volver* (2006), integrándolo en la página oficial donde presenta un “diario de rodaje” ilustrado con fotografías y posteriormente vuelve a hacerlo en *La piel que habito* (2011). Y es que como afirma Jacoste “las

posibilidades publicitarias se pueden dar desde el mismo momento en que se tiene la idea de realizar un filme” (Jacoste, 1996: 157) y Almodóvar sabe cómo utilizarlas.

1.3. Los nuevos soportes digitales

Como se ha comentado anteriormente, en los últimos años han aparecido nuevos soportes de promoción de las películas que requieren de fotografías. Ya es impensable un estreno en salas que no tenga su propia página web, incluso meses antes de que la película esté acabada, debido a que Internet se ha convertido en un importante medio de promoción. Según las características del público objetivo del filme, la web ofrecerá uno u otros recursos (juegos, concursos, venta de otro material –merchandising, otros títulos-, vídeos; información sobre el rodaje, actores, director, etc.) pero la fotografía seguro que va a formar parte del diseño y el contenido de página. Almodóvar cuenta con una página web oficial¹, y desde *Hable con ella* las películas tienen una web propia², además de toda la información presente en el sitio de El Deseo³.

Por otra parte, el *Electronic Press Kit* ha evolucionado desde una cinta en formato vídeo con información que se entregaba a las televisiones, donde se recogían imágenes del rodaje y entrevistas, a un CD o DVD con una gran variedad de material. En él se adjunta también el *press book*, el dossier de prensa, que contiene datos del rodaje, el director, frases publicitarias, una copia del cartel en pequeño formato, sinopsis, etc. Toda esta información se ha integrado en un solo soporte con las nuevas características de capacidad e interactividad –entre otras- que ofrecen los nuevos formatos digitales. En el caso de *Los abrazos rotos*, el *press book* se puede descargar en formato .pdf desde la propia página web de la película, así como consultar (pero no descargar para su uso) distintos vídeos publicitarios (*teaser*, tráiler, *spots*, rueda de prensa), fotografías y músicas de la película. Cualquier persona interesada, y ya no solo la prensa especializada⁴, puede obtener toda la información sobre la

¹ Página oficial de Pedro Almodóvar en <http://www.pedroalmodovar.es>; anteriormente alojada dentro del sitio <http://www.clubcultura.com/clubcine/clubcineastas/almodovar>

² Página web de Los abrazos rotos <http://www.losabrazosrotos.com/>

³ Página web de El Deseo <http://www.eldeseo.es>

⁴ La página web es de acceso público y no requiere registro para profesionales en ningún caso.

película, consultas a archivos de audio, al tráiler y a una buena selección de imágenes con una calidad considerable.

Otros medios digitales no relacionados directamente con la producción cinematográfica, también servirán de canal en el que transmitir las imágenes, en el caso de *Los abrazos rotos* es destacable el especial del diario *El País* en soporte digital, que a modo de monográfico presenta una web dedicada al filme, con tráiler, galería de imágenes, entrevistas al director y al reparto, etc. Otros medios de comunicación especializados en cine, como puede ser la revista *Fotogramas* en su versión digital⁵ ofrece una galería de 55 fotografías de la película y como este ejemplo, muchas otras páginas web sobre actualidad, crítica o venta de películas serán vehículos de transmisión de las fotografías del filme.

1.4. Fotografía fija como constructora de marca

El valor de la marca en el medio cinematográfico es constatado por José María Amiguet en su tesis *El concepto de marca en la comunicación publicitaria del cine* donde afirma que “el umbral de expectativas es la clave a partir de la cual se valora la calidad del producto cinematográfico” (Amiguet, 2000: 398). Los potenciales espectadores del filme esperarán encontrar determinados rasgos que ellos asignan a la marca. Onaindia explica que “el espectador elige una determinada película porque el título le resulta atractivo, por los intérpretes, y en algunos casos, por el director. Todos estos datos funcionan como indicios para generar un horizonte de expectativas en su mente” (Onaindia, 1996: 91). La fotofija de una película -tal y como lo hacen el cartel, el tráiler u otros posibles elementos publicitarios del filme- anticipa lo que después el espectador podrá ver en la pantalla y a través de ella se va a transmitir una serie de valores ligados a la marca de la película.

En este caso, la fotofija de *Los abrazos rotos* se convierte en difusor de la marca del propio filme y a su vez de la firma *Almodóvar* (el director) e incluso la marca corporativa *El Deseo* (la empresa productora)⁶. Un espectador que se acerque a

⁵ Revista Fotogramas www.fotogramas.es

⁶ “La marca es aquel elemento que un consumidor toma como referente en su contacto con el producto. Por lo tanto, el elemento de referencia que usa para identificar y distinguir la película

las salas a ver la película, va condicionado por los estímulos que ha recibido hasta ese momento. Tiene unas expectativas puestas sobre *Los abrazos rotos* que las imágenes que haya visto anteriormente –fotos, tráiler, cartel, etc.– habrán ayudado a crear. Además, estará condicionado por sus experiencias previas ante otras obras del mismo director, de los mismos actores, de las críticas leídas, etc.

En resumen, la fotofija se eleva como un elemento capaz de (o que al menos ayuda a) establecer un marco perceptivo desde el cual el espectador verá la película. Ésta tiene que despertar el interés del público, presentar el tema, el estilo visual, el género y, por supuesto, fijar los principales estímulos que se van a utilizar para publicitar el filme, en este caso, el reparto y Pedro Almodóvar.

Es conocido que el director manchego tiene una gran capacidad para llamar la atención y sabe vender sus productos. Boquerini cita sus palabras: “trato siempre de que se me vea en el sitio donde estoy y de tener peso; quiero vivir todo lo que hago con mucha intensidad y por eso se me nota donde estoy” (Boquerini, 1989: 38). En la misma dirección comenta Holguín, “Almodóvar, al no tener medios económicos, comienza solo su andadura cinematográfica, siendo él su mejor relaciones públicas. Es, en sí mismo, un showman [...]. Nadie como él acerca su obra al público” (Holguín, 1994: 40). Y Cobos y Marías recogen la declaración: “si yo quería hacer cine, tenía que inventarme casi hasta los medios de distribución de las películas. Yo las estrenaba en sitios, hacía fiestas...” (Allison, 2003: 19).

Boquerini, recoge una cita de la revista *Fan Fatal* (nº1. Abril 1988) en la que el director comenta que “es una equivocación muy grande pretender que una película solo es un rollo largo de fotogramas, y no hacer caso a la promoción, al envase comercial, a lo que se dice sobre ella. Cuantas más brillantes, originales y atractivos sean estos detalles, mejor será la película y más gente se acercará a verla” (Boquerini, 1989: 140).

y que le evoca una serie de significaciones, la suma de todo lo cual influirá en sus opiniones y decisiones en relación con el filme. Por lo que podría darse el caso de que un mismo largometraje contuviera diferentes marcas para distintos receptores, es decir, que para un individuo operase como marca el nombre del actor y para otro el director de la misma película”. (AMIGUET, 2000: 575-576).

Smith expresa que una distribuidora de cine europea ha manifestado que “lo que se vende es Pedro, la marca Almodóvar” (Smith, 2005: 144). En relación a esta cuestión, Amiguet ha estudiado los indicadores de marca en este director y ha establecido los títulos de crédito como uno de ellos. En su análisis, señala que a partir de la tercera película de su filmografía, *Entre tinieblas*, Almodóvar aparece siempre dos veces en los títulos de crédito y esta doble aparición apoya y promociona la función de marca del director respecto de la película (Amiguet, 2000: 487). Guiándonos por esta cuestión, podemos derivar que pronto en su filmografía Almodóvar se empieza a constituir como marca propia, y que esta posición no se va a limitar solo a los títulos de crédito, sino que afecta a toda la campaña de promoción, ya no solo de sus películas por separado, sino de toda su marca como una unidad.

En el mismo sentido, este autor estudia la información sobre las películas de Pedro Almodóvar en la prensa escrita y observa si el director como marca se convierte en principal elemento de referencia en las noticias. Como conclusión, indica que “desde la perspectiva de la prensa, soporte que podríamos considerar ilustrativo del comportamiento de los medios, existen dos fases diferentes en el uso de Almodóvar como signo principal de la identidad de sus películas. Un primer momento, que abarcaría sus seis primeras obras, en las que Almodóvar tiene una función como marca potencial o latente [...]. El segundo momento se iniciaría con el estreno de *Mujeres al borde de un ataque de nervios* [...], en esta fase la operatividad de Almodóvar como marca de sus largometrajes parece clara [...]. Se convierte en el elemento más utilizado, y, en consecuencia, más notorio para informar sobre las películas, el director se constituye en una auténtica marca que al ser usada como referente por los medios acabará obteniendo una gran repercusión social” (Amiguet, 2000: 503). Este hito en su carrera también es destacado por Carlos Polimeni quien escribe: “con su séptima obra [...] Almodóvar se convirtió en una estrella, en una marca registrada. De ahí en adelante, viviría en el mundo de las celebridades, siendo [...] más importante que sus propias películas” (Polimeni, 2004: 83).

En el mismo estudio, el autor también expresa el papel relevante de la fotografía dentro de la noticia. Casi el 71% de los textos tenidos en cuenta contienen alguna fotografía y, de ellas, en más del 72% se observa la presencia de

Almodóvar. Estos datos ratifican de nuevo la existencia de Almodóvar como marca, y además, Amiguet señala que el porcentaje medio de apariciones de Almodóvar en las imágenes que acompañan a los artículos se incrementa en la misma fase que definíamos más arriba.

Por otra parte, el segundo contenido que destaca en esas imágenes son los actores, en el 45'5% de los casos. A continuación, y a distancia, los fotogramas de las películas (lo que denominamos aquí fotografías de escena), formato clásico de presencia visual del producto. Esta tendencia en el uso de las fotografías indica que se requiere no solo fotografías de escena, sino que los posados del director y/o los actores, van a ser muy demandados. Además, Amiguet indica que las cifras de la evolución del uso de los fotogramas va claramente en descenso. Durante las seis primeras películas es reproducido en el 56% de las ocasiones, y en la segunda fase que describe, la media baja hasta el 8'75%.

Por todo ello, no parece arriesgado afirmar que en la fotografía promocional del film la presencia de Almodóvar tendrá un lugar muy relevante, lo cual va a afianzar su posición como marca, en consonancia con lo expuesto en este apartado.

2. La fotografía fija en *Los abrazos rotos*

2.1. Modelos de fotografía fija: aplicación en *Los abrazos rotos*

En primer lugar, se distinguen dos tipos de fotofija, las llamadas *on-set* –en el set– y *off-set* –fuera del set– (Bergala, 1995). Esta es una división muy general pero también una forma muy evidente de plantear unos modelos desde los que partir.

Robert Dance y Bruce Robertson, diferencian tres tipos básicos de imágenes en los estudios del Hollywood de finales de los años veinte. La primera, la más común, constituye las *scene stills* (fotografías de escena) tomadas en el set para documentar la producción. Estas fotografías tienen dos funciones básicas: registrar cada posición de cámara y la situación de los actores, esto asegura el *raccord* de cada escena. Las *scene stills* también proveen al departamento de

publicidad de imágenes de los personajes que podían ser usadas para las *lobby cards*, posters y para enviar a las revistas (Dance, 2000: 88).

El segundo tipo, es lo que llaman el *publicity shot* (la toma publicitaria), imágenes tomadas fuera del rodaje, pero fuera del retrato de estudio, normalmente se utilizan como fotografías de moda o para la promoción de productos, algunas veces dejan ver a la estrella en momentos de ocio.

En tercer lugar, los retratos, son la categoría más rígida por ser la más importante para crear o redefinir la imagen del actor. El fotógrafo Fred Archer publicó en 1930 un artículo titulado “*The still Picture's Part in Motion Pictures*” en el que refiere una subcategoría de retratos a la que llama *candid*s, instantáneas de las estrellas con una cuidada puesta en escena, en sus casas o en su rutina habitual, con sus familias, alrededor del estudio o en localizaciones atractivas⁷ (Dance, 2002: 92).

Por otra parte, el fotógrafo Matías Nieto plantea otra división haciendo hincapié en la forma de trabajar del fotógrafo y no en el lugar en que se ha realizado la toma, como proponía en su caso Bergala. Nieto señala una división entre las instantáneas que se toman en el rodaje y las “publicitarias”, y explica así las diferencias: “en la fotografía publicitaria puede haber más medios y tiempo disponibles y así se pueden utilizar, si es preciso, luces, cámaras de un formato superior y otros elementos. También el concepto es distinto. [...] Debería haber un concepto muy claro a la hora de hacer el trabajo por parte de la productora y los responsables de promoción. [...] Durante el rodaje el fotofija no suele disponer de todo lo que se tiene al alcance en la fotografía publicitaria. El rodaje prima sobre todo. La similitud principal es que los dos tipos están relacionados con la película, es decir que tienen que tener una relación con la historia y su realización”⁸.

Nekane Parejo advierte, siguiendo a Dubois, otro tipo de fotofijas que “aglutina fotografías como objetos directamente relacionados con el desarrollo del filme,

⁷ Tengamos en cuenta que en aquel momento el estudio controlaba totalmente la persona de la estrella y diseñaba una vida completa en torno a su figura, de ahí que fuera tan importante unir la publicidad de las películas (basadas más en la aparición de una estrella que en la propia trama) con la vida diaria de sus protagonistas.

⁸ Entrevista realizada a Matías Nieto Köning, en la revista digital *Cómo Hacer Cine*, el 5/01/2003. “Matías Nieto, fotofija”, http://www.comohacercine.com/articulo.php?id_art=42&id_cat=2. Última consulta: 9/07/2012.

normalmente como presencia justificada en el rol de agente genuino de una biografía. Las copias fotográficas servirán para otorgar solidez a una narración [...] basada en una ilusión perceptiva, es decir, la imagen cinematográfica” (Parejo, 2006:243). Son estas las fotografías que no solo forman parte del decorado de un filme, como caracterización de las personas que habitan el hogar, por ejemplo, o como elemento de atrezzo, sino que muchas veces van a ser esenciales para la trama.

Para llevar a cabo el análisis propuesto en este artículo⁹, se ha procedido a una clasificación que pudiera resultar útil para afrontar este estudio. Para ello, se ha tomado en consideración si aparecían ciertos rasgos con la finalidad de establecer categorías, a saber:

- La identificación directa de la fotografía con un plano o escena de la película.
- La correspondencia del espacio fotográfico y cinematográfico, es decir, la toma está situada en el set de rodaje.
- La presencia de elementos que se refieran al personal o material técnico del filme (quienes aparecen no son los actores).
- La presencia de Almodóvar, que no se ha considerado junto a los elementos anteriores por su predominante relevancia.
- La evidencia de la pose, que se trate de un posado exclusivamente para la toma fotográfica.
- Fotografía utilizada como atrezzo dentro de la acción del filme.

⁹ Se ha tomado como base metodológica, la propuesta de análisis de fotografía del profesor Javier Marzal Felici, realizada dentro del trabajo desarrollado por el Grupo de investigación “I.T.A.C.A-UJI”. Este trabajo fue presentado en el marco del “I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales: El análisis de la imagen fotográfica” celebrado el 13, 14 y 15 de octubre de 2004 en la Universitat Jaume I (UJI) de Castellón. También puede ser consultado *on line* en la página web www.analisisfotografia.uji.es.

La propuesta de este autor es un método de análisis bastante exhaustivo pero muy cerrado, que comprende los niveles contextual, morfológico, compositivo, enunciativo y una interpretación global del texto fotográfico, de carácter subjetivo. Es este un procedimiento analítico que pretende adoptar una perspectiva descriptiva, pero en la que inevitablemente, según indica el propio autor, afloran consideraciones de índole valorativa. Además, también contempla la dificultad de plantear una búsqueda de los mecanismos de producción de sentido de los elementos simples que conforman la imagen, sin tener una idea general acerca de la interpretación global del texto fotográfico. Por todo ello, deja claro que se debe tomar con un carácter absolutamente orientativo para que no se convierta en una suerte de “rejilla” a aplicar mecánicamente al estudio de los textos fotográficos. Así se ha empleado en este trabajo. Además, indica que es un método apropiado para el análisis y valoración de las fotografías artísticas. No es este lugar para debatir qué se puede considerar dentro de este género, pero lo cierto es que las fotografías artísticas tendrían una función estética predominante que no se puede aplicar al conjunto de imágenes objeto del estudio aquí presentado. En cuanto a la cuestión de la autoría, no se ha tenido en cuenta quién ha sido en cada caso el encargado de tomar las imágenes y no se hace distinción a priori de las tomadas por los fotógrafos Paola Ardizzoni y Emilio Pereda (<http://ardizzonipereda.wordpress.com>) de las tomadas por el propio Almodóvar.

A partir de aquí, se propone la siguiente clasificación propia:

1. Fotografía de escena, en el set. Coincide con un plano de la película o se identifica directamente con él.
2. Fotografía del set de rodaje en la que aparecen elementos y personal técnico, remite al propio rodaje o a su preparación. Adquiere una función documental secundaria que acompaña a la publicitaria.
3. Posados. Pueden ser fuera o dentro del set. La toma fotográfica está mucho más controlada, pues el fotógrafo dispone los elementos según su conveniencia. Su contenido tendrá mayor o menor relación con la película según los elementos que se utilicen (el espacio de la toma y vestuario serán los más habituales).
4. La fotografía objeto. A pesar de no tener una función publicitaria, se ha considerado dentro del objeto de estudio en esta ocasión por la especial relevancia que tiene dentro del filme.

2.2. Análisis de la fotografía fija de *Los abrazos rotos*

Se ha tomado como muestra un total de 100 fotografías, procedentes de la página web de la película, la galería de la película en la página de la distribuidora Sony Classics, el blog del diario de rodaje del director y un especial de la película publicado por el periódico *El País* en su versión digital¹⁰. En general, las principales galerías *on-line* a través de las cuales se considera que se hace mayor promoción de la película y donde se puede acceder a las fotografías directamente distribuidas bien por la productora, bien por la distribuidora. Además, se han tenido en cuenta las fotografías publicadas en el *press book*.

2.2.1. Fotografía de escena

Estas imágenes son las primeras en las que se piensa cuando se hace referencia a la fotofija de una película. Suelen ser las más numerosas, en este estudio las fotos de escena representan aproximadamente la mitad. Coinciden con un plano del filme o se va a identificar con él directamente, en ocasiones se denominan “fotogramas”.

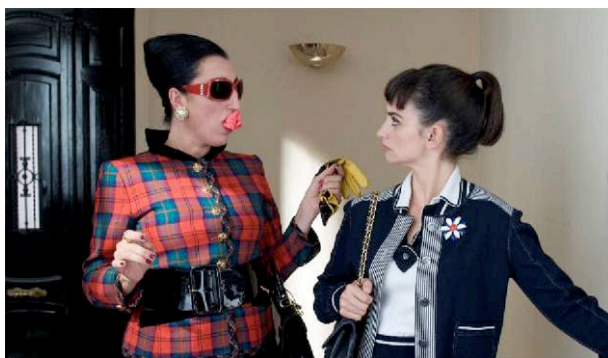
¹⁰ Galerías de imágenes: www.losabrazosrotos.com, www.sonyclassics.com/brokenembraces/main.html, www.pedroalmodovar.es y www.elpais.com/especial/pedro-almodovar.

Son instantáneas que deben ser representativas de las escenas clave para dar pequeñas pistas sobre el argumento.

Las imágenes que toma el fotógrafo, por muy similares que sean a la toma elegida por la cámara de cine, difícilmente serán idénticas ya que el fotógrafo va a hacer su propia elección de lente, tiempo de exposición, composición y encuadre. Como comenta Chion, “el fotofija tiene el difícil cometido de encontrar el punto medio entre la fotografía de pose y la instantánea, sin ser ni la una ni la otra: la primera parecería estática y la segunda podría ser ridícula por su carácter de foto ‘detenida’” (Chion, 1992: 226). Muchas veces, la foto se hace entre toma y toma del rodaje, siendo el fotógrafo quien solicita a los actores que repitan una acción en concreto. Por ello, en ocasiones, estas imágenes se van a encontrar a medio camino entre esta categoría y la que se han denominado “posados”.

Lo primero que se observa de este conjunto de imágenes es que se trata de fotografías de personajes. Esto tiene una lógica concordancia tanto con *Los abrazos rotos* como con la filmografía del director en su totalidad, pues en su obra predomina el drama sobre la acción. Son historias cuyo peso recae en los personajes y en los diálogos.

Chicas y maletas, la película que está rodando Mateo Blanco (el personaje interpretado por Lluís Homar), ese filme dentro del filme, es una comedia, contrapunto del drama que es *Los abrazos rotos*, un drama que con tintes de *thriller* e incluso de cine negro. Por lo tanto, esa duplicidad que propone Almodóvar, podría tener presencia también en la imagen fija pero ¿cómo representar la diferencia de género en las fotografías?



En este caso, es principalmente la propia expresión del personaje retratado, su capacidad como actor y la del fotógrafo al captarla, la que puede dar el matiz. Como la instantánea en la que el personaje de Rossi de Palma se come la nota,

una escena de humor absurdo, esperpéntico y surrealista [foto 1]. Sin embargo, no siempre es evidente la presencia de elementos icónicos que se conviertan en una extensión gráfica del código genérico y sean fácilmente identificables como

en películas policíacas, *western* o aventuras. ¿Qué iconos distinguirían el drama de la comedia en Almodóvar?

Almodóvar es profundamente consciente del potencial de las convenciones de género y su iconografía específica siempre desempeña un papel en sus películas, pero muchos de los elementos que explotan estas convenciones también llegan a socavarlas o combinan mecanismos que habitualmente están separados. La conciencia de los códigos de género los convierte en parodia, vuelve a contextualizarlos y los mezcla con la cultura popular. El propio Pedro Almodóvar señala que en los últimos tiempos tiene debilidad por el *thriller*, y comenta “a lo largo de mi carrera he pasado de un modo natural de la *screwball comedy-pop-con-sentimientos* al melodrama y al drama para aterrizar en el *noir*. Todo ello mezclado con música y canciones que a veces acercan mis películas al género musical”¹¹. El director manchego es, por tanto, un creador de productos híbridos.

Dice Epps que aunque no cabe duda de que el suspense, la comedia, la farsa, el sainete y el cine negro también entran en juego, casi todos los críticos coinciden [...] en que lo que predomina en el cine de Almodóvar es el melodrama. Y lo define como “un exceso de sentimiento y sentimentalismo, de emoción y emocionalismo, [...] un patetismo exagerado y falso, excesivo y artificial” (Epps, 2005: 271). Así pues es típica en su cine la imposibilidad de un análisis directo de los componentes genéricos.

En el estudio de las imágenes se ha tratado de encontrar aquellos elementos icónicos que funcionen como indicadores de género, a pesar de la hibridación de la que Almodóvar hace gala. Elementos que se suponen presentes, pues como se ha comentado, el director es conocedor de su importancia para la conexión con el público. Por otra parte, tras su larga trayectoria, ha hecho suyos ciertos rasgos estéticos (la brillantez de los colores, el rojo, los estampados, etc.) que podrían funcionar después de dieciocho películas en su haber, como iconos de un género que podría llamarse “género Almodóvar”.

En las fotografías de escena de *Los abrazos rotos*, como decimos, se podría hacer una división entre las escenas de la propia película y de *Chicas y maletas*.

11 Almodóvar, Pedro. “Gays y Escaleras”. En Pedro Almodóvar blog. www.pedroalmodovar.es/PAB_ES_07_T.asp Consulta realizada el 5 de agosto de 2008.

Esta última, adaptación de su célebre *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1987) con una estética pop, muy colorista. Este grupo de imágenes, son más cálidas y con una luz más uniforme –difusa- que el resto, con colores muy brillantes, especialmente en las instantáneas pertenecientes a la escena del salón. La presencia de los decorados nos sitúa en *Mujeres al borde de un ataque de nervios* y de la estética en general más allá de la participación de actrices que formaron parte de aquel reparto que forjó la idea de “las chicas Almodóvar”.

Por su parte, las instantáneas pertenecientes al argumento principal de la película, suelen tener mayor contraste en cuanto a las luces y dan una apariencia de espacios más cerrados, incluso un ambiente claustrofóbicos, exceptuando las tomas al aire libre, y es aquí donde ese uso de luces, nos puede recordar al cine negro, aunque será en el *press book* donde aparezcan fotografías con más clara referencia a ese género con un uso estudiado del blanco y negro, se puede apreciar ese uso de luces que crean sombras muy definidas, creando un ambiente siniestro, misterioso en imágenes como la 2.



Todas las instantáneas de este grupo y de las denominadas “fotografías del set” son en color. La obra de Almodóvar, en su conjunto, se distingue por su estética brillante y colorista, las tonalidades son exuberantes y están basadas en un esquema personal y no, en general, en la verosimilitud. No es *Los abrazos rotos* la obra en la que esta característica sea más predominante (exceptuando *Chicas y maletas*), aunque no deja de estar presente. Lo cierto es que – junto al director de fotografía- sabe acentuar la fuerza cromática y para ello se presentan unos colores muy saturados, de manera que el resultado transmite potencia, energía y plenitud. Parece lógico que estas características coloristas se vean representadas en la fotofija ya que el uso del blanco y negro, si bien presente en algunas fotografías de escena aislada como en *Matador* (1986) pero sobre todo en posados, adquiere funciones estéticas que en cierto modo, especialmente en

el caso de las fotografías de escena, limitaría ese vínculo directo de la fotografía con la película que se pretende en este caso.

Otro de los parámetros interesantes del nivel contextual es el formato, este elemento viene definido por la proporción que existe entre los lados de la imagen y condiciona su composición. En las imágenes estudiadas el horizontal es el más habitual, guardando una estrecha relación con la proyección cinematográfica en formato apaisado.

Como señala Villafañe, la ratio corta, es decir, cercana al cuadrado, es fundamentalmente descriptiva. La narración, generalmente asociada a la secuencialidad, requiere una ratio larga -cuyo lado horizontal es considerablemente mayor que el vertical- en los que sea posible crear direcciones y ritmos (Villafañe, 1992:157). Según esta apreciación, el formato que predomina es el más adecuado para crear temporalidad y, por lo tanto, para relacionar la fotofija con la película, ya que una de las claves que sobresale del medio cinematográfico frente a la fotografía es la inclusión de esa dimensión temporal que lo orienta a las áreas de la narratividad, gracias a su capacidad para “reconstruir ante los ojos del espectador el desenvolvimiento del mundo” (Carmona, 2005: 33).

Apréciase en este sentido la diferencia entre las imágenes 3 y 4, donde la primera es más narrativa y la segunda (utilizada para el cartel de la película) más expresiva.



En cuanto al nivel morfológico de nuestro análisis, el uso de los planos¹² es un elemento destacable. Medios planos, primeros planos y primerísimos primeros

¹² Nos referimos al tamaño de la figura en la imagen, siendo el tamaño del cuerpo humano en el encuadre el principio organizador de las diferentes opciones que se puede hallar. Cuanto más

planos son muy frecuentes en la fotofija de *Los abrazos rotos*. Son estos los que transmiten el drama, el sentimiento de los personajes en un momento determinado o la relación cercana de los mismos –normalmente correspondiendo a un diálogo importante de la película, o a un momento de tensión alta–. La elección de estas distancias narrativas se corresponde tanto al tipo de películas basada en los personajes y el diálogo que plantea Almodóvar como con las decisiones del director en la película. Almodóvar utiliza un cuidado tratamiento del primer plano y del plano detalle, explotando el dramatismo en los rostros de sus personajes.

En relación a los planos de profundidad espacial (superposición de las figuras del encuadre y disposición desde un ángulo determinado, perspectiva), es de resaltar la presencia de “marcos” y “ventanas”, elementos muy relacionados con el fenómeno de figura-fondo [véase fotos 5-8].

En sus películas, Almodóvar utiliza incontables veces un doble encuadre (un marco dentro del marco). Esta multiplicación de cuadros forma parte de la fragmentación que caracterizan los espacios en los que sitúa la acción. Suele reproducir dentro de la imagen el marco de la pantalla cinematográfica y la televisión, como dos verdaderas ventanas a veces, pero también como proyección, como reflejo o duplicidad, tal y como hace con los espejos. Además, abundan los planos que se sirven de la geometría de las ventanas, las puertas, las aperturas, las fotos, los cuadros, etcétera. En definitiva, es un juego de espacios que se abren o que se cierran, pero en los que se adivina que hay otros espacios que no podemos ver, más que como concepto de selección, de fuera de campo, con un concepto psicológico directamente ligado a las emociones de los personajes.

cercana es la vista del objeto o sujeto fotografiado, mayor es el grado de aproximación emotiva o intelectual del espectador hacia el motivo de la imagen, de tal modo que una escala reducida (un primerísimo primer plano o un primer plano) suele favorecer la identificación del lector; por el contrario, cuanto más general es la escala del motivo fotográfico, mayor es su distanciamiento.



En cuanto a la composición, ya que los primeros planos tienen tendencia a ofrecer composiciones cerradas y centrípetas, esta es una de las características predominantes en el conjunto de fotografías. Así, las expresiones de los rostros, acompañadas del efecto de la luz, transmiten la emoción del personaje en ese momento [fotos 9 y 10].

Lo habitual es que los centros de interés se correspondan con los rostros de los personajes, generalmente con sus ojos y son la iluminación y la nitidez los elementos utilizados para concentrar la atención en estos puntos. El centro geométrico es en ocasiones centro de interés, esto provoca imágenes de cierto estatismo, muy equilibradas, como la composición en simetría que también está muy presente en este grupo de imágenes [fotos 11 y 12]. Es una forma de transmitir la ligazón entre los personajes, esas relaciones cerradas, los triángulos amorosos, la dependencia, ya que en el argumento del filme, los personajes actúan movidos más que por características individuales, por sus relaciones y cómo estas les afectan. Esto puede explicar que, a diferencia de en otros filmes de Almodóvar donde hay una gran presencia de fotografías en las que aparece una sola persona, aquí encontremos muchas donde aparecen dos [fotos 13 y 14]. Dos como en un abrazo.



El ritmo de las imágenes lo suele marcar el eje de mirada de los personajes, en mayor medida, como en la foto 14, por ejemplo, donde se da esa alternancia continua de derecha a izquierda creando dinamismo. Pero también la postura de los cuerpos que aportan tensión a la imagen, como al crear un triángulo en la disposición de los dos personajes en la foto 3, donde la creación de profundidad con el uso de foco-fuera de foco acentúa el movimiento, o en la foto 15, donde el juego de luz y sombra y la disposición de los cuerpos en diagonal rompiendo la cuadrícula de las horizontales y verticales dominantes, aporta también dicho ritmo.



Para terminar con los elementos morfológicos, se debe profundizar en un aspecto que, como refiere Marzal, es tal vez el elemento morfológico más importante que cabe destacar en el estudio de la imagen: la luz (Marzal, 2007: 98). Todo este grupo de fotografías está iluminado artificialmente para la cámara cinematográfica. Por lo general, predomina una iluminación suave, difusa, debido al uso de filtros y difusores para la caracterización cinematográfica. Se ha optado por una iluminación clásica en la que destacan las luces laterales y de relleno, bastante equilibrada. El objetivo de la luz es, con frecuencia, iluminar los rostros y desplazar la atención hacia ellos. Aunque también aparecen imágenes con un uso más dramático de la luz, con luz dirigida o contraluces.

En cuanto a la pose, los personajes no están posando para el fotógrafo, están actuando para la toma cinematográfica (posan para otra cámara). Tal y como se ha comentado, en ocasiones, el fotógrafo solicita al actor que vuelva a interpretar un gesto con el objetivo de captar la imagen. Lo cierto es que las fotografías de escena no deben evidenciar la pose, no hay miradas a cámara, porque se trata de captar la espontaneidad como si la trama de la película fuese realidad y no ficción, como si los personajes no estuvieran representando un papel. Esta pretendida espontaneidad contrastaría con el grupo de imágenes de posados, en los que la colocación artificial de las figuras se evidencia frecuentemente con las miradas a cámara.

Atendiendo al espacio de la representación, se plantea una doble lectura ya que se sabe que son decorados preparados para la película –sean naturales o creados-, pero deben parecer reales y creíbles (por el género del film). Se utilizan tanto exteriores como interiores, espacios concretos y realistas, que estén acorde con la acción dramática de la trama. Ésta es la percepción que debe tener el receptor, pero no podemos evitar considerar que todo está ahí para la cámara de cine y una evidencia que se hace palpable en las fotografías del set.

Como ocurre con el espacio, el tiempo de una imagen es siempre una modelización de lo real, toda fotografía supone un corte del continuo temporal, una selección interesada de un momento esencial. En el mismo sentido aquí también se puede realizar una doble lectura, pues el fotógrafo ha seleccionado

un momento esencial de la película, que a su vez es otra representación temporal, más o menos realista.

El encuadre de una fotografía es el resultado de la selección de un espacio y un tiempo dados que responde a un punto de vista y a una determinada manera de mirar. En este caso, los encuadres están muy condicionados por lo que Almodóvar haya decidido para la película, no obstante, el fotógrafo hace su propia selección, como se explicaba al comienzo. Como ya se ha comentado, en las fotografías de escena las tomas se identifican directamente con un plano de la película pero no siempre – más bien nunca- es una copia exacta, por ello, se aprecia una tendencia a que en la fotofija los personajes están más próximos al espectador –el plano es más corto-, pues la cercanía a su rostro, la detección de sus expresiones, es la principal forma de acercarse a ellos, de saber lo que sienten; en cambio, en el cine, elementos como la música o los movimientos de cámara pueden conseguir esos efectos. Al igual que en las películas, se intenta que el espectador se sienta identificado con los personajes, si la fotofija pretende transmitir la esencia del film al que pertenece, también buscará esa empatía.

2.2.2. Fotografía del set de rodaje

En las fotografías del set de rodaje el espectador tiene la oportunidad de contemplar el set y lo que hay a su alrededor. Esto conlleva un destape de la construcción de la ficción fílmica en contraposición con la veracidad fotográfica, ya que estas instantáneas se sitúan en lo que consideraríamos “real”, en un contexto mucho más cercano al reportaje y a lo documental que la fotofija de escena. El tema de estas imágenes es el trabajo del rodaje de la película, más que la trama en sí, como sucedía con el grupo anterior.

La primera vez que en la fotofija de las películas de Almodóvar se encuentra alguna referencia al momento del rodaje es en una instantánea de *La flor de mi secreto*, 1995. La foto muestra un Almodóvar pensativo tras el respaldo de la silla de Marisa Paredes que ensaya antes de la toma. Se trata de la primera ocasión en que el director se sitúa dentro del espacio cinematográfico ejerciendo como tal, aunque sí había protagonizado numerosos posados. Pero no será hasta *Hable con ella*, 2001 cuando verdaderamente se encuentre una variedad de

fotografías que remite al rodaje y le dan relevancia al material y al personal técnico que participa.

En *Los abrazos rotos*, las fotografías del set son bastante significativas, aunque no tan numerosas como las de escena. Estas, tienen una vinculación más o menos directa con la trama de la película, en función de los elementos que aparecen en ellas. Destaca, ante todo, la presencia de Almodóvar en su trabajo de director de actores como figura esencial de la película.

De este modo, aparecen desde imágenes en las que simplemente aparece Almodóvar mirando a través del visor de la cámara sin ningún elemento en la composición que vincule la foto con *Los abrazos rotos*, como otras imágenes situadas en el momento de la toma cinematográfica que podrían servir de documento si se quisiera conocer cómo ha sido la técnica de iluminación o qué tipo de material técnico se ha utilizado [fotos 16 y 17].



La claqueta aparece como símbolo del rodaje por excelencia. Se vincula directamente con la escena que corresponde, ya que es el último momento que precede a una toma, todo está listo. De forma genérica, cuando se registra la claqueta se transmite la sensación de representación (la toma fotográfica) de la representación (la toma cinematográfica), debido a que la artificiosidad del cine queda de manifiesto. A través de la mano que la sujeta, el personal de rodaje se hace patente. Si se prescindiese de la claqueta, la composición correspondería a una foto de escena como se visualiza en las siguientes instantáneas pertenecientes a *La mala educación*, [fotos 18 y 19]. El momento al que remiten ambas imagen es distinto, por la inclusión de la claqueta. La número 18 se identifica más con la trama de la película por ser lo mismo que veremos proyectado en la pantalla; la 19, sin embargo, remite al rodaje y la claqueta toma protagonismo frente al actor.

En la selección de imágenes analizadas de *Los abrazos rotos*, la claqueta solo aparece en la imagen 20, pero se convierte en un elemento iconográfico importante en otras dos fotografías del grupo de escena, ya que se ha utilizado para situar la acción dentro de ese rodaje ficticio de *Chicas y Maletas* [foto 21].



Además de la claqueta, la cámara es otro de los elementos que tiene mayor relevancia en las fotografías del set y no solo esta, sino el objetivo, la lente o la cámara fotográfica aparecen en ocasiones [foto 22]. A veces, aparece vinculada al propio director, otras veces, se pone de manifiesto la artificiosidad del punto de vista elegido para la toma cinematográfica [foto 23] y, en ocasiones, se trata de mostrar el hecho de rodar en sí y el campo cinematográfico queda fuera la vista del espectador.



Uno de los aspectos que llama la atención en este conjunto de fotografías, es la presencia de pantallas en múltiples ocasiones. Almodóvar aparece en varias instantáneas contemplando el monitor en el que hace el seguimiento de la toma, pero no solo eso, sino que encontramos dos fotografías en las que el director se sitúa frente a proyecciones de la película en pantallas [fotos 24 y 25], tal y como el personaje Mateo Blanco, como su alter ego, en el filme ante la televisión en la que se emite *Chicas y Maletas*, pero sobre todo cuando abraza en el televisor el mismo beso digitalmente ampliado.

Además, se encuentra una serie de fotografías de Penélope Cruz que han sido tomadas por Pedro Almodóvar directamente de dos pantallas distintas: el monitor en el set de rodaje y en la sala de montaje¹³ [fotos 26 y 27]. Coincide por tanto con el aspecto ya comentado en las fotografías de escena con respecto a la obsesión de Almodóvar por la representación, la imagen proyectada, por el cuadro dentro del cuadro y con la propia idea de duplicidad que se desarrolla en la trama de *Los abrazos rotos*.

¹³ El montaje adquiere un papel relevante en la película ya que como el mismo Almodóvar comenta en el *press book*, en la “trama de *Los abrazos rotos* aparece dramatizada la importancia del montaje, su relación directa con el autor y la fragilidad de la obra si alguien se interpone entre el montaje y el autor. El montaje está en el origen de la narración, es la narración cinematográfica propiamente dicha”. Además, desde el punto de vista tecnológico ya que Almodóvar estrenaba un proceso de montaje en Avid que además permitía visualización de los *dailies* en HD, por lo que la calidad era mucho mayor al anterior sistema utilizado en *Volver* (Véase *Los abrazos rotos. Dailies y montaje en HD*, revista *Cameraman*. Consultado el 15 de julio de 2012, www.cameraman.es/detalleNoticia.php?codigo=255).



A modo de resumen, podemos subrayar que en las fotos del set destacan los siguientes aspectos: hay menos homogeneidad en cuanto al estilo de las imágenes en comparación a las fotografías de escena. No hay tanto predominio del primer plano como en las anteriores y en general, son composiciones menos cuidadas. No se intenta ocultar la artificialidad de la puesta en escena, manifiesta por la presencia de los focos y los materiales técnicos del rodaje.

Al igual que en las fotografías de escena, todas las instantáneas son en color, pero no destaca de la misma forma de la que se venía hablando hasta ahora, ya que este no adquiere un valor expresivo, como significación o como creación de contrastes y tensión, tal y como se apreció en el apartado anterior.

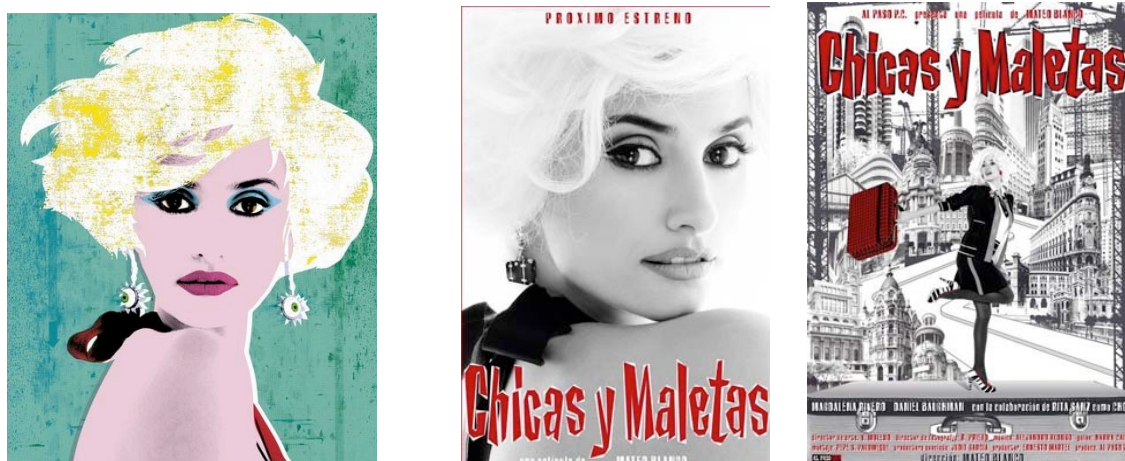
2.2.3. Posados

En oposición a las fotografías de los apartados anteriores, en este grupo la puesta en escena se prepara para la toma fotográfica. Así pues, estas imágenes carecen de la instantaneidad de la fotografía de escena y, sobre todo, de la del set de rodaje. En estos posados fotográficos, las actrices y actores tienen un rol más cercano a su persona que al papel que interpretan como sucedía en las fotografías de escena. Lo cual no quiere decir que no se esté requiriendo algún tipo de interpretación que vincule la imagen al filme, eso no solo se consigue con

la pose, sino también con todos y cada uno de los elementos que forman parte de una composición y, en este caso, especialmente con el vestuario y la caracterización.

A diferencia de otras películas como *Volver*, 2008, cuando se publican una serie de posados tanto dentro como fuera del set, con gran variedad de fotografías que iban desde las que tenían una vinculación directa con la película hasta otras que se desligaban completamente del espacio-tiempo filmico; en *Los abrazos rotos* se encuentran pocas imágenes de este tipo, mas que una serie de imágenes que aparecen en el *press book*, en el que se incluyen también fotografías de escena y del set.

Destaca en primer lugar, los utilizados para los carteles que *Chicas y Maletas* [fotos 29 y 30], que contrastan enormemente con los carteles de *Los abrazos rotos*. Podrían remitir a una comedia romántica, incluso a un musical el segundo, pero no al drama/thriller/noir de *Los abrazos rotos*. En escala de grises y con letras rojas y con una Penélope Cruz cuyo personaje no se parece al que ilustra el cartel de *Los abrazos rotos*, cuyo *look* fue bastante difundido antes de la presentación de la película, una imagen muy distinta a la que el público está acostumbrado a ver de ella, inocente y glamorosa rubia, que recuerda a una Marilyn Monroe modernizada, algo pop (véase la imagen coloreada, 28) , y que en nada se parecía a Raimunda, a la que había dado vida en *Volver*, su anterior película con Almodóvar.



En este conjunto de fotografías del *press book* aparecen los retratos de los actores [fotos 31-34], en blanco y negro y con una puesta en escena cuidada, luz

estudiada y en formato vertical. Remiten en mayor o menor medida al filme, en este caso por su caracterización, como es el caso de la de Penélope Cruz frente a la de José Luis Gómez, cuya imagen es la que más se desliga de la trama.



Generalmente, el posado lo evidencia la mirada a cámara y la pose y muchas veces los elementos de unión con la película se eliminan casi por completo. Se utilizan pocos elementos para el decorado y los fondos suelen ser neutros, se prima la presencia de los personajes que son colocados cuidadosamente en el encuadre.

En contraste con las anteriores imágenes, clasificamos también en este grupo otras fotografías con una toma mucho más espontánea, en las que la pose la revela la mirada a cámara, fotografías que pertenecen a las tomadas por el propio director y que han sido difundidas en su página personal. La función de promoción la adquieren al ser interesante la propia visión del director, por lo tanto, es por esa relación con Almodóvar como marca y el interés que despierta que sea él quien dispara, no porque él se haga presente a través de la imagen como en las fotografías del set y no son utilizadas por la productora o la distribuidora para publicitar el filme. Nos referimos a una serie de fotografías de las pruebas de maquillaje y vestuario [fotos 35 y 36].



2.2.4. Fotografías-objeto

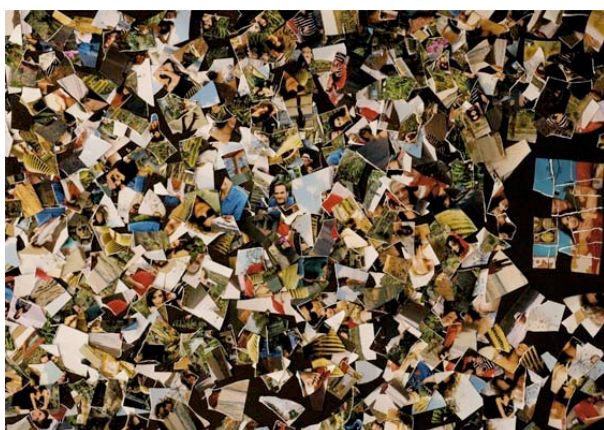
A pesar de que estas imágenes no poseen una función publicitaria ni de registro del rodaje, parece oportuno en esta ocasión tener en cuenta esta categoría. No solo como objeto, como se exponía anteriormente, sino por la existencia de una fotografía que, según Almodóvar, le inspiró *Los abrazos rotos*. Es por ello que esta imagen ha sido difundida y utilizada también como atrezzo. A su vez, aparecen otras fotografías de escena que remiten directamente a ella [foto 38).



Se trata de “El beso de la playa del golfo” [foto 37], de la que cuenta el director: “es una vista general de la playa de El Golfo, hecha a muy poca velocidad, por eso las olas parecen pintadas más que fotografiadas, en primer término hay una roca color burdeos profundo, desde donde se abarca el mejor panorama de la playa [...]. Lo que más me impactó de la fotografía además de su oscura belleza, fue descubrir en la base a una pareja abrazándose. Cuando hice la foto atardecía, el plano era muy amplio y no vi a la pareja. De hecho hay que fijarse mucho,

porque dentro de la inmensidad de la playa negra, a primera vista no se advierte su presencia. Pensé que el paisaje fotográfico entrañaba un secreto, que ni siquiera la pareja fotografiada conocía. Un secreto que probablemente fuera una amenaza para ellos”¹⁴. En la película, Lena y Mateo se abrazan contemplando esta misma playa, ellos no los ven, pero abajo, hay otra pareja abrazada, como la de la foto original. Mateo toma una fotografía desde el mismo lugar desde donde la tomó el director y tampoco descubre a la pareja, tal y como hizo Almodóvar, hasta que la imprime; toma la foto y la pincha en el bungalow donde él y Lena se refugian.

Almodóvar reproduce así, a modo de homenaje fortuito, la relación del fotógrafo con su obra planteada por Antonioni en *Blow up*, 1966; donde la fotografía impresa revela nuevos significados que habían quedado fuera de la mirada del fotógrafo y, en cambio, son captados por el objetivo de la cámara. Almodóvar se encuentra así experimentando esa “inquietud” de la que hablan Parejo y Mancebo al exponer el concepto de “distancia fotográfica” como “la separación entre lo que se apreció al apretar el disparador y lo que se constató al visionar la obra” (Parejo y Mancebo: 2007, 165-172). Casualmente o no, en un filme que habla del cine, concebido como homenaje al cine, Almodóvar se encuentra frente a frente al cineasta italiano en otro de los juegos de duplicidades¹⁵ que se presentan en *Los abrazos rotos*.



Por otra parte, aparecen otras fotografías-objeto en las imágenes que promocionan la película, en concreto en la primera página interior del *press book* y se utiliza como fondo en la web de Sony Classics [foto 39]. Es un mosaico de fotografías rotas, de las que llama la atención especialmente la de la derecha, una foto que remite al momento en que

¹⁴ Lanzarote, la isla quemada, en www.pedroalmodovar.es.

¹⁵ Ente las claves sobre la película que Almodóvar escribe en el *Press book* se haya un texto sobre la duplicación, como uno de los elementos que conducen el filme (<http://www.losabrazosrotos.com/pressbook.php>): “El ‘doble’ es una de las señas de identidad de *Los abrazos rotos*. El “doble” no entendido como término moral, (“ambigüedad”, “duplicidad”), sino como “duplicación, repetición o ampliación”.

Lena y Mateo se abrazan en el sofá y que aparece en la foto 15. Por lo tanto, vemos como en este caso, la fotografía-objeto se relaciona con la fotografía de escena y adquiere nuevas cualidades de interrelación e intertextualidad, más allá de su función de atrezzo y más allá de su función publicitaria.

3. Conclusiones

En las categorías de fotofija definidas, se aprecian diferencias sustanciales. En primer lugar, en las fotografías de escena, toda la iluminación, el color, la puesta en escena, en definitiva, está en relación directa con la toma cinematográfica, se ha adecuado para estar al servicio de la atmósfera que se quiere representar en esa escena del film a la que se refiere la fotografía. En ellas, destaca ante todo el uso de planos cortos y de la disposición de distintos elementos con el objetivo de destacar los rostros (iluminación, nitidez, etc.), con ello se logra que los personajes adquieran relevancia, y que el diálogo se haga presente en las fotografías.

Es en este grupo donde mejor se puede relacionar la fotografía con los rasgos estilísticos de la película o del conjunto de la obra de Almodóvar. El predominio del diálogo sobre la acción, la tendencia al uso de planos cortos o el uso de motivos recurrentes como la geometrización del espacio, los marcos, los decorados de diseño o el color rojo también están muy presentes en la fotografía de escena.

También su insistencia en la comida (Allison, 2003: 55) aparece reflejada en varias fotografías, tanto en el grupo de escena como en el del set. Penélope Cruz cortando tomates para gazpacho (que aparece también en *Mujeres al borde de un ataque de nervios*) en una escena de *Chicas y Maletas*, Lena pelando fruta, un lienzo con manzanas tras un abrazo por la espalda que le da Ernesto Martel; Lena y Ernesto enfrentados ante la mesa puesta... En muchas escenas a lo largo de su filmografía la comida juega un importante papel, los personajes se sientan alrededor de una mesa camilla como en *Volver* y ya en *Pepi, Luci, Bom... (1980)* Pepi prepara bacalao al pil-pil o en *La flor de mi secreto (1995)* Rosa está obcecada en preparar la comida.

Otro elemento recurrente, la televisión (Allison, 2003: 72), también está representada en la fotografía fija de *Los abrazos rotos*. Almodóvar la suele usar como parodia, con un cierto espíritu crítico. En *Kika* (1993), idea el programa “Hay que leer más” cuya conductora es la propia madre del director quien también había interpretado a una presentadora de noticias en *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1987). En *Hable con ella* (2002), se parodia un programa de entrevistas, llevado a cabo por una Loles León algo descarada que intenta sonsacarle a Lydia (Rosario Flores) detalles íntimos sobre su vida o en *Volver* donde Agustina (Blanca Portillo) acude a un *reallity show*. Es cierto que en *Los abrazos rotos*, la relación de Mateo Blanco con este medio es distinta, pero no deja de ser significativa su presencia tanto en el filme como en las imágenes escogidas para promocionarlo¹⁶.

Las fotografías del set de rodaje reflejan el ambiente del trabajo. Aparece el equipo técnico y elementos como los focos, la claqueta o la cámara adquieren protagonismo. La composición no está tan cuidada como en las de escena, aquí es donde se aprecia la mayor instantaneidad de la imagen y son las que tienen mayor relación con la realidad y no con la ficción del film. Este grupo de imágenes tienen una función referencial, es decir, aluden al contexto, el entorno. Se descubre en ellas un valor de documento, toda la fotofija tiene el objetivo de promocionar la película, pero en éstas se da, además, una función informativa ya que quedan reflejadas las rutinas de trabajo, los materiales que se utilizan, etc.

El que elementos del rodaje aparezcan representados en la fotofija, incluyendo las fotografías del set, también tiene su sentido en relación con la propia filmografía de Almodóvar. Ya en *¿Qué he hecho yo para merecer esto!* (1984), se comienza con un plano en el que está representado el equipo y el material de rodaje y escuchamos al director dando instrucciones a la actriz Carmen Maura. En *Átame* (1989), es el proceso de creación de una película lo que se descubre en las primeras secuencias que muestran el rodaje de un film de terror (Seguin, 2005: 271). Y, por supuesto, en *Los abrazos rotos*, donde vuelve a mostrar un rodaje de una película, además de girar la trama en torno al mundo del cine, de

¹⁶ Para profundizar en la relación del cine de Almodóvar y la televisión, véase el artículo GÓMEZ, A., (2012). El modelo de televisión en Pedro Almodóvar. Cine vs. televisión, en *Fonseca, Journal of Communication*, n.4, pp. 60-81.

ser esta película como él mismo apunta “una declaración explícita de amor por el cine, no en una secuencia específica sino a lo largo de toda una película” (Sotinel, 2010: 95). Se constata, por tanto, que Almodóvar insiste en desvelar los mecanismos de la representación, advirtiéndole al espectador que lo que va a ver es puro teatro, por lo tanto, la abundancia de imágenes sobre el “cómo se rodó” tiene que ver con ese deseo de jugar a mezclar lo real y lo ficticio.

La misma situación se da con la presencia del director en las fotografías, es susceptible de relacionarse con su tendencia a reservarse un papel para sí mismo en algunas películas. En *Pepi, Luci, Bom... (1980)*, es el presentador del concurso “Erecciones generales” o en *¿Qué he hecho yo para merecer esto! (1984)* interpreta en televisión la canción “La bien pagá”. De igual manera, se hace protagonista en las fotografías, lo cual evidencia que a través de ellas el director también se eleva como imagen de su propia marca.

Es en los posados donde se tiene un mayor control de los elementos al servicio de la toma fotográfica y donde se planea la composición más cuidadosamente, es aquí donde mejor se puede evidenciar el “estilo del fotógrafo”. Estas instantáneas adquieren la función conativa – expresiva propia de la fotografía de moda, manifiesta la implicación del destinatario en el discurso, y ésta será mayor si el modelo mira a cámara, lo cual es muy habitual en las imágenes estudiadas.

En el caso de la fotofija de *Los abrazos rotos* son las fotografías de escena y del set las que tienen mayor relevancia y los posados quedan en un segundo lugar, a pesar de que en su anterior película, *Volver*, los posados habían sido muy comunes y encontrábamos gran cantidad y variedad de ellos. Este hecho puede tener que ver con que en la promoción de *Volver* se hizo un gran hincapié a la vuelta de “las chicas Almodóvar” y al reencuentro de Carmen Maura con el director, interrumpido durante años. Además, el premio a mejor interpretación femenina colectivo otorgado al reparto en el Festival de Cannes de 2006 y la buena crítica que obtuvo la película supuso un éxito no comparable a la mediana aceptación que ha recibido *Los abrazos rotos* en general.

Finalmente, el uso de la fotografía como objeto, evidencia la propia relación de Almodóvar con la fotografía, quien en numerosas ocasiones ha manifestado su pasión por captar imágenes con su cámara. En 2002, Fnac España y El Deseo,

publican un libro con las imágenes que el director fotografía en el rodaje de *Hable con ella* y en 2011, se publica en la editorial Taschen *Los archivos de Pedro Almodóvar*, una monografía con imágenes de su archivo, muchas realizadas por él mismo. Por ello, no es sorprendente que *Los abrazos rotos* nazca de una de estas instantáneas, un paisaje oscuro en el que una pareja que se abraza pasa casi desapercibida.

Referencias Bibliográficas

- ALLISON, M., (2003). *Un laberinto español, las películas de Pedro Almodóvar*. Madrid: Ocho y medio.
- ALMODÓVAR, P., *Gays y Escaleras*. En www.pedroalmodovar.es/PAB_ES_07_T.asp. Consultado el 13/07/12.
- ALMODÓVAR, P., *Lanzarote, la isla quemada*. En www.pedroalmodovar.es/PAB_ES_04_T.asp. Consultado el 13/07/12.
- AMIGUET, E., J.M., (2000). *El concepto de marca en la comunicación audiovisual y publicitaria del cine. Un estudio de los indicadores de marca en el caso Almodóvar*. Madrid: Universidad Complutense, Inédita.
- BERGALA, A., (1995). *Magnum cinema, photographs from 50 years of movie-making*. Michigan: Phaidon.
- BOQUERINI, (1989). *Pedro Almodóvar*. Madrid: Ediciones JC.
- CARMONA, R., (2005). *Cómo se comenta un texto filmico*, Madrid: Cátedra.
- CUEVAS, A., (1976). *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de película*. Madrid: Antonio Cuevas.
- DANCE, R. y ROBERTSON, B., (2002). *Ruth Harriet Louise and Hollywood Glamour Photography*. Los Ángeles: University of California Press.
- EPPS, B.,S., (2005). Entre la efusividad multicolor y la desaparición monocromática: melodrama, pornografía y abstracción en *Hable con ella*. En: *Almodóvar: el cine como pasión. Actas del Congreso Internacional Pedro Almodóvar*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, pp. 269- 286.
- GÓMEZ GÓMEZ, A., (2012). El modelo de televisión en Pedro Almodóvar. Cine vs. televisión, en *Fonseca, Journal of Communication*, n.4, pp. 60-81.
- HOLGUÍN, A., (1994). *Pedro Almodóvar*. Madrid: Cátedra.
- JACOSTE, J., (1996). *El productor cinematográfico*. Madrid: Síntesis.
- “Los abrazos rotos. Dailies y montaje en HD”. En *Cameraman*. www.cameraman.es/detalleNoticia.php?codigo=255 Consultado el 15 de julio de 2012

- “Matías Nieto, fotofija”. En *Cómo Hacer Cine*, 5/01/2003. www.comohacercine.com/articulo.php?id_art=42&id_cat=2. Consultado el 9/07/2012.
- ONAINDIA, M., (1996). *El guión clásico de Hollywood*. Barcelona: Paidós.
- PAREJO JIMÉNEZ, N., (2006). *La presencia de la fotografía en el cine. ¿Savia Nutricia? El lugar del realismo en el cine*. Córdoba: Junta de Andalucía. p. 241 – 246.
- PAREJO, N. y MANCEBO, N., (2007). La distancia fotográfica. En: [*Quintas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología*](#): [celebradas durante los días 3, 4 y 5 de julio de 2006]. Madrid. pp. 165-172.
- POLIMENI, C., (2004). *Pedro Almodóvar y el kitsch español*. Madrid: Campo de ideas.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R., (1997) *El cartel de cine. Arte y publicidad*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SEGUIN, J. (2005). El espacio-cuerpo en el cine: Pedro Almodóvar o la modificación. En: *Almodóvar: el cine como pasión. Actas del Congreso Internacional Pedro Almodóvar*. Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, pp. 229-242.
- SMITH, P. J., (2005). La estética Almodóvar. En: *Almodóvar: el cine como pasión. Actas del Congreso Internacional Pedro Almodóvar*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, pp. 141-193.
- SOTINEL, T., (2010). *Pedro Almodóvar. Masters of Cinema*. París: Cahiers du Cinema.
- VILLAFAÑE, J., (1992). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.