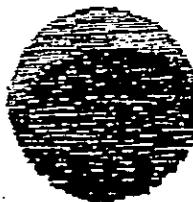
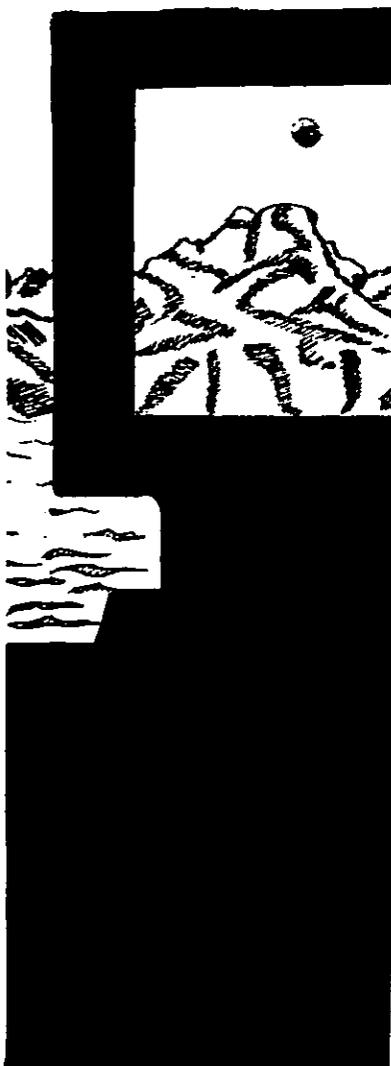


# Post-video

## Una forma de la postmodernidad



JAIRO CARRILLO  
GABRIELA HÄBICH \*



Es innegable la proliferación de imágenes en nuestra época. Más allá de la televisión, nos encontramos con que a las imágenes audiovisuales, con soporte electromagnético, les ha sido otorgado el don de la ubicuidad. Hay televisores en los supermercados, en los consultorios médicos, en las salas de espera (de un hospital, de un aeropuerto, de una oficina), en los buses, en los carros, en las aulas de clase, en las vitrinas de los almacenes, en los moteles, en los burdeles, en obras de teatro, en instalaciones, en conferencias. Hay cámaras de video en las porterías de los edificios, en los bancos, en los aeropuertos, en los cajeros electrónicos, en las celebraciones familiares, en las ceremonias, en los juegos.

Una extraña fascinación por la reproducción visual de los acontecimientos de la vida (ya sea para memoria, represión, vigilancia, educación, entretenimiento, información, etc.) se ha apoderado de todos nosotros. Nosotros, los hijos de la televisión (los niños post-alunizaje).

Buscando desentrañar qué era lo que producía esa fascinación o por qué buscamos en el video un soporte a nuestra precaria memoria de un precario tiempo<sup>1</sup>, decimos investigar la producción de video dentro de la producción cultural actual.

---

\* Los autores son Comunicadores Sociales de la Facultad de Comunicación de la Universidad Javeriana. Videastas.

<sup>1</sup> «En un momento histórico en que la situación del mundo parece especialmente precaria, la necesidad de configurar el pasado revela un ánimo por rescatar el futuro». Marita Sturken, *La elaboración de una historia, paradojas en la evaluación del video*, *El Paseante*, 1989, (12), p. 78.

### La televisión en el bolsillo

La historia del video tiene sus orígenes o antecedentes en experimentos realizados en algunas estaciones de televisión de Estados Unidos y Europa, con magnetoscopios, antes de la aparición del *Portpack*<sup>2</sup> Se trataba de investigaciones de carácter técnico y formal acerca de las posibilidades de manipulación y generación electrónica de imágenes. Uno de los pioneros en estas investigaciones fue el artista alemán Karl Otto Götz, quien utilizaba osciloscopios y aparatos de radar en obras de pintura, fotografía y película<sup>3</sup>.

Entre 1964 y 1965, Sony y Philips sacaron al mercado los primeros **magnetoscopios portátiles** con cintas de bobina abierta de 1/2 pulgada. El 4 de noviembre de 1965, Nam June Paik registró desde un taxi la visita a la ciudad de Nueva York del Papa Pablo VI. La grabación resultante fue pasada esa misma noche en el Café a Go-Go del Greenwich Village, dentro de una serie de actividades organizadas por Robert Watts y George Brecht (del grupo Fluxus) con el título genérico de Monday Niggt Letter. Se considera que éste es el primer caso de un uso, ya sea individual o artístico, de un equipo portátil de video.

Paik<sup>4</sup> había iniciado con Wolf Vostell las primeras experiencias con la televisión en la West Deutsche Rundfunk de Colonia (WDR-TV), en 1959. Trabajan allí en el Estudio de Música Electrónica dirigido por **Stockhausen**. Vostell había preparado un proyecto de happening televisivo, TV-Décollage, pero nunca fue aceptado por la televisión. Vostell y Paik también participarían del grupo Fluxus, creado a principios de la década de los

sesenta en torno a George Macinas, intentando recuperar ciertas influencias del Dada<sup>5</sup>. Con dos acciones de este grupo, realizados por ambos en forma separada, se iniciaron las manifestaciones videográficas antes de aparecer los magnetoscopios. Se trató de la *Exposition of Music-Electronic Television*, de Paik presentada en Wuppertal en marzo de 1963 y de *El entierro de un televisor*, de Vostell, en New Jersey en mayo de 1963<sup>6</sup>.

Las obras de estos dos iniciadores de la producción de videos marcó dos tendencias: la del video de creación (o video arte) y la de la producción de video próxima a la televisión (comercial o comunitaria).

Durante la segunda mitad de los años sesenta, el video se introdujo en el sector artístico en relación con las nuevas tendencias anti-objeto (fluxus, arte conceptual, body art) que empleaban también otras «nuevos» medios: el film, la fotografía, la fotocopia, la polaroid, el audiocasete... Desde todas las tendencias artísticas de los sesenta y setenta se produjeron filtraciones hacia el video. Fue una etapa en la que se experimentaba el tránsito desde la obra objetual a la procesual y conceptual, en la que se impugnaba la propia naturaleza de la obra como objeto y se irrumpía en nuevos dominios y manifestaciones. Las fronteras entre las artes se rompían y en el video manifestaba una vinculación del arte, con los medios de comunicación y con la realidad social. Aquí el video comenzó a moldear su forma: no es arte pero es un medio que puede ser utilizado para crear un producto artístico (la estética de la imagen electrónica). No es televisión pero no puede ignorarla y debe buscarla para hacerla su medio o uno de ellos. Fue la irrupción del video de pequeño formato, la comercialización del portpack, a finales de los años sesenta, lo que representó la posibilidad de la independencia del

<sup>2</sup> Video tape recorder, magnetoscopio de tamaño «portable». Cfr. Santos Zunzunegui, *Pensar la Imagen*. Madrid: 1989, p. 217-219.

<sup>3</sup> Eugeni Bonet y otros, *En torno al video*, Barcelona: 1980, p. 113.

<sup>4</sup> Nam June Paik es considerado el iniciador de una de las ramas posteriores del video, el video arte, y de quien no hay que olvidar sus contactos con Götz y las citas sobre él en sus primeros trabajos escritos.

<sup>5</sup> Del grupo Fluxus formaron parte también John Cage, Joseph Beuys, Yoko Ono y otros.

<sup>6</sup> Cfr. José Ramón Pérez Orma, *El arte del video*. Barcelona: 1991, p.30.

video frente a la televisión, la posibilidad de *desmitificar la retórica de la macrotelevisión, de volver a plantear las estructuras de la televisión y de transformarse en un soporte de memoria de uso popular.*

Surgió entonces un uso alternativo del video frente al convencional de la televisión; marcado por su vinculación con las vanguardias artísticas y las artes plásticas.

Desde su origen, el video apareció vinculado a las tardovanguardias artísticas de los años sesenta, principalmente a las vanguardias neodadaístas, aquellas que tenían como objetivo una apropiación de hechos de la vida cotidiana, de sistemas sígnicos, de sistemas objetuales, etc. Así, el video tomó para la nueva imagen electrónica el repertorio iconográfico del pop, la atención a los productos de la sociedad de consumo, de la publicidad y de los medios masivos de comunicación. Fue el arte pop de donde el video tomó algunas de sus *técnicas de acumulación de lenguajes diferentes (cómic, pintura, medios de información, publicidad), la seriación y repetición, la estrecha relación entre arte y tecnología, la confrontación, oposición y mezcla de imágenes anacrónicas y de estilos contrapuestos, de diferentes épocas y lugares*<sup>7</sup>. De allí, tal vez, *la mezcla de imágenes, fundidos, la incrustación en parte de la superficie de otra imagen, la conmutación alternativa de las diferentes fuentes de imágenes, montajes rápidos, ralentis, variaciones constantes de velocidades, sobreimpresiones, desfases de sonido e imagen en la forma video.*

El arte minimal (término que se implantó a partir de 1965), es también una de las tendencias que mayor peso ha ejercido sobre el video en sus inicios. Se funda en obras muy poco («mínimamente») complejas en cuanto a los elementos materiales que las conforman pero fuertemente organizados a través de estructuras

repetitivas<sup>8</sup>. Con el minimal comienza a interesar el proceso, la formación de la obra, más que la propia obra terminada. También se deben tener en cuenta principios del conceptualismo, del pop, del cine underground y de tendencias anteriores a las tardovanguardias que constituyen antecedentes de lo que podría llamarse una estética del video<sup>9</sup>.

### T.V-V.T

Es inevitable hacer referencia a la televisión cuando se nombra al video. En primer lugar, porque ambos comparten en gran medida las mismas bases tecnológicas; segundo, porque una concepción autónoma del video como forma se define por oposición a la televisión, por lo menos en sus inicios.

Con la introducción del V.T., video tape recording, a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, el magnetoscopio pasó a ser tanto un aparato de uso corriente en las estaciones de televisión como de artistas o personas naturales<sup>10</sup>. Los cambios tecnológicos se dieron a una velocidad inusitada. En 1968, Sony lanzó al mercado estadounidense el portpack, equipo portátil en blanco y negro que utilizaba una cinta de 1/2 pulgada. Inmediatamente empezaron a salir nuevos modelos, formatos y marcas: 1/4", 3/4", cámaras de alta sensibilidad, cámaras miniatura, equipos de color, accesorios de montaje y sincronización<sup>11</sup>. Sin embargo, los cambios de estructura de producción debieron esperar varios años.

Hasta antes de los años ochenta la estructura de la televisión era cíclica, similar al movimiento de las

<sup>7</sup> Ibid, p. 22-27.

<sup>8</sup> Cfr. Jean Baudrillard, *Videosfera y sujeto fractal*, en *Videoculturas de Fin de Siglo*, Agata Piromallo & Alberto Abruzzese (comp.), Madrid: 1990, p. 27.

<sup>9</sup> Cfr. Pérez Omía, *Op.cit.* p.24 y Jameson, *Surrealism without the Unconscious*, en *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: 1992, p.70. En la versión española, *Leer sin interpretar: la postmodernidad y el video texto*, en *La lingüística de la escritura*, Culler y otros, Madrid: 1989, p. 209.

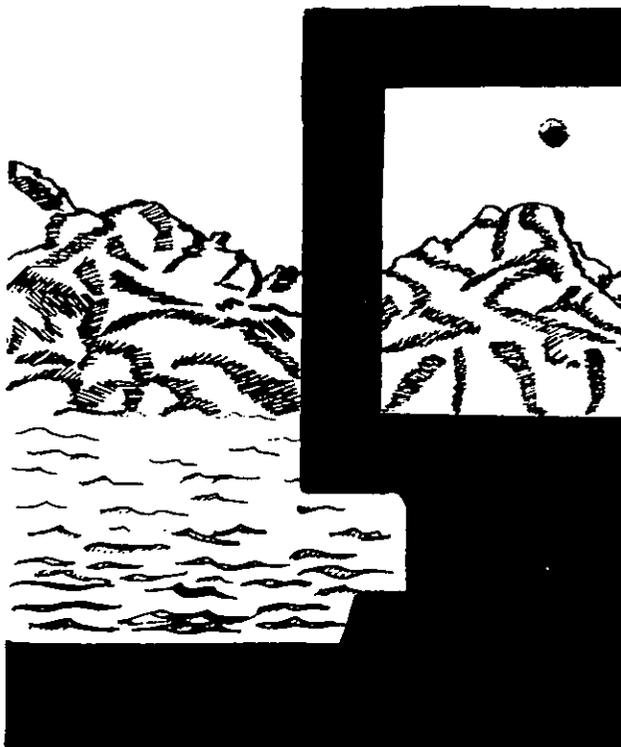
<sup>10</sup> Cfr. Zunzunegui, *Op.cit.* p. 222.

<sup>11</sup> El U-Matic de 3/4" en 1969, Betamax en 1975, VHS en 1976, V-2000 en 1979, Quarter Cam en 1982 V8 en 1984, Hi8, C.D....

agujas del reloj (aún continúan siéndolo en muchos canales y países). Se programaba durante media, una, dos horas (con intervalos de comerciales) y para estas estructuras se producía. Los productores y patrocinadores de televisión creían que la gente necesitaba saber con exactitud qué y cuándo se transmitía. Pero cadenas como MTV (USA), Channel 4 (Francia-Alemania), BBC-2 (Gran Bretaña) y Canal Francia quebraron esta estructura de reloj e hicieron posible que se presentaran en televisión trabajos de formatos breves. El video comenzaba a hallar espacios de difusión<sup>12</sup>.

El principal influjo en la nueva estructura del tiempo en la televisión la ejercieron los comer-

<sup>12</sup>. Cfr. Pérez Ornia, *Op.cit.* p. 146-156 John Pettegrew, *A post-modernist moment: 1980s. Commercial Culture & The Founding of MTV*, *Journal of American Culture*, winter 1992, (14), p.60. Gareth Branwyn, *The future of an Illusion*, *Mondo2000*, 1902, (s.n), p.96-101.



ciales, que a su vez habían sido modelados por los formatos de «video de creación». Ellos dictaron los modelos de narración de los programas de televisión. El cambio de canales (síndrome del pulsador) es sintomático de la manera cómo los comerciales le han enseñado al espectador a mirar la televisión en términos de duración y estructura del tiempo: *acelerar el ritmo de montaje y establecer asociaciones entre un material cada vez más creciente*.

### La forma video

Toda época está denomina por formas y géneros específicos que expresan «sus verdades secretas»<sup>13</sup>. Hoy, la búsqueda de esas «neurosis objetivas», parafraseando a Sartre<sup>14</sup> se halla en los «media». Partamos del concepto de **forma** como figura que toma la sensibilidad de una época para mirar al Video como forma actual.

### Cuando los límites de las fronteras se diluyen

El video nació en la encrucijada de lenguajes y de tecnologías de la comunicación, entre las artes de vanguardia y la cultura popular de la televisión. Esos primeros videos eran realizados por artistas procedentes de distintos campos, como las artes plásticas, la música y la poesía. No muy interesados en las construcciones narrativas, pero sí interesados en la imagen y en el sonido. De allí que los primeros **elementos narrativos** en los videos combinaran la palabra escrita y hablada, música, salmodias; olvidaron la subordinación del sonido a la imagen y devolvieron al **sonido** su carácter narrativo (y no de decorado o ambientación)<sup>15</sup>. Pero no sólo se recuperó el sonido. La **escritura**, supuestamente separada de la imagen (y a veces enfrentada a ella) ha sido fusionada con la imagen.

<sup>13</sup> Jameson, *Surrealism without the Unconscious*, *Op.cit.* p.67. En la versión española, *Leer sin interpretar: la postmodernidad y el video texto*, *Op.cit.* p.207.

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Cfr. Pérez Ornia, *Op.cit.* p.110-114.

Vemos aparecer en los videos superposición de textos, de idiomas, fragmentos de letras. *El video ha logrado que se vuelva a escribir la imagen, expandir el texto escrito y el sonido-música.*

Es tardía en el video la reflexión sobre las construcciones narrativas. Una vez pasada (a veces no tanto) la fascinación por la técnica y por los elementos antes olvidados y ahora recobrados (nos referimos al sonido, la música, las letras, los subtítulos), surgió el interrogante sobre qué y cómo contar con el video.

Para los realizadores de video, éste permitió el acercamiento a temas cotidianos, a acontecimientos que eran atrapados por el ojo de una cámara sin mediaciones escénicas (¿no nos recuerda esto al ready made?). Así, se fueron abriendo **nuevos formatos** de producción entre el documento tradicional y el ensayo personal. Una vez más, la tranquilizadora línea que separaba ficción de realidad se desdibujaba. Pero también se desdibujaban las líneas que definían géneros. *La hibridación o simplemente el paso de un género a otro en un mismo producto es propio del video.*

Casi que podría pensarse la T.V. como un gran video donde difícilmente se reconoce la diferencia entre un noticiero y un programa de entretenimiento. (Para diferenciarlos surgen estrategias como el uso constante de subtítulos, una mayor estandarización de la red horaria, la especialización de ciertos canales, etc.<sup>16</sup>).

Otra distinción que se diluye y da paso a otra fusión es la de forma y contenido. El contenido se diluye en la forma o toma forma; es ella misma.

La construcción narrativa en el video está dada en la *fragmentación, las repeticiones, la dispersión, la disolución y al mismo tiempo por la concreción* (dada generalmente en la extensión del video, que

se oscila entre los 30 segundos y los 15 minutos). Parece huir constantemente de las formas o presentar una **forma en constante cambio**. Se trata de dar forma a la sanción antes que narrar con argumentos lógicos llenos de hechos y juicios. El video procesa la información de una manera no lineal, velozmente, con cortes rápidos y sin transiciones. Esto produce una concepción de **no narración**, de simple expresión de hechos, sentimiento o intenciones.

Por otra parte, la aplicación al sonido y a la imagen de los procedimientos y técnicas pictóricas del collage, la combinación de todo tipo de materiales, las sobreimpresiones, las colorizaciones y decolorizaciones, las distorsiones de las imágenes y feedbacks electrónicos, la utilización de imágenes y códigos del menú de las máquinas de producción y postproducción, el uso de imágenes recicladas de la televisión o de grabaciones caseras, dan lugar a una narración en palimpsesto, sostenida, que toma la forma de una **hipernarración**.

Es así que ante el debilitamiento de la historicidad (en tanto rompimiento de la concepción lineal y progresiva de la historia) y las nuevas superficialidades dadas en y por la cultura de la imagen y el simulacro, cultura netamente especial e iconoadicta<sup>17</sup>, **la narratividad** en el video se afirma dentro de ese mismo debilitamiento histórico, en una temporalidad esquizofrénica (tanto de la historia oficial como de nuestra temporalidad privada) y toma la forma de colección de fragmentos, de prácticas de lo heterogéneo, lo fragmentario y lo azaroso. Ante una incapacidad de organizar pasado y futuro frente a un presente que tiene el gesto de una multiplicidad temporal, una «incapacidad mental de confeccionar el mapa de la gran red comunicacional descentrada»<sup>18</sup>, una imposibilidad de representar el espacio y la velocidad de nuestro tiempo, el video hace de lo precario ima-

<sup>16</sup> Alberto Munari, *¿De verdad o de mentira?*, en *Videoculturas de fin de Siglo*, Agata Piromallo & Alberto Abruzzese (comp.). Madrid: 1990, p.112.

<sup>17</sup> Jameson, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: 1991, p. 102-103.

<sup>18</sup> *Ibid.*, p.17-21, 113.

gen-memoria evanescente, un flujo de instantes, de ausencias, de intersecciones en tiempos muertos. Realidad y temporalidad virtuales que se digitalizan. El vehículo... video. Imagen que hable de imagen, imagen que aprehenda el tiempo en una dimensión de producción que parte de la caída de la historia y del surgimiento de un tiempo nuevo. El documento es la ficción.

**Las nuevas tecnologías** han transformado la narración. El trabajo digital en computador, tanto en la producción como en la postproducción de imágenes, hace posible, en algunos casos, que los efectos sean los únicos elementos narrativos y expresivos del video, el reto es sustituir el efectivismo por una gramática visual que construya un relato mediante esos efectos videográficos.

#### ¿Dónde está el significante?

*«Lacan describe la esquizofrenia como una ruptura en la cadena significativa, es decir, en la trabazón sintagmática de la serie de significantes que constituye una aserción o un significado. Su concepción de la cadena significativa presupone básicamente uno de los principios elementales del estructuralismo saussureano, esto es, la tesis de que el sentido no es una relación lineal entre significante y significado, entre la materialidad del lenguaje (una palabra o un nombre) y un concepto o un referente. Bajo esta nueva luz, el sentido nace en la relación que liga a un significante con otro significante: lo que solemos llamar el significado -el sentido o el contenido conceptual de una enunciación- ha de considerarse ahora como un efecto de sentido, como el reflejo objetivo de la significación generada y proyectada por la relación de los Significantes entre sí. Si esta relación queda rota, si se quiebra el vínculo de la cadena de Significantes, se produce la «esquizofrenia» en la forma de una amalgama de significantes distintos y sin relación entre ellos»<sup>19</sup>.*

El problema de relación entre la representación y la figuración, que desembocaba en una estética de la abstracción, da ahora paso a un nuevo problema: un significante aislado, un aislamiento de la frase desligada del contexto, fenómeno que produce una fragmentación insuperable. Ahora el realismo es un simulacro; lo real, una colección de pseudoacontecimientos.

La multiplicidad de nuestro tiempo, la imposibilidad de representarnos espacios y tiempos más allá de los umbrales de nuestra percepción, quiebra el vínculo de la cadena de significantes y los libera a una constelación de relaciones aleatorias.

*«Ahora la referencia y la realidad desaparecen totalmente, e incluso el significado -el signifié- es puesto en entredicho; en su lugar, nos queda ese juego puro y azaroso de los significantes que llamamos postmodernidad, y que ya no produce obras monumentales como las de la modernidad, sino que reorganiza fragmentos de textos preexistentes, los bloques de la construcción de la antigua producción cultural y social, en un nuevo y dignificado bricolage»<sup>20</sup>.*

Los elementos narrativos de la forma video y las técnicas visuales propias de él<sup>21</sup> (su no narratividad, su imbricación de géneros, los cambios constantes de velocidad, la imbricación de textos que conforman pastiches, la superposición de audios, etc.) permiten una forma de expresión adecuada a ese «juego azaroso de los significantes» que cuenta una época donde la temporalidad toma la forma de lo múltiple e irrepresentable.

<sup>20</sup> Cfr. Jameson, *Surrealism without the Unconscious*, Op. cit, p.96. En la versión española, *Leer sin interpretar: la postmodernidad y el video texto*, Op.cit. p.229. Cfr. Alex Callinicos, *Contra el Postmodernismo. Una crítica marxista*. Bogotá: 1993, p.51.

<sup>21</sup> «Sólo las técnicas visuales, encabezadas por la televisión, están en condiciones de desprenderse realmente de la pesada carga de la lengua y liquidar todo cuanto antes se denominaba programa, significado, contenido». Hans Magnus Enzensberger, *Mediocridad y delirio*. Barcelona: 1991, p.85.

<sup>19</sup> Jamenson, *The Cultural Logic of Late Capitalism*, en *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: 1992, p. 26.

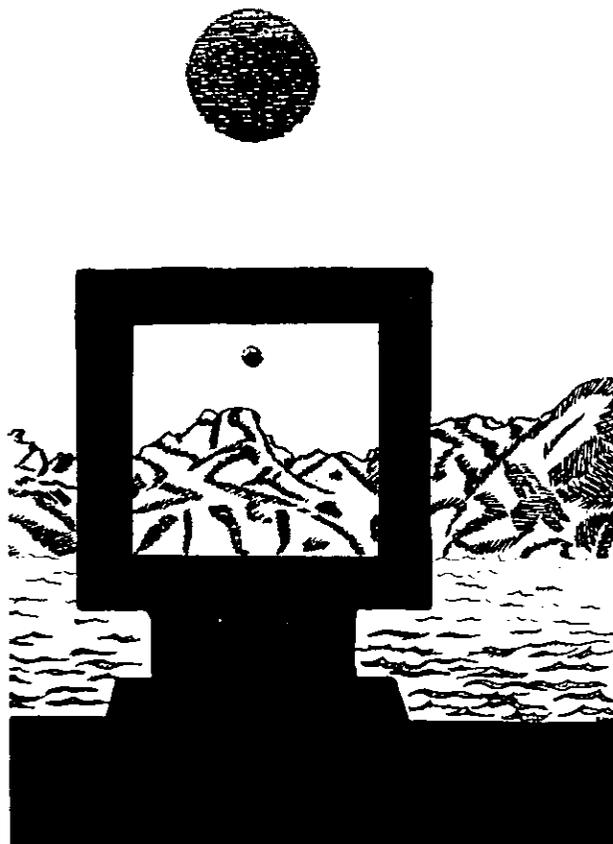
### Cuando el Corporativismo se toma el Arte

Es claro que el arte y el comercio han compartido, por lo menos desde comienzos de este siglo, profundas y entrelazadas raíces. Tanto la cultura secular como el capitalismo industrial crecieron desde la misma ética de la gratificación personal y el consumo: el Postmodernismo significa el fin del ideal de autonomía frente a las instituciones dominantes de los negocios y el comercio. Más que nada, el concepto marca la adaptación del arte y de las producciones culturales a los intereses comerciales de la madura sociedad capitalista, o en términos de Jameson, del capitalismo tardío. La información y el entretenimiento<sup>22</sup> (unida a ambos, la publicidad) conviven en una única y exitosa fórmula: **la forma video**.

Los intereses comerciales expanden su dominio al campo evolutivo de los sueños cuando la publicidad aúna la innovación artística y el experimentalismo para atrapar el ojo del consumidor.

Fue MTV quien, bajo la forma del entretenimiento aunó también la publicidad. No en vano, uno de sus mayores logros fue el de la venta de tiempo de comerciales en la estación. También vendían una audiencia, le vendían una forma de video que transformaba la producción de televisión y la concepción de la industria publicitaria<sup>23</sup>. Los mensajes no narrativos fueron un éxito. Como resultado de esto, las formas de ganar la atención del televidente y de persuadirlo de comprar cambiaron completamente. Para que los comerciales tuvieran cabida en los formatos de MTV debían comprimir y condensar ideas, ser muy rápidos, tener cortes rápidos y no presentar transiciones (con respecto a la programación).

Hoy los comerciales enfatizan esa forma no narrativa e intentan provocar sentimientos, humores, emociones y estilos en lugar de presentar argu-



mentos y explicaciones. El camino se invierte: la publicidad y el video marcan la producción y recepción televisivas.

### Un nuevo estatuto para la imagen: de lo analógico a lo digital

Muchos de los efectos empleados en los inicios del video se lograban mediante la utilización de la trama (interfiriendo las señales reproducidas en el monitor durante el proceso de barrido), la manipulación del tiempo de barrido, la alteración de las variaciones de amplitud y frecuencia de las señales la introducción artificial de color<sup>24</sup>. Una vez más, fue Paik quien comenzó o «inventó» estos «experimentos».

<sup>22</sup> Pettegrew, Op.cit. p.60.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Se lograban efectos que hoy son posibles en el Paintbox y el Mirage.

Manipuló imágenes videográficas con imanes, alterando la composición horizontal y vertical de las mismas. En 1970 construyó un videosintetizador que sería empleado por varios realizadores, entre ellos Gary Hill y los Vasulka<sup>25</sup>. Este sintetizador permitía emplear signos, señales, imágenes que no procedían de la realidad representada. Estos equipos y procedimientos anticiparon la creación de imágenes totalmente digitales y sintéticas, solas o combinadas con la imagen real posibles a través del ordenador<sup>26</sup>.

Las imágenes sintéticas (también llamadas virtuales, numéricas, o de ordenador) no necesitan para su realización ningún objeto real convertido por la cámara en imágenes ópticas. No necesitan cámaras, ni objetivo, ni luz. Es una imagen inmaterial, vuelta memoria digital, producto de cálculos y operaciones matemáticas efectuadas por el ordenador (con la mediación del programador y realizador). La gran ventaja de esto no es sólo poder manipular la imagen punto a punto sino crear imágenes sin los límites físicos de la percepción humana y de la óptica tradicional a través de perspectivas, puntos de vista, posiciones de cámara y movimientos que son imposibles en la realidad. «Esto permite imaginar sistemas y universos totalmente inventados y, por tanto, trabajar en un terreno de creación artística con una libertad que desde luego no tiene precedentes»<sup>27</sup>.

El estatuto de lo audiovisual, vinculado siempre con la cuestión de la representación, cambia ante la realidad de imágenes autogeneradas<sup>28</sup>. Resulta anacrónico e inútil seguir hablando de lo audiovisual en los términos que hasta ahora lo hicimos.

«Ahora la visibilidad ha mudado de régimen cualitativamente, cambiando el modo de producción (como el de almacenamiento, de intercambio y de uso social)»<sup>29</sup>.

Estamos frente a una nueva materialidad, una materialidad inmaterial, cercana más a lo onírico y a la imaginación que a los objetos físicos. Si la imagen virtual<sup>30</sup> contiene elementos «potenciales», estamos en presencia de algo que es mucho más que una imagen. Con la virtualidad de las funciones, la imagen pasó del estatuto lexical al sintáctico (no olvidemos que la imagen, en tanto vinculada con la representación, desempeñó el mismo papel lexical que la palabra escrita). Desde ahora, la imagen está en condiciones de ser operador gramatical, principio de acción. La representación ha perdido su carácter unívoco; para poder detentar poder sobre las cosas ya no es necesario representarlas. Basta con escoger las propiedades que se precisen: no es necesaria una visualización. Antes, nuestras imágenes aislaban las funciones, ahora las funciones crean la imagen que las «representa». Se ha gestado un nuevo pensamiento, un aparato neuronal de interfaces de razonamiento autónomo. La innovación de una máquina de ver es la innovación de una visión sin mirada: posibilidad de experiencia sin representación.

No podemos negar la influencia de las nuevas iconografías electrónicas en la crisis de los diversos sistemas de representación. Asistimos a una espectacularidad digitalizada. Tampoco podemos olvidar que esas nuevas iconografías no son sino relaciones (de síntesis, numéricas, holográficas) y deben ser comprendidas dentro del amplio cuadro de la trilogía Hombre-Mundo-Máquina. Las fantasmas toman cuerpo y se transforman en extensiones de nosotros mismos. Comienza una desilusión en una multitud de voces. El pensamiento

<sup>25</sup> Cfr. Zunzunegui, *Op.cit.* p.227.

<sup>26</sup> Antes de 1970 las producciones de video trabajaban con «imágenes reflejadas», a partir de entonces emplean también «imágenes autogeneradas». Cfr. Pérez Omia, *Op.cit.* p.125.

<sup>27</sup> *Ibid.*, p.123.

<sup>28</sup> Alain Renaud, *Comprender la Imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo Imaginario*, en *Videoculturas de Fin de Siglo*, Agata Piromallo & Alberto Abruzzese (comp.), Madrid: 1990, p.11-26.

<sup>29</sup> *Ibid.*, p.22

<sup>30</sup> Cfr. Derick de Kerckhove, *Implicaciones psicológicas de las realidades virtuales. El renacimiento ha terminado*, *Telos*, 24, p.75-83. Julio Plaza, *Las imágenes de tercera generación. Crisis de los sistemas de representación*, *Telos*, 24, p.93-111.

respira, mira, tiene aroma, puede ser tocado y hasta es capaz de hablarnos desde un Otro holográfico. Montaje especular.

Con esta capacidad de proyectar imágenes se logran formas nuevas. No se trata de ciencia ficción sino de conciencia-ficción. El lugar ya no es el ojo. Es la mente, el espíritu, la conciencia. Poco importa. El video se volvió pensamiento y llave de infinitos mundos posibles.

### La forma video dentro de la lógica de producción cultural postmoderna

Hemos esbozado las características de la forma video, los elementos que tomó de movimientos artísticos anteriores, la influencia en y de la televisión, en y de la publicidad. Hemos también hablado de su pertenencia al marco de mercantilización propio de esta época, de su correspondencia a una estetización de lo cotidiano. Las características de este «intertexto» son:

#### Como forma:

- Nuevos formatos.
- Combinación heterogénea (imbricación) de géneros / Paso de un género a otro en un mismo producto.
- Acumulación de lenguajes diferentes.
- Fusión de forma y contenido.
- Remisión de un producto a otro o a sí mismo (cita y autorreferencia).
- Prevalencia de la copia-imitación sobre la original.
- Prevalencia del proceso sobre el producto.
- Seriación / Fragmentación / Detalle.
- Estrecha relación entre arte-producción y tecnología.
- Soporte de memoria (oficial y popular).

#### Como producto técnico:

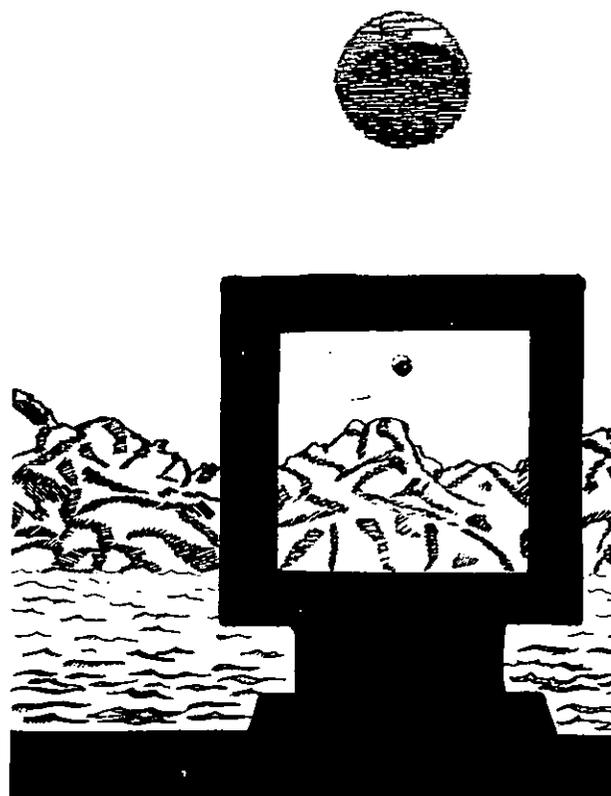
- Sobreimpresiones.
- Fundidos y encadenados.
- Incrustación en parte de la superficie de la imagen de otra imagen.

- Conmutación alternativa de diferentes fuentes de imágenes.
- Asociación entre materiales variados.
- Montajes rápidos.
- Ralentis.
- Variaciones constantes de velocidades.
- Desfases de sonido e imagen.
- Hipernarración (superposición de textos, de idiomas, de señales, de audios, etc.).
- Distorsiones de imágenes.
- Colorizaciones y decolorizaciones.

### Conclusiones

Aunque el video comenzó como técnica propia, diferenciada tanto del cine como de la televisión<sup>31</sup>, ha sido en los últimos diez o quince años cuando ha adquirido un asombroso desarrollo, que le ha

<sup>31</sup> Cfr. Santos Zunzunegui, *Pensar la imagen*. Madrid: 1989, p.222.



hecho ser considerado como **la poesía de la imagen electrónica**. Los elementos que anotamos pueden componer esa nueva estética, influenciada profundamente por el equipamiento digital y, particularmente, por el uso de la incrustación más allá de las posibilidades del Chroma Key. Esta amplia posibilidad de inclusión de imágenes, provoca un cambio radical en el trabajo de edición instaurarse un nuevo concepto de profundidad vertical dentro del cuadro y de la misma toma, o entre cortes, que genera una nueva gama de posibilidades expresivas.

Si en un principio el video no fue más que un almacén de imágenes que se utilizaba para otros medios (la televisión), luego se «independizó» para dedicarse a producciones publicitarias o artísticas. El mismo mercado para uno y otro. La incorporación del ordenador (videomática) ha desarrollado técnicas insospechadas basadas en la mezcla y confusión de la imagen grabada de la realidad con los efectos creados electrónicamente. El éxito del video se debe a que, al ser un soporte magnético, permite una mayor rapidez (frente al complejo proceso de revelado y montaje del cine) y a su comodidad y bajo costo (se puede borrar, copiar, volver a grabar...). El video se ha convertido en un medio personal y descentralizado, en el que *cada cual puede generar imágenes o modificarlas a su gusto*. Esto implica una revolución de la forma video al permitirnos trabajar en el campo de las interfases (digitalización de la señal y de la misma operación en video), en una *temporalidad múltiple* en la que conviven simultáneamente *pasado y presente, lo real y lo virtual*. Se puede generar un espacio cerrado con una «dialéctica» entre adentro y afuera, entre visibles e invisible, entre *pulsión escópica y onírica*.

¿No son estos los elementos que permiten producir desde *la sensibilidad de una época postmoderna*?

## Bibliografía

- Albertini, Rossana & Sandra LISCHI. **Metamorfosi della visione. Saggi di pensiero elettronico**. Pisa: ETS, 1988. 205 p.
- Belloir, Dominique. *Vidéo art explorations, Cahiers du Cinéma* (París: Editions de l'Etoile), número extraordinario, 1981.
- Berger, René. **Arte y Comunicación**. Barcelona: Gili, 239. p.
- Bonet, Eugeni y otros. **En torno al video**. 2 ed. México: Gili, 1984. 303 p.
- Charum, Tello. *Video reflexiones, Chasqui*, (33), 1989: 73-77.
- Davis, Douglas & Allison Simmons. **The New Television: a public/provate Art**. Massachusetts: MIT Press, 1978. 303 p.
- Fargier, Jean-Paulo. *¿Où va la vidéo?*, **Cahiers du Cinéma** (París: Editions de l'Etoile), número extraordinario, 1986.
- Gonzalez Requera, Jesús. *Introducción a una teorías del espectáculo, Telos* (Madrid), 4, 1985: 41.
- Hanhardt, John G. **Video culture: a critical investigation**. New York: Visual Studies, Workshop Press, 1987. 296 p.
- Jameson, Fredric. **Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism**. Durham Duke U.P., 1991. 438 p.
- Pérez Ornia, José Ramón. **El arte del Video: introducción a la historia del video experimental**. Barcelona: RTVE, Ediciones del Serbal, 1991. 191 p.
- Preikschart, Wolfgang. **Video. Die Poesie der Neuen Medien**. Basilea: Weinheim, 1987. 502 p.