

FOTOGRAFÍA ARQUITECTÓNICA_

Julius Shulman en California Cuando la fotografía es la obra

Es un nombre desconocido para la mayoría de los arquitectos, pero no así su trabajo. Todos hemos visto las imágenes de las increíbles (y muy imitadas) casas californianas de los 50 y 60, cuando allá despuntaba la Modernidad. Hay una persona detrás del fenómeno, quien le contó al mundo lo que sucedía con nuestro oficio en ese tiempo y lugar. Con su cámara, fue el constructor de la imagen que hoy la mayoría tiene de esos días, y no seríamos capaces de entenderlo si no fuera por su trabajo.

Por_ Gonzalo Schmeisser

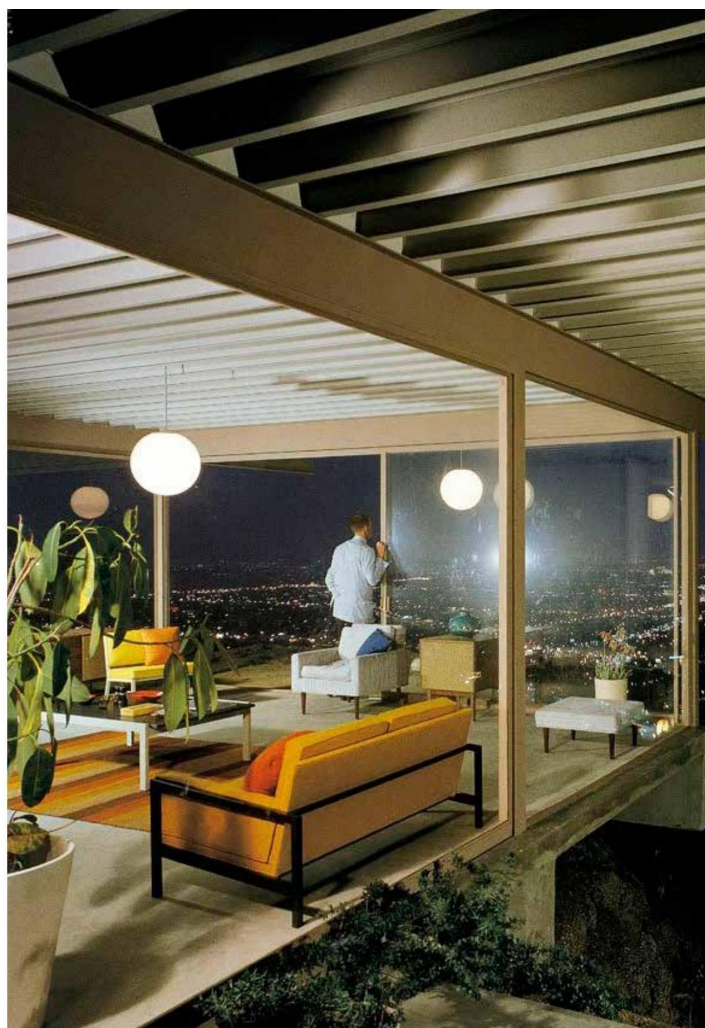
Es cierto que la arquitectura siempre ha sido imagen. Trabaja con ella en la medida en que su existencia se vuelve objeto visible, construyendo una estética o una antiestética. Pero antes del siglo XX, ese constructo estaba hecho sólo para quien se encontraba con la obra frente a frente. Hoy tenemos la fotografía como el sucedáneo de la presencia. Podemos ver obras repartidas por el mundo e incluso adentrarnos en ella sin necesidad de movimiento. Todo eso gracias a la tecnología y a los fotógrafos, portadores de ese oficio noble que es traernos la imagen del mundo. Ahora, la mejor forma de detectar una buena fotografía es cuando la imagen es tan potente que hace desaparecer al fotógrafo. Observamos la imagen y nos sumergimos en la realidad presentada, con la fantasía inmediata de estar inmersos en esos mundos que nos traen quienes practican ese oficio. Ignoramos, casi como un acto reflejo, que todo está ahí porque alguien quiso que así fuera: un encuadre, un tono, una luz, un objeto. Todo lo representado estuvo en la cabeza –y en la cámara– de alguien, antes de llegar a nuestros ojos.

De la gasolinera a la piscina

Esa realidad presentada como imagen es quizás la herramienta más poderosa de la Modernidad. La fotografía ha sido durante la etapa más reciente de la Humanidad nuestro nexos con la vida, una comunicación con el mundo, un constructor de realidades y, más aún hoy, parte esencial de nuestras vidas.

Julius Shulman (1910-2009) es el fotógrafo del sueño americano. Un tipo que entendió que lo que estaba pasando en la California de postguerra, especialmente en los años 50 y los tempranos 60, era la construcción de una estética. Y esa estética no sólo remite a la típica imagen de los «*Beach Boys*» y sus tablas; o la construcción del imperio del Cine y sus estudios; o a los suburbios repletos de estrellas en *Beverly Hills*. También remite a la arquitectura.

Demás está decir que Estados Unidos fue el principal ganador



de la II Guerra Mundial. Salió casi ileso de las bombas (salvo *Pearl Harbor*), salvó a sus madres patrias europeas (especialmente al Reino Unido), y cosechó una increíble bonanza económica producto de su industria manufacturera, mientras Europa intentaba levantarse. Los años de posguerra fueron de un optimismo inusitado y la creación de un modo de vida exportable. *Los Angeles* fue la capital de esa alegría y mucha gente migró desde el este al oeste. La sensación de movimiento eterno expresada en sus carreteras y sus automóviles van a marcar esa impronta e insospechadamente las gasolineras –y su arquitectura– van a ser parte en la construcción postal de esa imagen de progreso con que Estados Unidos va a conquistar occidente.

Ahí aparece el ojo de Shulman, quien va a fotografiarlas y con su lente va a convertirlas en las catedrales de la modernidad californiana. El vaciado de la planta para que circulen los autos, los techos planos en voladizo, los pilares delgados y racionalistas, la iluminación ortogonal, las islas de combustible distribuidas en una proporción espacial exacta. Todo brilla y todo parece un *set* para una película de *Hollywood*. La ficción estadounidense hecha a la medida para su afán mayor: convertir lo cotidiano en algo espectacular.

La arquitectura de un no lugar (o del lugar esencial de lo utilitario) hecha arte y retratada por un ojo que desaparece tras esa escenografía perfecta.

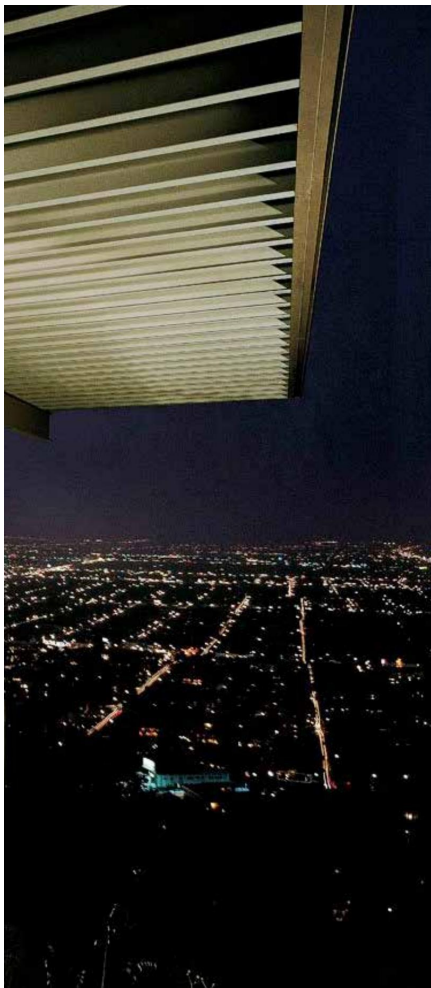
Ocurre lo mismo con las piscinas, quizás el otro emblema de la modernidad californiana, como el estado dominado por la presen-

Fecha: 14-11-2022
 Medio: La Panera
 Supl.: La Panera
 Tipo: Tendencias

Pág.: 39
 Cm2: 494.2
 VPE: \$ 349.873

Tiraje: 20.000
 Lectoría: 60.000
 Favorabilidad: No Definida

Título: **Julius Shulman en California Cuando la fotografía es la obra**




Case Study House #22 de Pierre Koenig
 Fotografía del libro «Case Study Houses: The Complete CSH Program 1945-1966», TASCHEN.



Abajo, a la derecha: **Casa Kaufmann**
 Fotografía del libro «Neutra. Complete Works», TASCHEN.

Las 'Case Study Houses' y el factor diferencial

Es en esta parte de la historia que aparecen tres nombres clave: John Entenza, Pierre Koenig y Richard Neutra, los tres arquitectos. El primero, por ser el impulsor —desde la revista «Arts & Architecture»— del programa de las *Case Study Houses*, que les abrió a los arquitectos de la época (Eames, Ellwood, Saarinen, Soriano, entre otros) un espacio donde vaciar sus inquietudes modernistas; y al propio Shulman, un lugar donde mostrarlas. El segundo, porque es el autor de la más emblemática de todas: la Número 22, que no sería lo que es sin las fotografías de Shulman. Y el tercero, por ser quien le dio impulso a la idea de que la fotografía puede ser parte de la obra, invitando a Shulman a retratar la mayoría de sus trabajos. Las fotos de Shulman, ahora concentrado en la arquitectura que salió del programa, son el factor diferencial que hace que este puñado de casas perdidas entre los cerros de *Los Angeles* sea un fenómeno internacional. Nadie podría haberlas mostrado de esta forma sin antes haber conocido el espíritu de la ciudad y su tiempo, merodeando con la cámara entre-medio de la vida que se despliega entre cerros y mar, entre la luz de los atardeceres cayendo sobre los jardines soleados y las piscinas celestes. Entre la obra construida y ese entorno único que la distingue. Dos fotos icónicas de Shulman lo explican mejor que las palabras. La primera es la que tomó para la **Case Study House #22 de Pierre Koenig** (también conocida como *Stahl House*), que muestra cómo se despliega una losa en el aire, recibiendo al cubo vidriado que parece flotar sobre el valle. La segunda, en el jardín de la **Casa Kaufmann** en *Palm Springs* —mismo cliente que encargó la Casa de la Cascada a Frank Lloyd Wright—, imagen en la cual la obra no se entiende sin la presencia humana, algo que será un sello a lo largo de todo su trabajo, porque las casas se viven, no sólo se miran. Shulman va a conseguir ese efecto extraño del buen fotógrafo: desaparecer. La imagen va a hablar por sí sola y la creación de la estética va a ser un fenómeno que le trasciende. Todavía hoy se nos aparecen sus fotografías y aún hoy no nos detenemos a pensar en quién está detrás de todo esto. Un tipo que supo observar, retratar y diseñar una realidad a través de la imagen, para que hoy todos sepamos cómo fueron esos días. 

cia inefable del mar que es. La piscina se va a transformar en la ilusión de la “domesticación” de esa vastedad pacífica convertida en accesorio para el jardín trasero. El modelo suburbano y el *american way of life* en su quintaesencia: la casa con antejardín, la familia con dos padres, dos hijos, un perro, la parrilla y, atrás, la piscina. Es una señal inequívoca de la identidad californiana, tanto así que el pintor inglés David Hockney se va a trasladar desde la fría Londres hasta la soleada *Los Angeles*, y va a pintar la mejor parte de su obra casi con los pies en el agua de su piscina. Poco después, el teórico de la arquitectura Reyner Banham va a ilustrar una de sus obras clave («*Los Angeles: the architecture of four ecologies*», de 1971) a partir de la pintura de Hockney «*A Bigger Splash*», imagen tan icónica que se ha vuelto algo así como el escudo alternativo del estado del oso, con su piscina perfecta, las palmeras y las líneas rectas del *bungalow* clásico de esta parte del mundo. Ahora, cabe preguntarse por qué sabemos todo esto nosotros, por qué lo supieron Hockney y Banham, por qué lo supo la mayoría. Porque hubo alguien ahí para mirar, hacer clic y mostrar. No sólo va a ser la apertura publicitaria del modelo de vida ideal que se expande por el mundo contemporáneo con la naturalidad del agua fluyendo por el río, también la imagen va a abrir de alguna manera el vínculo indisoluble que va a establecerse entre la Fotografía y la Arquitectura.

