

Bigger and Unique

A partir del pòster PREMIÄR. *Quadre, llum in crescendo* d'IKEA, prenc una fotografia d'aquest, il·luminant el pòster amb dos panells de llum fluorescent ("llum dia"), l'enquadrament de la qual mostra l'equip d'il·luminació.

La fotografia format pòster, de dimensions: 200x140 cm i d'edició massiva serà ampliada en una còpia única i en un format més gran segons un factor de magnificació 2,8, obtenint una imatge impresa on la taca d'imatge mesura 260x182 cm i la còpia 360x500 cm.

A la imatge original, la llum natural ve a la contra i genera l'efecte d'estar sortint del pòster per arribar a l'espectador. La il·luminació d'estudi recrea un diàleg llum natural-llum artificial (aquesta última emula la qualitat i temperatura de color de la llum dia) amb unes direccions en un principi xocants. La llum d'estudi es fica a la imatge, no obstant al reflectir-se a la superfície de la còpia fotogràfica original el resultat és additiu, magnificant a la fotografia resultant el centelleig present a la representació fotogràfica inicial.

Bigger and Unique és doncs una obra meta-fotogràfica i post-fotogràfica, en un "cover" d'una fotografia "original" i de les seves propietats representatives de la realitat.

Entenent la representació com una modelització del real i la fotografia com una operació de retallada del *continuum* espacial, l'acte de fotografiar significa sempre una elecció, conscient o inconscient per part del fotògraf. Allò que denominem realitat (la matèria referencial "real" amb la qual treballa la fotografia) no és sinó un "talla i enganxa" constant d'una parcialitat de la mateixa, enquadraments generadors de noves realitats (veure vídeo Doraemon en l'apartat de referències :). El propi concepte de realitat en fotografia és subjectiu (depèn absolutament del punt de vista i criteri del subjecte que fotografia) i es regeix per les normes òptiques d'una "objectivitat" que només respon al pas de la llum reflectida des del referent a través de l'objectiu, la lent de la càmera.

L'enquadrament escollit viu sempre en constant tensió amb el fora de camp, però ho fa d'una forma no tàcita, no visible. I en aquesta obra fotogràfica precisament aquest vincle es formalitza donant-li entitat als elements que viuen fora d'un enquadrament esperat. La imatge neix de la idea reprogràfica d'una obra. La fotografia serveix i ha servit comunament com a "mecanisme reproductiu de". Les obres d'art pictòriques són fotografiades per als catàlegs d'art, per a webs del sector, amb llum (normalment UV) a 45° per evitar reflexos indesitjats i conservar en la reproducció la saturació de la gamma cromàtica de l'obra original.

La fotografia ha esdevingut, acceptades i assimilades totes les seves accepcions (còpia, símbol, índex...), una magnífica eina reproductiva de tot tipus de realitats, referents no modelats, el que anomenem realitat, així com d'imatges 2D o 3D ja conformades, representades.

Philippe Dubois, un dels teòrics de la imatge que ha aportat clarificants reflexions referent a la idea de la fotografia, proposa una definició de fotografia "*com una tallada única i singular d'espai-temps, literalment tallada en viu*". -1-

I analitzant l'espai fotogràfic, a diferència de l'espai pictòric, Dubois recalca que el fotogràfic és un espai que no està donat i que no es construeix. L'espai fotogràfic és un espai a prendre, una selecció i substracció que opera en bloc. "*Dit d'una altra forma, més enllà de tota intenció o de tot efecte de composició, el fotògraf, d'entrada, sempre talla, d'un tall, fereix el visible. Cada vista, cada presa és ineluctablement un cop de destrall que reté un tros de real i exclou, rebutja, despulla l'entorn (el fora-de-marc, el fora-de-camp,...). Sens dubte, tota la violència (i la depredació) de l'acte fotogràfic procedeix en l'essencial d'aquest gest de cut*". -2-

Bigger and Unique representa doncs la idea d'una retallada capritxosament més oberta d'allò compositivament pressuposat.

El camp fotogràfic conforma ineludiblement l'espai representat de la imatge. Succeeix, clar, que de la compressió i interpretació del camp visual pressuposarem sempre l'existència d'un fora de camp, una realitat no escollida que, amb una relació de veïnatge amb la imatge fotogràfica, sustenta la imatge.

El paradigma de representació clàssic de la imatge busca ocultar qualsevol petjada que ens porti a connectar amb una naturalesa artificial, construïda, de la imatge. Es tracta doncs d'esborrar pistes de la fragmentació visual i de la discontinuïtat de la imatge en relació amb "la realitat", per generar precisament la impressió de realitat. Aquesta bipolaritat normalment no ressaltada d'una forma explícita a la imatge (si bé és cert que comunament hi ha indicis, ombres que entren de "fora" a dins de la imatge... que assenyalen cap al fora de camp) és subratllada a *Bigger and Unique*.

Si analitzem la profunditat de la fotografia que conforma aquesta obra ens adonarem que retrata la viva imatge de la composició classicista, que defuig de barroquismes de la profunditat (espacial).

La propietat bidimensional de la fotografia, resolució d'infinits plans de realitat imaginaris que conformen la realitat 3D en 1 de sol, el fotogràfic, sempre ha representat el seu actiu i el seu handicap. Una "bona" fotografia ha de descriure bé el valor perspectiu present en la realitat presa. La profunditat de camp és doncs el valor fotogràfic que aconseguen modular la impressió de la profunditat de l'espai en el contenidor pla de la imatge fotogràfica. *Bigger and Unique* incideix a destacar també la idea de bidimensionalitat del mitjà fotogràfic i la relació amb l'efecte perspectiu. Com en una *matrioska* la peça conté de nou una altra peça de representació (aquesta amb valors perspectius però que en essència, fent referència al mitjà, és pura bidimensionalitat).

L'univers simbòlic IKEA em condueix inevitablement al concepte d' "habitabilitat" d'una imatge. En funció d'un menor o major grau d'abstracció en la imatge, l'espai representat serà més o menys habitable per l'espectador. L'habitabilitat fa referència doncs al tipus d'implicació que la representació fotogràfica promou en l'espectador quan aquest s'enfronta a la seva lectura.

Hi ha imatges el les quals l'espai fotografiat ens suggereix identificació i ens conviden a la seva lectura visual. Succeeix en imatges concretes, gens abstractes. La hiperrealitat de *Bigger and Unique* convida a l'espectador a entrar a una imatge en la qual es pugui sentir "com a casa" :).

L'espai simbòlic, aquell que representa una realitat transformada (no indicial, no petjada, envers el real) és aniquilat en aquesta peça. A *Bigger and Unique* el real és indicat costi el que costi a la fotografia del pòster referencial, mentre que el propi acte (fotogràfic) artístic, retratat a la meua peça, indica sens dubte l'entorn present que conviu amb la fotografia

Santos Zunzunegui assenyala, a propòsit de la fotografia de paisatge, que un paisatge serà indicial "quan predomini en ell la seva dimensió constatativa", mentre que un paisatge fotogràfic serà considerat "simbolista o simbòlic", "en la mesura en que allò fonamental de la seva estratègia significativa posi el visible al servei del no visible"-3-

Si per alguns fotògrafs com David Kinsey o Timothy O'Sullivan la fotografia de paisatge té un valor testimonial, per Ansel Adams tot el treball sembla dirigir-se "cap a la construcció d'una visió substancialment estètica del món i de les coses". En Adams la poètica indicialista és reemplaçada "per un treballat joc lumínic que tendeix ponts entre la cascada, el riu i l'arc de Sant Martí, construint una dramàtica sensibilitat emotiva davant la llum". -4-

Trobem que si en els inicis de la fotografia es tendia a mirar cap a sistemes de representació passats, cap a la pintura, negant-li (o no atribuint-li al mitjà fotogràfic el seu valor propi com a mitjà artístic), a la postmodernitat actual es repeteix la mateixa història, doncs la imatge original està impresa en lona que imita el llenç pictòric i muntat en bastidor.

El paisatge "AnselAdamista" de PREMIÀR. *Quadre, llum in crescendo* conviu amb el meu acostament fotogràfic, gens pictorialista, pur testimoniatge.

La peça fotogràfica resultant, aquesta objetivització de l'acte fotogràfic, incideix en el concepte de la seriació d'una obra, molt determinant del preu i vàlua de la mateixa. *Bigger and Unique* (de preu original 99€) surt a la venda en una còpia 1/1 i dimensions magnificades a 360x500 cm, amb un preu obert a la licitació, a la subhasta. El potencial comprador final, encarnant la idea de "mercat", decidirà doncs el valor d'aquesta fotografia única i de grans dimensions.

La democratització del disseny industrial, així com de la imatge, oferta pels sistemes de reproducció en sèrie ha propiciat una sensibilitat majoritària cap a valors estètics i funcionals. Si l'adquisició d'una obra fotogràfica no és, a priori, un fenomen massiu de consum, el producte visual representa una bona elecció per a la cultura de la modernitat líquida -5-. La llibertat individual d'elecció que ens facilita aquesta modernitat del canvi està concebuda per ser en realitat una necessitat. Un oxímoron d'aquests temps líquids en els quals, com es citava en la pel·lícula El Gatopardo, "tot canvia perquè res canviï". El consum és la força que governa la societat. Es canvia constantment de necessitats, se'n generen de noves i es trasllada la sensació d'una insatisfacció constant per a la permanència així del consumisme.

La cultura promoguda per les dinàmiques capitalistes és doncs una cultura de l'entreteniment fugaç. Tot val circumstancialment. Així mateix, el producte cultural quan més caduc millor per al sistema.

A la "societat de la imatge" ens adonem que paradoxalment escasseja una cultura de la mateixa. Saturats d'imatges sempre renovades, el dinamisme dels mecanismes d'informació i relacionals d'avui dia ens sumeixen en la ignorància propiciada per la fugacitat dels nostres dies.

Bigger and Unique reivindica allò "sòlid", el que persisteix. Si la fotografia original està disposada a aconseguir (mai per complet) a un gran nombre de subjectes i amb un preu que facilita el canvi, a moure la roda del consum, a *Bigger and Unique* succeeix que la imatge va dirigida a un únic comprador (instruït referent al fet visual) i el seu valor correspon amb el d'una obra d'art única.

La tensió irònica resultant de traduir la seriació en una peça exclusiva i de generar valor en la mateixa, connecta amb la idea d'una cultura omnívora, on un mateix individu aprecia de la mateixa manera una manifestació cultural massiva com una altra de tall més elevat. En un mateix plànol conceptual es barreja un *input* de la cultura popular amb un treball artístic que busca emmarcar la peça resultant en un circuit propi (el de l'art).

En el flirteig del consum cultural, aquesta obra fotogràfica cerca (també) la seducció de l'espectador i del comprador. Inscrit en una lògica de l'absurd, *Bigger and Unique* tracta de seduir mitjançant la provocació de contraris: seriat versus únic, i sí, per la enfatització del missatge s'opta per una magnificació.

Allò únic, si gran, dues vegades bo.

-1- i -2- :Philippe Dubois. *L'Acte Fotogràfic*. (p. 141 i p. 158).

-3- i -4- : "Les formes del paisatge. Per a una cartografia de la foto de paisatge" a *Paisatges de la forma*. Exercicis d'anàlisi de la imatge. Madrid: Càtedra, 1994. (p. 145 i p. 152).

-5- Zygmunt Bauman. *La cultura al món de la modernitat líquida*. (Pàg .18)