

DE LOS MEDIA A LA MITOLOGÍA. «ARTE EN LA ERA DE LA CONVERGENCIA»

Desde los tiempos del *Laokoon* (1766) de Lessing en adelante, sucesivos pensadores han aspirado a diferenciar las artes entre sí, determinando las pretensiones y características específicas de cada una de ellas. En el mismo momento en que Reynolds llevaba a cabo un último intento de sintetizar las tradiciones renacentistas de la crítica estética, Lessing demarcaba las fronteras entre la pintura y la poesía, en la primera tentativa sostenida de basar los juicios acerca de las obras de arte en su fidelidad con respecto a las propiedades de su medio. En el siglo xx, los herederos de Lessing, cuando repetían su gesto, tenían, como cabía esperar, las miras puestas en la industria cultural. El *Nuovo Laocoone* (1938) de Rudolf Arnheim lamentaba la corrupción del cine a causa del sonido, al mismo tiempo que el «Towards a Newer Laocoon» (1940) de Clement Greenberg exploraba los antagonismos entre el *kitsch* de vanguardia y el de fabricación en serie¹.

Todo esto parece ahora muy lejano en el tiempo. El arte contemporáneo, en vez de resistirse a las estrategias de los grandes grupos empresariales, con mayor frecuencia parece imitarlas, en busca de formas cada vez más novedosas de reciclar el mismo «contenido» en diferentes medios de comunicación –a la caza de posibilidades de convergencia lucrativa en lugar de diferencia lastradora. Newscorp y otros grupos empresariales análogos combinan actividades en la prensa, la televisión e Internet para maximizar la difusión de sus productos a través de todos los canales disponibles. Los miedos de las empresas a controlar un abanico de medios demasiado reducido y a poseer un «contenido» demasiado parco para reutilizarlo sistemáticamente en todos ellos, constituyeron el principio director fundamental de la fusión entre Time Warner y AOL –paso emblemático de la pulsión por integrar todo medio significativo en un único complejo. Programas de televisión como

¹ Rudolf ARNHEIM, «A New Laocoön: Artistic Composites and the Talking Film» (1938, originalmente en italiano), en *Film as Art*, Berkeley/Los Ángeles, 1960, pp. 199-230; Clement GREENBERG, «Towards a Newer Laocoon» (1940), en *The Collected Essays and Criticism*, vol. I, Chicago, 1986, pp. 23-38.

Gran Hermano (en el que se encierra a varias personas en una casa con cámaras que las vigilan las veinticuatro horas del día) delatan ya la influencia de fenómenos tan novedosos como las *webcams*. De hecho, los sitios web oficiales de este *show* gozan de una enorme popularidad, ya que en ellos la experiencia resulta más «inmediata»: veinticuatro horas al día frente a la media hora diaria en la televisión. En su último libro, *Remediation*, Jay David Bolter y Richard Grusin describen estos fenómenos bajo la rúbrica de lo que ellos denominan la «doble lógica de la *remediación*». Tal y como ellos lo plantean, «nuestra cultura quiere simultáneamente multiplicar sus medios y borrar todo vestigio de mediación: idealmente, quiere borrar sus medios en el acto mismo de su multiplicación»². Su tentativa de aplicar esta noción a toda la historia de la civilización occidental resulta excesiva. Pero la idea de que «un medio se concibe como reforma o perfeccionamiento respecto a otro» acierta a describir una lógica cultural claramente visible hoy en día, pese a que Bolter y Grusin tiendan a tratarla de forma considerablemente abstracta, como si no estuviera impulsada por poderosos intereses. En una era en la que los videojuegos absorben elementos del cine a fin de proporcionar al espectador-convertido-en-usuario una experiencia física más «inmediata», lo que se espera de un medio nuevo es que proporcione una realidad «no-mediada» que las anteriores formas no podían aspirar a alcanzar.

A primera vista, esta tendencia parece socavar la teoría de la simulación de Baudrillard, que rechazaba la obsesión moderna por la especificidad medial, proponiendo en su lugar el concepto de signos que no remiten ni a una realidad predeterminada ni a ningún medio específico. Con una inmensa influencia en el mundo artístico de la década de 1980, Baudrillard sostenía que una economía impulsada por el espectáculo estaba conduciendo a la evaporación de lo real. Bolter y Grusin apenas prestan atención a Baudrillard, salvo para observar que este autor asume una «lógica renacentista de transparencia como norma de la que nuestra cultura se ha apartado» y, por consiguiente, un pasado en el que los signos realistas prevalecían de un modo que ya no es posible. Sin embargo, con independencia de las limitaciones de su esquema histórico, Baudrillard estaba en lo cierto al observar que la cultura de consumo de posguerra exhibía una pasión por el «valor-signo», una intuición que se les escapa a Bolter y Grusin. De hecho, lo que ellos denominan «hipermediatez» –la estética-collage de los sitios web o de los boletines de noticias de la CNN– puede describirse perfectamente en términos baudrillardianos. La hipermediatez proporciona al espectador/usuario un acceso simultáneo a las características de los distintos medios (vídeo, periódico, etc.) y a sus combinaciones, cuyos códigos se disfrutan, por así decirlo, en un plano abstracto³.

Bolter y Grusin sugieren que esta hipermediatez no amenaza sino que contribuye a la pulsión hacia la «inmediatez», dada la plenitud de la experien-

² Jay David BOLTER y Richard GRUSIN, *Remediation—Understanding New Media*, Cambridge, Mass., 1999, p. 5.

³ *Ibid.*, pp. 31-44, 194.

cia que parece evocar. La inmediatez, en otras palabras, constituye por encima de todo un efecto, basado en la recepción del espectador y no en una relación con la «realidad» —como, por ejemplo, en las narrativas tradicionales de la fotografía. En este sentido, la búsqueda contemporánea de inmediatez puede considerarse como una transformación del simulacro y no como un dato transhistórico de la civilización occidental, desprovisto de especificidad social. El valor-signo, el disfrute de la codificidad, ya no resulta suficiente: el simulacro debe también suscitar una experiencia de inmediatez. No puede hablarse de un resultado único de esta transformación. Un afán de inmediatez puede ir del realismo del video digital de las películas *Dogma* —en las que el vídeo digital posibilita un nuevo tipo de *cinéma vérité*— a su ostensible antítesis, representada por los efectos especiales de las superproducciones hollywoodienses⁴. Ambas modalidades proporcionan más «realidad» que antes, por muy claramente que el espectador sea capaz de recordar que un dinosaurio increíblemente «verídico» está generado por ordenador.

En su esfuerzo por reducir toda la historia de la civilización a una pulsión hacia la inmediatez, Bolter y Grusin no sólo se ocupan muy sumariamente de Baudrillard, sino que además tratan el desafío planteado por el arte modernista a los ideales de transparencia e inmediatez prácticamente como una nota histórica a pie de página. Y se interesan aún menos por las respuestas del arte contemporáneo a la lógica de la remediación. Rosalind Krauss ofrece una crítica mordaz a este respecto en su libro *A Voyage on the North Sea*. En él, esta autora condena rotundamente «la moda internacional de las instalaciones y de las obras intermediales» en las artes visuales, en tanto que dispositivos esencialmente «cómplices de una globalización de la imagen al servicio del capital»⁵. Innegablemente, la convergencia medial impulsada por las empresas encuentra eco en determinados tipos de instalaciones, en las que se moviliza una miscelánea de diferentes efectos mediales a fin de estimular los mecanismos sensoriales, y hasta en obras nominalmente confinadas a un medio que dependen del diálogo «intermedial» para su funcionamiento. En la actualidad, suele ser frecuente que los críticos y los directores de museos y galerías de arte hagan hincapié en las formas en las que la pintura se está viendo influenciada por la fotografía y el vídeo; la fotografía se está haciendo más «pictórica», gracias a las posibilidades de la tecnología digital, o los vídeo-artistas están reutilizando fotogramas de películas. Pero el veredicto de Krauss resulta de suyo demasiado «global», como si fuera imposible que cualquier arte intermedial o multimedia escapara a la convivencia con el capital. Aunque Krauss se ha distanciado desde hace tiempo de su antiguo mentor Greenberg, su último intento de teorizar usos artísticos aceptables de los diferentes medios se revela como una reformulación postestructuralista de los principios modernistas de Greenberg.

⁴ Véase Lev MANOVICH, «Reality Media» (manuscrito inédito, 2000).

⁵ Rosalinde KRAUSS, *A Voyage on the North Sea*, Londres, 1999, p. 56.

Según Krauss, la aparición del vídeo en la década de 1960 (especialmente del equipo *Portapak*⁶, asequible para los artistas) fue lo que hizo añicos el «sueño modernista» de la «especificidad medial». Un medio como el vídeo, cuyo empleo se hallaba completamente dominado por las empresas, difícilmente podía tener una «esencia» puramente artística. La lección que esta autora extrae es que los medios deberían ser considerados elementos «diferenciales y autodiferenciadores y, por consiguiente, una estratificación de convenciones que nunca se reduce simplemente a la fisicidad de su soporte»⁷. Para Krauss, esta «estratificación de convenciones» conserva todavía la especificidad medial: la naturaleza «autodiferenciadora» de un medio no implica relaciones «intermediales». Krauss analiza las películas de Marcel Broodthaers de las décadas de 1960 y 1970, en las que este cineasta reutiliza elementos del cine de los primeros tiempos, «primitivo» (mudo, imagen en blanco y negro, etc.), con el objeto de poner al cine al descubierto como estratificación de dispositivos a través de una vuelta a sus primerísimas convenciones. Pero, ¿no presupone asimismo la obra de Broodthaers la amenaza que para el cine representa la televisión, el posible óbito del cine como medio característicamente anticuado?

La reacción del arte o su resistencia frente a la convergencia medial tiene que ver, de un modo hartamente evidente, con su actual capacidad de autonomía. En su *Theorie der Avantgarde*, escrito hace un cuarto de siglo, Peter Bürger analizaba los problemáticos intentos de las sucesivas vanguardias desde el dadaísmo y el constructivismo de apearse del pedestal del aislamiento e integrar el arte en la vida política y social. Aún en 1974, Bürger observaba que la absorción de la vanguardia por parte de la industria cultural constituía una irónica realización de este programa⁸. Durante el *boom* ultraconsumista de la década de 1980, el fin del arte autónomo parecía, de un modo excesivamente perverso, inminente. Hoy en día, en el seno de una cultura en la que la obra de artistas como los fotógrafos de moda y los *VJ's*⁹ de clubs nocturnos, y las revistas de moda y sociedad y las de arte pueden presentar una increíble similitud, la integración del arte en el *Lebensprozess* –para Bürger, el sello de la vanguardia radical– ha alcanzado proporciones distópicas. En estas condiciones, ya no está claro cómo el uso artístico de los medios puede distinguirse de los medios no-artísticos. El «arte» y el «no-arte» parecen estar inmersos en una continua remediación mutua –una vez convertido el arte en espectáculo en los medios de comunicación y las telenovelas en objeto de complejos estudios académicos en otro tiempo reservados a las obras de arte. Boris Groys concluye que en la cultura visual contemporánea, los signos se hallan «escindidos» –pueden

⁶ Literalmente, «paquete portátil». Calificativo empleado para todo tipo de equipos completos, de piezas ligeras y empaquetados en una única maleta o caja para su fácil traslado y manejo. (N. de la T.)

⁷ «*A Voyage*», p. 53.

⁸ Peter BÜRGER, *Theorie der Avantgarde*, Frankfurt, 1974, p. 69.

⁹ *Video jockey*: persona que se dedica a mezclar piezas de audio y vídeo en directo en discotecas, salas de baile, pubs, clubs nocturnos... Nueva versión del ya clásico disk-jockey (DJ), que incluye, junto a la música, la imagen fija y en movimiento. (N. de la T.)

funcionar alternativamente como símbolos de la cultura autónoma o de la cultura comercial, dependiendo del contexto—¹⁰. En determinado marco, un artefacto puede ser considerado complejo y autorreferencial; en otro, consumido como espectáculo. La cultura, en estos momentos, consiste simplemente en estos signos así de volátiles, a disposición de cualquiera. Es harto comprensible que Krauss quiera que el arte conserve cierta capacidad de resistencia ante Newscorp y AOL-Time Warner, pero el coste teórico de su enfoque es elevado. Resulta significativo que esta autora emplee diferentes plurales a fin de distinguir los «medios» artísticos de los «media» controlados por los grandes grupos de comunicación, con objeto de evitar la contaminación entre ambos. Su estricta separación de la lógica «autodiferenciadora» de los primeros de la fuerza homogeneizadora de los últimos constituye nuestro *Laoconte* más reciente. Pero, ¿la necesidad de oponerse a las presiones de la industria del espectáculo en pro de la convergencia tiene acaso que significar un aislamiento autoimpuesto del arte con respecto a los media dominantes? Tal vez el ermitaño que se mantiene libre de las tentaciones mundanas sea puro, pero se expone a que el mundo se olvide de él.

Inmediatez y naturalidad

Andy Warhol fue el primer artista que explotó plenamente las consecuencias del signo escindido, y fue castigado por su transgresión por la principal revista de arte estadounidense, *Artforum*, que durante los últimos años de la década de 1960 y toda la de 1970 le ignoró casi por completo, a causa de su mercantilismo. Al final, sin embargo, Warhol consiguió no tener que elegir. Aunque su credibilidad en el seno de la vanguardia se vio por momentos a ras de suelo, siguió siendo simultáneamente un artista reconocido y una celebridad del mundo empresarial. Con Warhol, la línea divisoria entre los «medios» y los «media» se había hecho translúcida: este artista importaba imágenes de la cultura de masas en su obra para luego devolverlas modificadas. Hoy en día, cualquier artista empeñado en producir un arte autodiferenciador, en cuanto que goce de una pizca de éxito, se expone a verlo asimilado sin esfuerzo alguno por los mismos media a los que pretendía resistirse: junto a un plato de diseño en una revista de lujo. El sino de cualquier forma original es figurar en los media; el arte se ve continuamente «remediado». La teoría estética aplazó la comprensión de esta idea mientras resultó remotamente posible ignorar el proceso en marcha, mientras pudo aún ser descartado como algo incidental, ajeno a la naturaleza del arte. Sin querer enfrentarse a las consecuencias, Krauss intenta encontrar una nueva forma de separar estas dos esferas.

Resulta más provechoso tomar la convergencia de los «media» y de los «medios» en la cultura contemporánea como un dato y estudiar las posibi-

¹⁰ Boris GROYS, «Fundamentalismus als Mittelweg zwischen Hoch- und Massenkultur», en *Logik der Sammlung*, Munich/Viena, 1997, pp. 63-80.

lidades para las prácticas críticas en el seno de esta esfera unificada. Bolter y Grusin son de poca ayuda en este sentido. La naturaleza limitada de su noción de lo «inmediato» se hace evidente si la comparamos con la noción de Roland Barthes de lo «natural» en *Mythologies* (1957). Partiendo de una consideración de los medios de comunicación de masas como vectores del mito, Barthes atacaba las diferentes formas en las que éstos combinaban el texto y la imagen para devolver a la cultura una apariencia de naturaleza. Para este autor, el mito constituía un «sistema semiótico de segundo orden» que reducía las palabras «a una pura función significante», mera «materia prima» para sus operaciones¹¹. La fotografía de un soldado negro saludando la bandera francesa significa que la nación francesa es universal, que está abierta a todas las razas –un significado que el consumidor del mito interpreta «no como motivo sino como razón»¹². Aunque Barthes no anclaba su empresa «mitológica» explícitamente en su propia época, ésta tuvo claramente su origen en las sociedades saturadas por los media de la Europa de posguerra. Los objetos de su análisis se extendían desde los «romanos del Cine» hasta una instantánea de Gide de vacaciones aparecida en *Le Figaro*, los anuncios de jabón en polvo, «Abbé Pierre en los Media», el «Rostro de Garbo» o la fotografía electoral. En la segunda parte teórica de su libro, Barthes también daba ejemplos que databan de la antigüedad clásica, pero la urgencia de su empresa provenía de los medios de comunicación de masas de su propio tiempo. Barthes insistía en que el mito vive de la repetición: a fin de inducir la ilusión de lo natural, los mitos se reiteran a sí mismos incesantemente en textos o imágenes, siendo la variación de estos últimos esencial para evitar el aburrimiento y el desencanto. Hoy en día deberíamos quizá añadir que el funcionamiento de los mitos en la cultura contemporánea no requiere exclusivamente una variación de los soportes, sino también una promesa de mejora –lo más novedoso, lo mejor. Es en este punto en el que un afán de «inmediatez» cada vez mayor entra en juego, como naturalización instantánea de lo nuevo que nos permite consumirlo sin pensarlo dos veces.

Barthes emplea el término mito en un sentido bastante técnico, que aparentemente apenas tiene que ver con sus usos tradicionales. No obstante, el modo en el que opone el mito a la razón tiene una larga historia tras de sí. El mito como Otro frente a la razón ha sido considerado de muy diversas formas, desde curativo hasta fascinante o amenazador. El primer idealismo alemán buscó una unión dialéctica de la razón y el mito: el autor del denominado *Ältestes Systemprogramm des deutschen Idealismus* (1796-1797), que según las suposiciones de la mayor parte de los eruditos fue el joven Schelling, apelaba a una «mitología de la razón» para remendar y completar la Ilustración. Con una inspiración más conservadora, el «Rede über die Mythologie» de Friedrich Schlegel, incluido en *Gespräch über die Poesie* (1800), contraponía directamente el sueño de una nueva mitología a la Ilustración, dentro de un espíritu de anhelo romántico de un retorno a

¹¹ Roland BARTHES, *Mythologies*, trad. al inglés por Annette Lavers, Nueva York, 1972, p. 114.

¹² *Ibid.*, p. 129.

una época en la que el mundo se hallaba todavía libre de la razón moderna. Peter Bürger ha descrito este proyecto como «expresión de un anhelo de inmediatez», de renovación de una unidad prerracional entre la humanidad y la naturaleza¹³. Una noción muy similar reapareció en la «sociología de lo sagrado» a la que aspiraban Georges Bataille y sus compañeros de pensamiento del *Collège de Sociologie* de finales de la década de 1930, y, posteriormente, en las ideas de McLuhan en la década de 1960: «Los jóvenes viven hoy en día de una forma mítica y honda»¹⁴. La originalidad de McLuhan residía en su concepción de medios como la televisión, con frecuencia considerados instrumentos de alienación, como –por el contrario– vehículos para la recuperación de un estado prerracional, natural y, por así decirlo, «no-mediado». Se trataba de un Romanticismo para la era de los medios de comunicación de masas, en la que el anhelo de inmediatez mítica adoptó formas inimaginables para los *Frühromantik*. Ya no eran los poetas los que habían de alcanzar tal inmediatez, sino la industria cultural. Evidentemente, no se trataba de un verdadero salto atrás hacia un mundo de encanto primordial, sino –tal y como ha sostenido Vilém Flusser– del ingreso en un nuevo tipo de mitología programada, codificada¹⁵.

Probablemente, el traficante de mitos más famoso e influyente hoy en día sea George Lucas, cuyas películas de *La guerra de las galaxias* deben mucho a los escritos jungianos de Joseph Campbell, que identifican un «monomito» del héroe en todas las culturas¹⁶. Las elucubraciones de Campbell apenas tienen fundamento: las pruebas a favor del tema supuestamente «universal» del héroe engullido por un pez descomunal no van mucho más allá de Jonás¹⁷. Pero Campbell proporciona cándidos ingredientes para un relato, y Lucas incorpora oportunamente un tema «ballena» en *El imperio contraataca*, en el que el Halcón Milenario resulta engullido por cierto tipo de gusano espacial descomunal. No obstante, las alforjas de Campbell no podían hacer de *La guerra de las galaxias* algo verdaderamente mitológico; hizo falta una repetición incansable en los media convergentes para conseguirlo. Norman Klein ha descrito cómo observaba a un niño que había visto *La guerra de las galaxias* innumerables veces en el cine, jugando un videojuego de *La guerra de las galaxias* en una galería, en una especie de unión mística con el mundo de las películas en el que el niño podía ahora participar «realmente»¹⁸. A su vez, las propias superproducciones de la pantalla grande se han visto cada vez más influenciadas por el ritmo y la estructura de los videojuegos. La confluencia e infiltración

¹³ Peter BÜRGER, «Über den Umgang mit dem andern der Vernunft» en Karl Heinz Bohrer, ed., *Mythos und Moderne*, Frankfurt, 1983, p. 46.

¹⁴ Marshal McLUHAN y Quentin FIORE, *The Medium is the Massage*, Nueva York, 1967, p. 100.

¹⁵ Vilém FLUSSER, «Mythisches, geschichtliches und nachgeschichtliches Dasein» (1981), en *Nachgeschichte*, Frankfurt, 1997, pp. 194-204.

¹⁶ Chris SALEWICZ, *George Lucas*, Londres, 1998, pp. 46-47.

¹⁷ Robert SEGAL, «Joseph Campbell's Theory of Myth» en Alan DUNDES, ed., *Sacred Narrative. Readings in the Theory of Myth*, Berkeley/Los Ángeles, 1984, pp. 256-269.

¹⁸ Norman KLEIN, *7 Minutes: The Life and Death of the American Animated Cartoon*, Londres/Nueva York, 1993, p. 251.

mutua de los diferentes medios teje una red cada vez más apretada alrededor del consumidor.

Mientras *La guerra de las galaxias* se repite en un abanico, que se extiende desde las películas a los objetos y los videojuegos que recrean las mismas, en el cual la remediación y la inmersión míticas del espectador alcanzan nuevas cotas, el sitio web de *Gran Hermano* hace que el programa de televisión parezca más auténtico, y el programa de televisión hace el sitio web más real, porque queda validado por la televisión. Evidentemente, existe una importante diferencia entre *Gran Hermano* y *La guerra de las galaxias*, ya que en el primer caso se trata de «TV-realidad» y en el segundo, sin lugar a dudas, de ficción de alto presupuesto, pero el mito, tal y como lo define Barthes, puede valerse tanto de la «ficción» como de la «no-ficción». Tal vez el «monomito» de Campbell sea un espejismo, pero disponemos de un vehículo perfecto para el mito en aquello a lo que determinados teóricos se refieren como «monomedio» digital en el que se fusionan todos los medios.

Remitificar el mito

Más próximo a la tradición de la Ilustración que a la del Romanticismo, el Barthes de *Mythologies* criticaba en realidad los mitos de los medios de comunicación de masas como continua traición a la razón, degradada a mero material para que el mito tomase fuerza. Lo que hace que su obra siga resultando valiosa es el hecho de que además fuera consciente de que la razón no puede condenar el mito desde el exterior, sino que tiene que actuar en su interior y a través de él. Si bien en ocasiones su distinción entre «consumidores del mito» pasivos y «mitólogos» críticos parece todavía presuponer un punto de vista externo al mito, otras observaciones apuntan en otra dirección: «A decir verdad, la mejor arma contra el mito consiste quizá en mitificarlo a su vez y producir un mito artificial: y este mito reconstituido constituirá de hecho una mitología. Puesto que los mitos le roban algo al lenguaje, ¿por qué no robar al mito?»¹⁹. Aquí Barthes se aproxima a la exigencia del *Ältestes Systemprogramm des deutschen Idealismus* de una mitología de la razón. Al igual que el *Systemprogramm*, este autor quería ir más allá de la oposición abstracta entre la razón y el mito, con objeto de poner a la razón en condiciones de emplear medios míticos; y al igual que Schelling, este autor tampoco ofrecía al artista un programa acabado, sino un ideal difícil de alcanzar. La obra posterior de Barthes, pese a todas sus otras virtudes, no avanza gran cosa en este sentido. Un texto como *La chambre claire*, su libro sobre fotografía, se repliega hacia lo que constituye esencialmente una idea decimonónica del realismo, en la que la relación del arte con una realidad preexistente figura como antídoto frente a los mitos de los media modernos²⁰. Hay un aspecto evasivo en esta reso-

¹⁹ Roland BARTHES, *Mythologies*, cit., p. 135.

²⁰ Roland BARTHES, *La chambre claire*, París, 1980.

lución: Barthes mismo no estuvo a la altura de su propio programa de remiti-ficación del mito.

Evidentemente, el proyecto es realmente difícil de sostener. Resulta improbable que produzca alguna vez algo más que apaños provisionales e inconclusos, que fracasarán de formas siempre nuevas a la hora de cumplir con sus promesas. Pero no por ello resulta menos necesario. La obra del pintor estadounidense David Reed, que hunde sus raíces en el modernismo tardío de la década de 1970, ofrece algunos atisbos de lo que podría ser una práctica «verdaderamente mitológica» en las artes visuales. Desde entonces, Reed ha desarrollado una forma de abstracción sagaz, sobreco-gedoramente irreal, en la que bucles o pliegues ornamentales que parecen fotográficos más que pictóricos flotan en un espacio tecnicolor. Estas obras en ocasiones se combinan con fotogramas o vídeos, con secuencias de películas que contienen pinturas de Reed insertadas digitalmente. Una exposición de Reed en el interior y alrededor de una habitación de espejos barroca en un museo de Graz se centraba en fotogramas de películas de vampiros, especialmente en «escenas de no-reflejo»: el vampiro no se refleja en los espejos. Desde un punto de vista lógico, tampoco se podría fotografiar o filmar a los vampiros, porque las cámaras funcionan con espejos. Reed y sus críticos aliados veían en este tema un síntoma de los miedos a que la modernización convirtiera a la gente en vampiros sin alma semejantes a sus representaciones mecánicas. El mito de Drácula no se examina aquí, siguiendo el estereotipo, en función de sus connotaciones sexuales: se liga a las patologías del cambio técnico y social. ¿No se volvió abstracta la pintura en el momento en el que la fotografía se hizo cargo de las funciones de la representación fidedigna? ¿No constituyen los cuadros abstractos «imágenes vampíricas» que convierten a todo espectador en un vampiro al no devolverle su «reflejo» —es decir, la representación de un universo reconocible? Tales preguntas vienen planteadas por la yuxtaposición de fotogramas extraídos de películas de vampiros y de los pequeños bocetos de Reed de dos grandes cuadros; estos cuadros se encuentran a su vez yuxtapuestos a los grandiosos espejos barrocos. Puesto que tanto la pintura como las personas se ven igualmente vampirizadas por el cambio tecnológico, Reed crea una interacción cautivadora pero también enigmática de medios, en la que el vampiro se convierte en una mitología llena de sentido, en lugar de aparecer como mito insípido y sobreexpuesto²¹.

El tema de los muertos vivientes vuelve también en las fotografías dramatizadas y manipuladas digitalmente de Jeff Wall —obras como *The Vampires' Picnic* (1991) y *Dead Troops Talk (A Vision after an Ambush of a Red Army Patrol near Moqor, Afghanistan, Winter 1986)* (1992). Esta última muestra a soldados soviéticos, prácticamente despedazados, intercambiándose chistes mientras los muyahidin saquean sus pertenencias.

²¹ Véase el catálogo de la exposición *New Paintings for the Mirror Room and Archive in a Studio off the Courtyard by David Reed*, Neue Galerie am Landesmuseum Joanneum, Graz, 1996, con textos de David Reed, Peter Weibel y Hanne Loreck.

Esta meticulosa composición –presentada, al igual que la mayor parte de las obras de Wall, en forma de gran transparencia sobre una *lightbox*²²– ofrece una versión contemporánea grotesca de las *grandes machines* de la pintura decimonónica del Salón²³. Basándose en el periodismo fotográfico, Wall convierte sus fuentes en una especie de versión fotográfica de la pintura del Salón, en la que las diferentes piezas de la composición (dramatizada) quedan unidas a través de medios digitales. Pero, mientras que el periodismo fotográfico se nutre de personas muertas y heridas, Wall invoca a los vivos. El lazo de la fotografía con la mortalidad, sobre el cual insiste Barthes en *La chambre claire*, ha quedado revocado al convertirse ésta en posfotografía digital, capaz de representar prácticamente cualquier cosa. Reed y Wall muestran la lógica mítica de la remediación y la convergencia en sus aspectos más enigmáticos y destructivos. Pero en su obra, la inteligencia visual y la intuición histórica se conjugan en una práctica que apunta más allá de la alternativa defensiva entre medios o media.

²² Caja metálica iluminada desde el interior con luz artificial, muy utilizada para los anuncios publicitarios, que Jeff Wall emplea desde 1978 como modalidad expositiva para acentuar el grado de construcción y performatividad de sus imágenes. (N. de la T.)

²³ Aquí el autor se refiere a la exposición anual que desde 1667 celebraba en París la Real Academia de Pintura y Escultura francesa y que reunía la obra de artistas europeos todavía con vida. En sus primeros momentos, la exposición tenía lugar en el Salon d'Apollon del Louvre, de aquí que comúnmente se la denomine «el Salón». Fue un punto de encuentro clave de la pintura y escultura europea hasta que, a finales del siglo XIX, la hostilidad de la Academia frente a la obra de los artistas más novedosos acabó empañando su reputación. (N. de la T.)