

LAS ARTES DEL VÍDEO
REPORTAJE

Proust en la era digital

ÁNGELA MOLINA

BABELIA - 22-11-2003

Hace treinta y cinco años, cuando la sorpresa del nuevo realismo elevó las cajas de *Brillo Box* a la categoría de objeto votivo, cuando los críticos europeos intentaban comprender las consecuencias para el arte de aquellas actitudes que se convertían en formas (*attitudes become form*) o, simplemente, estaban demasiado preocupados en convencer al gran público de la existencia del aura en las estéticas del desecho (*povera*) y en las estructuras más primarias (*minimal*), en Nueva York, un grupo de artistas descubrió que una pequeña y barata cámara de vídeo que la corporación Sony acababa de lanzar al mercado -la Portapak, un emblema *low-tech* que le plantaba cara al goliat de la industria televisiva- era capaz de reproducir imágenes, y no hablemos de producir otras nuevas, capaces de competir en los museos con los ya cansados trazos musculosos del expresionismo abstracto.

El panorama internacional se caracterizaba entonces por los movimientos de protesta antibelicistas y la liberación sexual. El vídeo portátil no sólo era más fácil de llevar y más versátil que la Bolex de 16 milímetros; se adecuaba mejor que ninguno al arte de la imagen en movimiento y se aseguraba como medio natural para expresar de una forma más directa el descontento social de la sociedad. Coreógrafos, cineastas y artistas veían en la Portapak el propio mensaje de sus obras: la cámara -el ojo- estaba en todas partes y entraba con tiento en galerías, museos, festivales y canales de televisión. En 1969, el galerista alemán Gerry Schum creó en Düsseldorf y Berlín las primeras galerías en Europa dedicadas a la difusión de vídeos.

El vídeo era un medio *cool* que los gurús de la Galaxia Gutenberg diferenciaban del *hot* (la radio, la fotografía y el cine) porque permitía, aunque con menos información, más movilidad al usuario. El artista coreano Nam June Paik, que había llenado en 1982 con sus televisores de baja fidelidad las salas del Whitney -el primer museo norteamericano que ofrecía una exposición retrospectiva de un artista de *video art*-, ya había

advertido quince años antes que "igual que la técnica del *collage* reemplazó a la pintura al óleo, el tubo de rayos catódicos reemplazará a la tela".

Desde las primeras manifesta-

ciones de vídeo en estudios y galerías alternativas hasta las grandes proyecciones sobre las paredes parpadeantes de Times Square, la historia de esta disciplina ha abrazado las esencias y formas más significativas de los movimientos artísticos de las últimas décadas. Imagen, sonido y texto se habían convertido en material maleable. El videoarte era el arte del tiempo y, gracias a él, el artista era capaz de romper las barreras entre pasado, presente y futuro. Y en manos de creadores como Vito Acconci, Bill Viola, Gary Hill, Bruce Nauman, Hanna Wilke, VALIE EXPORT o Marina Abramovic, se convertía en la herramienta capaz de explorar el cuerpo, la poesía, la complejidad de la mente y las injusticias sociales. Uno de los pioneros en esta técnica, William Anastasi, lo explica así: "No estaba interesado en el vídeo, *per se*. Yo usaba todo lo que tenía a mi alcance, que podía ser el cine, el dibujo, la escultura, la fotografía, para expresar lo que me interesaba". Rosalind Krauss argumenta en su ensayo *A Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition* (1999) que el vídeo ha proclamado el fin de la especificidad del medio, ya que el carácter multifacético de sus prácticas son centrales para entender la actual condición del discurso artístico.

El videoarte como movimiento que emerge dentro de los discursos de la posmodernidad, no buscaba únicamente ser el espejo narcisista de ningún Leonardo electrónico, como en la mayoría de las obras de Vito Acconci o William Wegman; ni tampoco el *aura* de la obra única, *fetichizada* por la doctrina modernista. El vídeo simbolizaba la última vuelta de tuerca de las teorías de Walter Benjamin sobre el "arte mecánico". Las imágenes grabadas *humanizan* la tecnología y adquieren una resonancia proustiana como catalizadoras del deseo. La magdalena está hecha de píxeles.

La cámara de vídeo puede ser también la extensión del cuerpo de la mayoría de artistas de *performances* (el grupo Gutai y los accionistas vieneses), una de las muchas posibilidades de la narrativa contemporánea para explorar la identidad personal y cultural del individuo, o el exponente de la hibridación tecnológica, en combinación con el ordenador, el cine, el vídeo digital, el DVD o la realidad virtual.

El videoarte ha sido la herramienta transversal de las acciones artísticas más radicales, desde la crítica social nacida de la irreverencia del *pop art*, el antiarte de los movimientos Fluxus y conceptual y los iconoclastas documentales de la *guerrilla televisión* (que cuestionaron la naturaleza del sujeto y del objeto, del observador y el observado), la deconstrucción en los ochenta a cargo de los movimientos feministas y análisis posestructuralistas

y los movimientos activistas de la pasada década impulsados por la crisis del sida, la censura y los discursos multiculturales y de políticas de raza y género.

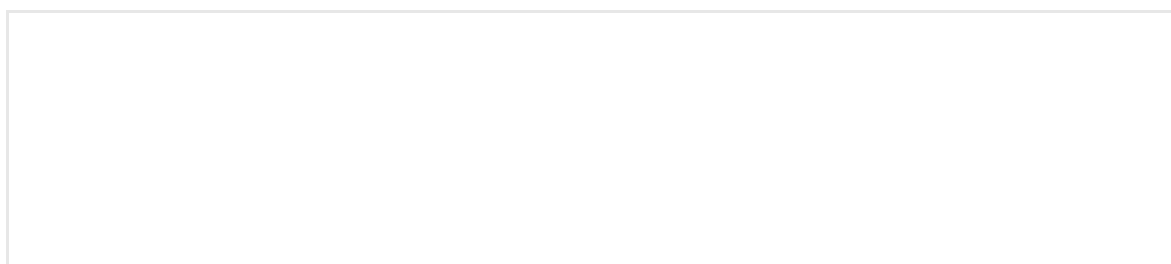
Los exuberantes *videocollages* de Frank Gillette (*Rituals for a Still Life*), David Hall (*7 TV pieces*) y los neodadás de Nam June Paik (*Global Groove*) recuerdan las compulsiones domésticas con el *zapping*. Y no es difícil asociar el apropiacionismo de Dara Birnbaum -con sus fragmentaciones y rupturas de la sintaxis televisiva que denuncian las ideologías sexistas- con los programas matinales de las Terelu Campos y Alicia Senovilla. La interactividad como medio en la nueva cultura digital. Si Alonso Quijano había sucumbido al ritual caballeresco y Emma Bovary a las fantasías de los *best sellers* románticos, por qué no pensar que el individuo de hoy está sujeto a las manipulaciones de las ficciones perversas de la *actual reality*, que ha acabado sustituyendo a la *virtual reality*, como asegura Paul Virilio.

También Bruce Nauman vio en

el medio la veta donde explotar el hiperbólico vernacular de los canales televisivos y Hollywood, una manera de poner en evidencia cómo manipular el *constructo* de la fantasía y la realidad. Jean-Luc Godard, uno de los cineastas que más ha influido en la generación de videoartistas de los noventa, ha investigado la penetración de los media y de la tecnología en lo cotidiano. Sus prácticas se anticiparon a las del grupo danés Dogma 95 (*Le Gai Savoir, 1967*) y subvirtieron las tradicionales formas narrativas del cine.

Hoy, la lista de videocreadores que han alcanzado la popularidad de un Lichtenstein, Beuys, Serra, Turrell o Pistoletto y que forman parte de las colecciones de arte de los museos más prestigiosos, es solvente. Yoko Ono, Muntadas, Robert Wilson, Gary Hill, Bill Viola, Mike Kelley y Paul McCarthy, Tony Ousler, Pipilotti Rist, Sam Taylor-Wood, Shirin Neshat, Lorna Simpson, Steve McQueen, Eija-Liisa Ahtila o Douglas Gordon han sembrado de efluvios catódicos las alfombras rojas de las documentas y bienales. En 1987, Jean Baudrillard afirmaba que Disneylandia no era una metáfora de Estados Unidos sino que Estados Unidos era una metáfora de Disneylandia. ¿Se podría aplicar al vídeo el mismo propósito de rejuvenecer a la inversa la ficción de la realidad en una época en la que el arte ha decidido desprenderse de sus apelmazadas formas?

DÍAS DE VÍDEO



Dias & Riedweg. Macba. Plaça dels Àngels. Barcelona. **Adrian Piper.**

Desde 1965. Macba. Barcelona.

Ángulo de visión: 143°. Luis Bisbe. Espai 13 de la Fundació Miró. Parc de Montjuïc.

Barcelona.

Mabel Palacín. Christiane Erharter. Gitte Villesen. Centre d'Art Santa Mònica. La Rambla, 7.

Barcelona.

Ursula Biemann & Maria Ruido. Sala Montcada de la Fundació "la Caixa". Montcada, 14.

Barcelona.

Jeremy Blake. Espacio Uno del MNCARS. Santa Isabel, 52. Madrid.

Clare Langman. "A film trilogy". Galería Salvador Díaz. Sánchez Bustillo, 7. Madrid.

William Wegman. Centro José Guerrero. Oficinas, 8.

Granada

João Onofre.

Centro Galego de Arte Contemporáneo. Santiago de Compostela.

Imágenes en movimiento. Museo Guggenheim de Bilbao. Andaboibarra Etorbidea, 2. Bilbao.