

Bigger and Unique

A partir del póster PREMIÄR. *Cuadro, luz in crescendo* de IKEA, tomo una fotografía de este, iluminando el póster con dos paneles de luz fluorescente ("luz día"), cuyo encuadre muestra el equipo de iluminación.

La fotografía formato póster, de dimensiones: 200x140 cm y de edición masiva será ampliada en una copia única y en un formato más grande según un factor de magnificación 2,8, obteniendo una imagen impresa donde la mancha de imagen mide 260x182 cm y la copia 360x500 cm.

En la imagen original, la luz natural viene a la contra y genera el efecto de estar saliendo del póster para llegar al espectador. La iluminación de estudio recrea un diálogo luz natural-luz artificial (esta última emula la calidad y temperatura de color de la luz día) con unas direcciones en un principio chocantes. La luz de estudio se mete en la imagen, sin embargo al reflejarse en la superficie de la copia fotográfica original el resultado es aditivo, magnificando en la fotografía resultante el destello presente en la representación fotográfica inicial.

Bigger and Unique es pues una obra metafotográfica y postfotográfica, en un *cover* de una fotografía "original" y de sus propiedades representativas de la realidad. Entendiendo la representación como una modelización de lo real y la fotografía como una operación de recorte del *continuum espacial*, el acto de fotografiar significa siempre una elección, consciente o inconsciente por parte del fotógrafo. Aquello que denominamos realidad (la materia referencial "real" con la que trabaja la fotografía) no es sino un "corta y pega" constante de una parcialidad de la misma, encuadres generadores de nuevas realidades (ver vídeo *Doraemon* en el apartado de referencias :). El propio concepto de realidad en fotografía es subjetivo (depende absolutamente del punto de vista y criterio del sujeto que fotografía) y se rige por las normas ópticas de una "objetividad" que sólo responde al paso de la luz reflejada desde el referente a través del objetivo, la lente de la cámara.

El encuadre escogido vive siempre en constante tensión con el fuera de campo, pero lo hace de una forma no tácita, no visible. Y en esta obra fotográfica precisamente este vínculo se formaliza dándole entidad a los elementos que viven fuera de un encuadramiento esperado. La imagen nace de la idea reprográfica de una obra. La fotografía sirve y ha servido comúnmente como "mecanismo reproductivo de". Las obras de arte pictóricas son fotografiadas para los catálogos de arte, para webs del sector, con luz (normalmente UV) a 45° para evitar reflejos indeseados y conservar en la reproducción la saturación de la gama cromática de la obra original.

La fotografía ha devenido, aceptadas y asimiladas todas sus acepciones (copia, símbolo, índice...), una magnífica herramienta reproductiva de todo tipo de realidades, referentes no moldeados, lo que llamamos la realidad, así como de imágenes 2D o 3D ya conformadas, representadas.

Philippe Dubois, uno de los teóricos de la imagen que ha aportado clarividentes reflexiones al respecto de la idea de la fotografía, propone una definición de fotografía *"como una tajada única y singular de espacio-tiempo, literalmente cortada en vivo"*. -1-

Y analizando el espacio fotográfico, a diferencia del espacio pictórico, Dubois recalca que el fotográfico es un espacio que no está dado y que no se construye. El espacio fotográfico es un espacio a tomar, una selección y sustracción que opera en bloque. *"Dicho de otra forma, más allá de toda intención o de todo efecto de composición, el fotógrafo, de entrada, siempre corta, da un tajo, hiere lo visible. Cada vista, cada toma es ineluctablemente un golpe de hacha que retiene un trozo de real y excluye, rechaza, despoja el entorno (el fuera-de-marco, el fuera-de-campo,...). Sin duda, toda la violencia (y la depredación) del acto fotográfico procede en lo esencial de este gesto de cut"*. -2-

Bigger and Unique representa pues la idea de un recorte caprichosamente más abierto de lo compositivamente presupuesto.

El campo fotográfico conforma ineludiblemente el espacio representado de la imagen. Sucede, claro, que de la comprensión e interpretación del campo visual presupondremos siempre la existencia de un fuera de campo, una realidad no escogida que, con una relación de vecindad con la imagen fotográfica, sustenta la imagen.

El paradigma de representación clásico de la imagen busca ocultar cualquier huella que nos lleve a conectar con una naturaleza artificial, construida, de la imagen. Se trata pues de borrar pistas de la fragmentación visual y de la discontinuidad de la imagen en relación con “la realidad”, para generar precisamente la impresión de realidad. Esta bipolaridad normalmente no resaltada de una forma explícita en la imagen (si bien es cierto que comúnmente hay indicios, sombras que entran de “fuera” a dentro de la imagen... que señalan hacia el fuera de campo) es subrayada en *Bigger and Unique*.

Si analizamos la profundidad de la fotografía que conforma esta obra nos daremos cuenta que retrata la viva imagen de la composición clasicista, que dehye de barroquismos de la profundidad (espacial).

La propiedad bidimensional de la fotografía, resolución de infinitos planos de realidad imaginarios que conforman la realidad 3D en 1 de solo, el fotográfico, siempre ha representado su activo y su hándicap. Una “buena” fotografía debe describir bien el valor perspectivo presente en la realidad tomada. La profundidad de campo es pues el valor fotográfico que consigue modular la impresión de la profundidad del espacio en el contenedor plano de la imagen fotográfica.

Bigger and Unique incide en destacar también la idea de bidimensionalidad del medio fotográfico y la relación con el efecto perspectivo. Como en una *matrioska* la pieza contiene de nuevo otra pieza de representación (esta con valores perspectivos pero que en esencia, haciendo referencia al medio, es pura bidimensionalidad).

El universo simbólico IKEA me conduce inevitablemente al concepto de “habitabilidad” de una imagen. En función de un menor o mayor grado de abstracción en la imagen, el espacio representado será más o menos habitable por el espectador. La habitabilidad hace referencia pues al tipo de implicación que la representación fotográfica promueve en el espectador cuando este se enfrenta a su lectura.

Hay imágenes en las cuales el espacio fotografiado nos sugiere identificación y nos invitan a su lectura visual. Sucede en imágenes concretas, nada abstractas. La hiperrealidad de *Bigger and Unique* invita al espectador a entrar en una imagen en la cual se pueda sentir “como en casa” :).

El espacio simbólico, aquel que representa una realidad transformada (no indicial, no huella, para con lo real) es aniquilado en esta pieza. En *Bigger and Unique* lo real es indicado a toda costa en la fotografía del póster referencial, mientras que el propio acto (fotográfico) artístico, retratado en mi pieza, indica a todas luces el entorno presente que convive con la fotografía

Santos Zunzunegui señala, a propósito de la fotografía de paisaje, que un paisaje será indicial “cuando predomine en él su dimensión constativa”, mientras que un paisaje fotográfico será considerado “simbolista o simbólico”, “en la medida en que lo fundamental de su estrategia significativa ponga lo visible al servicio de lo no visible”-3-

Si en algunos fotógrafos como David Kinsey o Timothy O'Sullivan la fotografía de paisaje tiene un valor testimonial, en Ansel Adams todo el trabajo parece dirigirse “hacia la construcción de una visión sustancialmente estética del mundo y de las cosas”. En Adams la poética indicialista es reemplazada “por un trabajado juego lumínico que tiende puentes entre la cascada, el río y el arco iris, construyendo una dramática sensibilidad emotiva ante la luz”. -4-

Encontramos que si en los inicios de la fotografía se tendía a mirar hacia sistemas de representación pasados, hacia la pintura, negándole (o no atribuyéndole al medio fotográfico su valor propio como medio artístico), en la posmodernidad actual se repite la misma historia, pues la imagen original está impresa en lona que imita el lienzo pictórico y montado en bastidor.

El paisaje "AnselAdamista" de PREMIÀR. *Cuadro, luz in crescendo* convive con mi acercamiento fotográfico, nada pictorialista, puro testimonio.

La pieza fotográfica resultante, esta objetivización del acto fotográfico, incide en el concepto de la seriación de una obra, muy determinante del precio y valúa de la misma. *Bigger and Unique* (de precio original 99€) sale a la venta en una copia 1/1 y dimensiones magnificadas a 260x182 cm, con un precio abierto a la puja, a la subasta. El potencial comprador final, encarnando la idea de "mercado", decidirá pues el valor de esta fotografía única y de grandes dimensiones.

La democratización del diseño industrial, así como de la imagen, ofrecida por los sistemas de reproducción en serie ha propiciado una sensibilidad mayoritaria hacia valores estéticos y funcionales. Si la adquisición de una obra fotográfica no es, a priori, un fenómeno masivo de consumo, el producto visual representa una buena elección para la cultura de la modernidad líquida -5-. La libertad individual de elección que nos facilita esta modernidad del cambio está concebida para ser en realidad una necesidad. Un oxímoron de estos tiempos líquidos en los que, como se citaba en la película *El Gatopardo*, "todo cambia para que nada cambie". El consumo es la fuerza que gobierna la sociedad. Se cambia constantemente de necesidades, se generan nuevas y traslada la sensación de una insatisfacción constante para la permanencia así del consumismo.

La cultura promovida por las dinámicas capitalistas es pues una cultura del entretenimiento fugaz. Todo vale circunstancialmente. Así mismo, el producto cultural cuando más caduco mejor para el sistema.

En la "sociedad de la imagen" nos damos cuenta que paradójicamente escasea una cultura de la misma. Saturados de imágenes siempre renovadas, el dinamismo de los mecanismos de información y relacionales de hoy en día nos sumen en la ignorancia propiciada por la fugacidad de nuestros días.

Bigger and Unique reivindica "lo sólido", aquello que persiste. Si la fotografía original está dispuesta a contentar (nunca por completo) a un gran número de sujetos y con un precio que facilita el cambio, a mover la rueda del consumo, en *Bigger and Unique* sucede que la imagen va dirigida a un único comprador (instruido en lo referente al hecho visual) y su valor corresponde con el de una obra de arte única.

La tensión irónica resultante de traducir la seriación en una pieza exclusiva y de generar valor en la misma, conecta con la idea de una cultura omnívora, donde un mismo individuo aprecia del mismo modo una manifestación cultural masiva como otra de corte más elevado. En un mismo plano conceptual se mezcla un *input* de la cultura popular con un trabajo artístico que busca enmarcar la pieza resultante en un circuito propio (el del arte).

En el flirteo del consumo cultural, esta obra fotográfica busca (también) la seducción del espectador y del comprador. Inscrito en una lógica del absurdo, *Bigger and Unique* trata de seducir mediante la provocación de contrarios: seriado versus único, y sí, para la enfatización del mensaje se opta por una magnificación.

Lo único, si grande, dos veces bueno.

-1- y -2- :Philippe Dubois. *El Acto Fotográfico*. (p. 141 y p. 158).

-3- y -4- : "Las formas del paisaje. Para una cartografía de la foto de paisaje" en *Paisajes de la forma*. Ejercicios de análisis de la imagen. Madrid: Cátedra, 1994. (p. 145 y p. 152).

-5-: Zygmunt Bauman. *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. (Pág 18)