

ARTIUM
Centro-Museo Vasco de Arte Contemporáneo
Vitoria-Gasteiz

Exposición

Jaime Davidovich. *Morder la mano que te da de comer*

Sala Norte, desde el 2 de octubre de 2010 hasta el 9 de enero de 2011

The Live! Show y alrededores. Visita al laboratorio del Dr. Videovich

Arturo / fito Rodríguez

1. La televisión como proyecto artístico.

De las tormentosas relaciones entre el vídeo y la televisión, entre los artistas del vídeo y el complejo entramado televisivo se han ocupado muchos estudios. El relato de este maridaje, sometido siempre a la urgencia por «hacer historia», como apuntaba Marita Sturken,¹ ha sido revisado y reinterpretado por las nuevas generaciones tanto de creadores del vídeo, como de creativos publicitarios o de directivos de cadenas de televisión.

Las transferencias entre el arte y la televisión son tantas como entre el arte y la sociedad, de hecho, la televisión ha sido el principal artífice de introducir lo popular en el ámbito general de la cultura y de difuminar las barreras entre lo privado y lo público.

La televisión como fenómeno social ha ido ganado espacio progresivamente en el imaginario colectivo de las artes visuales, asimilando las teorías de los medios (desde la «Teoría de la radio» de Bertolt Brecht hasta la continua revisión de los estudios culturales), asimilando las teorías cinematográficas (tanto de los modelos de representación narrativa como documental), así como las nuevas posibilidades digitales (en todas sus formulaciones técnicas y sobre todo en su definitiva inserción en Internet).

El desplazamiento de la potencialidad creativa del medio televisivo hacia territorios de mercado y de influencia ideológica lo convertirá en un escenario anhelado, pero también denostado para el ámbito artístico, que en contadas ocasiones tendrá acceso a las posibilidades de emisión.

Sin embargo, se quiera o no, para buena parte de los artistas que realizan su trabajo desde los años setenta, el reflejo de la televisión será determinante, junto con otras influencias provenientes de la sociedad de consumo, en el camino hacia la (¿inevitable?) integración de su trabajo en el espectáculo de la posmodernidad. Pero si bien resulta evidente la influencia de la televisión en el arte de finales del siglo pasado, lo cierto es que la potencia del mensaje televisivo, su capacidad de amplificación y su presencia hegemónica ha dejado a la vanguardia artística ante una fría sensación de bloqueo, evidenciando como dice Hobsbawm «el presunto fracaso del discurso de la modernidad artística frente a la pujanza de los mass media, entendidos estos como nueva esfera de comunicación social»².

Sin embargo existen momentos y prácticas que habiendo surgido de la audacia creativa del arte llegaron hasta otros ámbitos de influencia social, como son la televisión por cable y el de acceso público. Este nuevo escenario dio lugar a algunas experiencias dignas de una reemisión en clave de proyecto artístico. El caso de *The Live! Show* es una de las más destacadas.

2. Una cápsula espacio-temporal

Uno de los primeros programas de *The Live! Show*, fechado el 28 de Diciembre de 1979, puede verse en YouTube. Esta circunstancia cierra perfectamente un bucle bien elocuente. Por un lado, nos habla del desarrollo de los medios televisuales y

¹ Marita STURKEN: «Paradox in the Evolution of an Art Form: Great Expectations and The Making of a History», in *Illuminating video. An Essential Guide to Video Art* (Ed.: Doug Hall & Sally Jo Fifer), Aperture, 1991.

² Eric HOBBSBAWM: *A la zaga. Decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX*, Barcelona: Crítica, 1998.

de sus posibilidades, pero al mismo tiempo redimensiona un programa como este, al conformar un escenario de recepción inusitado para aquella propuesta cuasi marginal de televisión de proximidad.³

Desde nuestra perspectiva actual, aquella experiencia ha mutado, ha atravesado el tiempo y los medios de difusión en una cápsula espacio-temporal. La experiencia que supuso *The Live! Show* se nos presenta ahora como una memoria viva, nos da cuenta de la audacia por conseguir el acceso a los medios de comunicación desde nuevos planteamientos creativos. En cierto modo, hay una conexión de aquellas inquietudes con las intenciones que nos transmiten hoy algunos videoblogs y ciertos proyectos on line de divergencia cultural. Las herramientas de comunicación y las políticas en las que se ven inscritas ambas situaciones son realmente muy distintas, pero existe algo que permanece en esencia y es capaz de atravesar las circunstancias históricas, nacionales y de los medios de comunicación. Se trata de un (siempre) nuevo intento por tener voz, palabra, reflejo, eco, un intento más por impulsar visiones disidentes y hacerlo desde el ámbito cultural, desde la autogestión del tiempo y de los contenidos, en definitiva, desde el planteamiento político que resulta ser siempre un experimento en la gestión de la comunicación.

El artículo de Robin White⁴ «Great Expectations: Artists' tv Guide», publicado en la revista *Artforum* en verano de 1982, advierte ya por entonces de la existencia de una actitud artística que en los años setenta comienza a ver la televisión como un medio de comunicación de ida y vuelta, y no tanto no como un nuevo soporte para un formalismo de autor. Pero el potente influjo de la institución artística y fundamentalmente de su sistema económico llevará finalmente a muchos autores a entender el vídeo como algo escindido de la televisión, como un soporte más de creación artística (monocanal, instalación), que siempre será más permeable a la subjetivación y a la objetualización y, por tanto, más rentable en términos de valor aurático y económico.

Esta grieta, en la que trabajaron iniciativas de emisión como SoHo Television o Artist Television Network, propicia un rico territorio de reflexión y experimentación para abordar esas presuntas contradicciones entre el vídeo y la televisión. Un experimento comunicativo creado a través de la comunidad, que a la vez es capaz de crear comunidad, y que utiliza para su desarrollo la herramienta del acceso público a la televisión por cable.

En este sentido *The Live! Show* es un dispositivo artístico que se crea no tanto para ser contenedor de trabajos artísticos, sino como una propuesta artística en sí dentro de la esfera televisiva. Uno de los aspectos principales del programa es su pertinaz voluntad de «pensar» la propia televisión; pensar eso (la televisión), que por su carácter popular, incesante y omnipresente, tiende a salirse del conjunto de cuestiones sobre las que hay que pensar. Y para ello, el programa activa un ejercicio crítico de muy distintas formas: revisando la actualidad de las revistas especializadas, dando cabida a diferentes propuestas televisivas alternativas, atendiendo a la actualidad de la televisión por cable y a sus políticas, así como a los movimientos y a las programaciones de las grandes corporaciones. La televisión como objeto de estudio está también presente en su personaje principal, el Dr. Videovich, en el personaje de la tira gráfica *Tee Vee, the pour soul of Television* (un microespacio de *The Live! Show*) y en la cobertura especial de eventos relacionados con el ámbito televisivo. Toda esta autorreferencialidad se trata desde la perspectiva artística en que se instituye el programa, dando sentido a la identificación entre proyecto y emisión (el programa como proyecto y la emisión como soporte), algo que le permitirá a Davidovich trabajar desde una total libertad creativa.

Esta utilización del espacio televisivo, este modo de incorporarse al flujo de la emisión, hace aún más pertinente la frase de Alexis Vaillant: «Los artistas nos demuestran que lo que está en juego concierne ante todo a la naturaleza misma del espacio de difusión»⁵.

Así, en la experiencia de Davidovich al frente de *The Live! Show* encontramos una estrategia de infiltración apoyada en la convicción de que el verdadero lugar para las artes se encontraba en los nuevos espacios comunicativos que se abrían por entonces. Se trata de una convicción proveniente de las vanguardias artísticas, una convicción en estado puro que busca el

³ La idea de Proxiviación o «televisión de proximidad» ha sido descrita en el libro de Franco BERARDO (Bifo) et al.: *Telestreet; máquina imaginativa no homologada*, Barcelona: EL Viejo Topo, 2004, que centra su atención en las telestreets italianas nacidas en los años setenta. En este sentido es destacable también la experiencia de HoeksteenTV de Amsterdam. Cercana a esta idea de «proxiviación» se encuentra el término «micro televisión», acuñado por René Berger y citado por Eugeni Bonet en el texto «Alter-Video», en *En torno al video*, Barcelona: Editorial GG, 1980.

⁴ Robin White es editor de la revista *View* y coeditor, junto a Jaime Davidovich, de *TV Magazine*. Vol I, no. 1, primavera de 1983, Nueva York.

⁵ Alexis VAILLANT: «¿No nos hemos visto antes en algún sitio?» (sobre la obra de Matthieu Laurette), *Zehar: Boletín de Arteleku*, nº 41, invierno de 1999

acercamiento entre arte y sociedad, que planta cara en tiempo real a un mercado del arte en pleno proceso de desbocamiento y a un *star system* artístico alejado ya de toda capacidad transformadora y llamado a identificarse con el espectáculo.

3. En busca de la vanguardia perdida

Si bien la primera aparición de *The Live! Show* data de diciembre de 1979, su emisión no se asienta hasta el año 1982, y es entre los años 1982 y 1983 cuando el programa funciona a pleno rendimiento y con una estructura definida.

En aquellos primeros programas, en los que la música tiene una presencia destacada, Davidovich deambula por el plató ataviado con una bata y manejando una de las cámaras. Como si se tratase de Tadeusz Kantor⁶ participa y dirige en directo la representación; interviene, se cruza por la pantalla y toma planos imposibles que se insertan en la realización en directo. Aquel formato, en el que participaba como presentadora Carole Ann Klonarides, no duraría mucho tiempo. Si bien su carácter *underground* en la línea de programas como *TV Party*, de Glenn O'Brien⁷, atendía al mundo del arte, no tenía todavía el marchamo de programa artístico que ganaría con el tiempo.

Con anterioridad a *The Live! Show*, la labor de *Soho Television presents*, el programa de Artists' Television Network, se mantuvo muy activa. Entre 1978 y 1981, hay que señalar una larga lista de programas que fueron posibles gracias a la participación de Davidovich como productor ejecutivo. De esta manera se ejemplifica la idea del autor como productor (idea clave en las nuevas prácticas culturales), una labor que dará proyección a una serie de experiencias que, provenientes de la esfera artística, nunca antes habían tenido lugar en el ámbito de la televisión y que de hecho constituyen hoy una serie de documentos históricos, como son las intervenciones de John Cage, de Cindy Sherman o de Vito Acconci en el programa. No hay que olvidar la confluencia en el seno de la asociación A.T.N. de iniciativas como *The Kitchen* o *Anthology Film Archives*, junto a otros espacios alternativos de la época, lo que propicia el acoplamiento de muy distintas posiciones con respecto al arte del momento.

Pero también durante esa época tienen lugar otras muchas aventuras que el propio Davidovich protagoniza y que suponen un progresivo acercamiento a las posibilidades del medio televisivo. De entre ellas cabe destacar su experiencia con *Qube Project*, el primer proyecto comercial de televisión interactiva. Como parte de un test de las posibilidades de este novedoso sistema, Davidovich (enfundado en su bata de artista, doctor, especialista), participa en una emisión en vivo a través del Warner-Anex Qube de Columbus, Ohio, en 1980. Davidovich y Carol Stevenson aparecen con un monitor en la mesa y dos cámaras en funcionamiento. La audiencia, haciendo uso de un mando especial, decidía sobre la realización en directo del programa. Davidovich no perderá la oportunidad de demostrar, no sin una importante carga irónica, que cualquiera puede convertirse en videoartista si utiliza creativamente las nuevas posibilidades tecnológicas.⁸

En su búsqueda de la verdadera noción de «vanguardia», Davidovich emprenderá un recorrido apoyado en la encuesta y en las posibilidades de movilidad que ofrecían los nuevos equipos. Así, con la entrevista como método, intentará conocer cómo se percibe el arte y cómo es recibido en sus nuevos formatos y circunstancias por el gran público. *Adventures of the Avant Garde* (1981), es un documental «de (auto)búsqueda» en el que el autor pregunta por el significado de «vanguardia» a artistas como Michael Smith, a escritores como Walter Robinson, a profesores universitarios o gente de la calle. Finalmente, la pregunta llega al Museo y a la Galería de Arte, donde el encuestado por este tema es el jefe de seguridad.

The Gap (1983) mantiene el interés por la opinión y la participación del público en aspectos ligados a la televisión y a las artes. Este documental especial del programa *The Live! Show* se realiza con motivo de una muestra de Davidovich en el Museo de Long Beach de California. El autor visita el museo y un típico *mall* comercial, donde la presencia del arte adquiere su

⁶ Tadeusz Kantor (1915 – 1990), pintor, artista, director de teatro, escenógrafo y escritor. Reconocido por sus presentaciones teatrales revolucionarias, su actitud artística se inspiró en el constructivismo, el dadaísmo, la pintura informal y el surrealismo.

⁷ Entre 1978 y 1982 Glenn O'Brien condujo un programa en la televisión por cable de acceso público de Nueva York llamado *TV Party* en el que participaron figuras *underground* como David Byrne, Klaus Nomi, August Darnell, Fab 5 Freddy, Jean-Michel Basquiat, Amos Poe, y bandas como Blondie, The Clash, DNA, and The Fleshtones.

⁸ *Qube Project. Video art* es una pieza de cinco minutos de duración. Utilizando el sistema QUBE, Davidovich conduce un programa piloto en el que los espectadores seleccionan el encuadre, el color de fondo, la música y los efectos electrónicos para realizar una pieza de videoarte. Davidovich demuestra cómo los avances tecnológicos acercan la creación artística en vídeo al gran público.

dimensión más comercial, poniendo así en relación los dos ámbitos públicos y preguntándose por el verdadero lugar del arte y por su incidencia real en nuestra vida cotidiana.

Saludos Amigos (1984) es un retrato satírico de la sociedad sureña norteamericana que profundiza en la grieta entre arte y sociedad, tomando el formato televisivo como testigo de esta situación.

Sin duda todos estos trabajos de campo, documentales inclasificables surgidos de la necesidad de *feed back* para su proyecto televisivo, serán los pilares en los que se apoyará: *The Live! Show, Variety Show of the Avant Garde* (el show de variedades de la vanguardia).

4. Un tv lab en vivo y en directo

A partir de 1982 y durante dos intensas temporadas, el Dr. Videovich conducirá *The Live! Show*. Él será quien administre los tiempos y gestione la estructura de las secciones que componen el programa. Videovich, álter ego de Davidovich y extensión histriónica de su rol de artista mediático, aparece definitivamente con bata y dispuesto a tratar problemas de adicción televisiva. Su figura es la de un coordinador que, con marcado acento latino, convierte el programa en rompeolas de nuevas propuestas artísticas, y en este sentido ejercerá de selector (*curator*) y de instigador, de activista y de terapeuta (*curador*). Será un hombre orquesta que recogerá el pulso de la calle, que está justamente tras la puerta de su estudio, en la calle Wooster, para condensarlo en un magazine fresco, capaz de provocar encuentros, situaciones y acontecimientos, siempre desde el vértigo que provoca la realización en vivo y en directo.

Pero el programa será también un espacio de información, de opinión, de crítica y de constante reivindicación del acceso público como herramienta alternativa de comunicación. Así, el microespacio dedicado a la tira gráfica *Tee Vee: the pour soul of televisión* pasa por ser la escenificación del psicoanálisis al que se somete la televisión (el esquemático dibujo de una televisión antropomórfica), convertida en «individuo» con vida propia en el marco de la familia tradicional americana.⁹

A través de la sección *Opinion*, el propio Davidovich, pero también autores, artistas y críticos como Les Levine, John Torreano o Richard Armstrong *The Kid*, entre otros, pudieron dar la versión de lo que acontecía en el panorama del momento, una versión libre y en ocasiones punzante y desmitificadora.

Secciones como *Video Shop* o *Art Lessons* son las más conocidas del programa. Se trata de las insignias de este artefacto audiovisual incrustado en la programación de cable, que huía del sometimiento a la norma televisiva tradicional. *Video Shop* era el escaparate del MTC (Museum of Television Culture), una mirada *kitsch* sobre la implantación de la televisión como objeto de culto en el imaginario popular; una imagen, la de la televisión, que sirve a todas las causas comerciales y que puede adaptarse a todas las formas, funciones y *gadgets* imaginables.

Art lessons es una obra de arte en sí misma, un microespacio televisivo en el que el Dr. Videovich nos adentra en los trucos de la práctica pictórica utilizando los métodos más modernos, así como las técnicas más tradicionales de cara a conseguir los mejores resultados. Ironía constante en la manera de proceder y en la solución de los ejercicios prácticos...

Hasta los segmentos publicitarios del programa nos trasladan a un momento concreto de la vida del barrio y nos aportan datos sobre la vida cotidiana y sobre el modo en que ésta se cruzaba de mil formas diferentes, con una escena artística en plena expansión.

De alguna manera, el hecho de afrontar la emisión semanal y dar cabida a muy diferentes apartados suponía un trabajo de continuo cuestionamiento del medio y de la fórmula televisiva, algo que hoy podríamos catalogar como un laboratorio de nuevos formatos televisivos. Por ello, no resulta aventurado ver en algunas de estas experiencias prototipos del modelo que instauraría más adelante la MTV, o los de ciertos programas de entrevistas, de llamadas en directo y de televenta. Se trata de experimentos surgidos de la precariedad de medios y de la inmediatez, que con el tiempo llegarán a funcionar en la televisión comercial, de igual modo que las prácticas antihegemónicas y los estilos insurrectos tendrán tarde o temprano su lugar en el Museo. Diálogos en directo con invitados, reportajes especiales, conversaciones telefónicas..., la actividad de *The Live! Show* se inventó a sí misma desde la práctica, como un laboratorio que emite sus experiencias en vivo y en directo: el laboratorio del Dr. Videovich.

⁹ Tal y como recoge el texto de Herman Rapaport «On televisión / Off televisión», publicado en 1989 con motivo de la exposición *The Live! Show* de Jaime Davidovich en el American Museum of Moving Image de Nueva York (noviembre de 1989 – enero de 1990), reproducido en este catálogo.

La razón de ser de este artefacto experimental radicaba en su capacidad para crear comunidad, pero sobre todo en su capacidad para dar soporte y proyección a todo el caudal creativo que existía en ese momento, a través de un formato televisual flexible e imaginativo.

5. Televisión expandida, expansiva y extensible

Quizá lo más sorprendente es que un artista procedente de la pintura como Davidovich abrace de manera semejante una empresa de estas características. Sin embargo, no resulta nada forzado entender en coherencia el trabajo realizado por el autor en el espacio público –tapar con cinta adhesiva la publicidad de los *billboards* (vallas publicitarias)–, y el que desarrolla en televisión. Su aventura televisiva supone también el intento de ocultar la ola publicitaria y consumista que se cernía sobre el medio. La cinta adhesiva de Davidovich llegó primero a la televisión a modo de acción a través de su obra *Blue, Red, Yellow*¹⁰, que consistía en cubrir la superficie de la pantalla, para más tarde cubrirla con su propio programa de variedades, una actividad novedosa, expansiva y vitalista capaz de tapar la imagen televisiva convencional.

De igual modo es preciso destacar, en paralelo al trabajo televisivo, la edición de la revista *TV Magazine*, publicada por Artists' Television Network, y con Jaime Davidovich como editor (*publisher*). Con sólo dos números, el primero correspondiente a 1980 y el segundo a 1983, la revista presenta una importantísima nómina de colaboradores, y ofrece un soporte teórico fundamental, que complementa los temas tratados en la emisión y los proyecta al terreno de la reflexión. Participarán en ella desde John G. Hanhardt y Hans Haacke hasta Jonas Mekas o Peter D'Agostino, entre otros muchos, y contiene entrevistas con teóricos del medio como David Ross, Kathy Huffman o Barbara London. La revista, que merece una atención especial por tratarse de un verdadero legado escrito de las relaciones que se establecían en ese momento entre artes plásticas, vídeo y televisión (algo que se solucionará más tarde con la expresión «artes visuales»), nos da idea de cómo la apuesta de Artists' Television Network tenía en el horizonte un largo recorrido, en el que se advertía la fuerza necesaria para ofrecer un espacio de resistencia a las grandes corporaciones. Otra cosa sería la dificultad de financiación del proyecto, circunstancia que impidió que se asentara como publicación de referencia, o la falta de implicación de quienes cifraban sus objetivos en acceder al espacio codificado del arte como lugar protegido para aventuras y apuestas más personales.

Sea como fuere, vemos en esta iniciativa editorial, en esta nueva órbita de trabajo del «autor-productor» Davidovich, la certeza de que el medio televisivo debía estar sujeto a una continua vigilancia desde la perspectiva del ámbito artístico, y que era preciso tener herramientas para ello.

En la línea expansiva del trabajo de Davidovich, encontramos asimismo la aventura artístico-comercial Wooster Enterprises. Esta iniciativa poco conocida llevada a cabo junto a Judith Henry supone una vuelta de tuerca más en el intento de fundir su trabajo con lo social, con el sistema; algo así como la prueba de hasta qué punto su trabajo creativo tenía cabida en el terreno de lo comercial. De manera transversal a su trabajo en televisión y con espacios publicitarios propios en *The Live! Show*, la labor de W. E. se centró fundamentalmente en la papelería y el diseño de productos.

Podemos encontrar en la historia del arte contemporáneo antecedentes de este tipo de aventuras comerciales en propuestas como *The Store*, de Claes Oldenburg, o en la puesta en escena llevada a cabo por Ben Vautier, el artista fluxus que se exhibe junto con su producción. Sin embargo, en la propuesta de W. E., no encontramos tanto un proyecto de artista, como una iniciativa de aportación creativa a las posibilidades del mercado. Lo que ahora se llamaría «innovación», en términos de nueva economía y que en realidad tanteaba espacios de trabajo artístico más allá del sistema del arte, del mercado del arte, en definitiva, más allá de las galerías. La estrecha colaboración con George Maciunas, durante los años que duró la empresa, tenía lugar en el marco de una gran actividad cultural en el barrio de SoHo, que como narra Charles Simpson¹¹ daba lugar a este tipo de colaboraciones. El propio Maciunas llegó a decir que Davidovich estaba marcando el futuro de Fluxus al llevar los productos artísticos directamente al consumidor.¹² Y en cierto modo esta iniciativa artístico-comercial puede considerarse como una particular división de Fluxus. No sólo la cercanía con Maciunas, sino también la atención que desde su programa se prestó a las prácticas culturales cercanas a los planteamientos fluxus, nos hablan de una sintonía conceptual que podemos

¹⁰ Esta obra, clave en la trayectoria de Jaime Davidovich, se expone en *Biting the hand that feeds you* de ARTIUM.

¹¹ Charles SIMPSON: *SoHo, the Artists in the City*, Chicago: University of Chicago Press, 1981. Video disponible en la exposición.

¹² La cita no es textual pero aparece registrada en una entrevista realizada por Larry Miller a George Maciunas una semana antes de morir, en 1978. El video está depositado en The Fales Library & Specials Collections; NYU's Bobst Library, N.Y.

apreciar tanto en el modo de abordar los procesos de trabajo como en la decidida intención de intervenir en la vida cotidiana y en la sociedad.

6. Mil canales de televisión

The Live! Show se dejó de emitir en 1984. Las consecuencias de la política económica de Ronald Reagan afectaron de modo especial al tejido cultural y artístico independiente al recortarse bruscamente los fondos para el National Endowment for The Arts, entre otras ayudas y subvenciones. El final de los años ochenta quedará así marcado por una política neoliberal en la que el espectáculo y el mercado cobrarán preponderancia, dejando en situación de asfixia propuestas experimentales y divergentes. Resulta revelador en este sentido el ascenso fulgurante de ciertos estilos y determinados autores mientras se pierde la pista de otro tipo de iniciativas. Y resulta especialmente ilustrativo observar este panorama de cambio focalizado en el teatro de operaciones que hemos venido observando de la mano de Davidovich: el SoHo, Nueva York, cuyo proceso de gentrificación resulta paradigmático.

Muchos artistas del vídeo accedieron en ese preciso momento al mercado a través del boom de las galerías y de su cada vez más estrecha relación con la institución museística. La videoinstalación supuso el principal elemento de conexión entre las nuevas posibilidades audiovisuales y la espectacularización a la que se encomendaba la producción artística del momento.

Mientras, y de igual forma, la televisión por cable se rindió a la televisión comercial. El propio Davidovich avisaba en 1984 de la situación que habría de llegar: «Dentro de unos años la televisión por cable cubrirá todo el país, tendremos 500 canales de televisión, pero no vamos a tener nada que ver». Él mismo dice que se equivocó: «lo cierto es que es a día de hoy existen 1000 canales y no tenemos nada que ver».

El final de *The Live! Show* es también el final de A. T. N. El mundo de la política y el mundo del arte toman una dirección completamente opuesta a los intereses de Davidovich, de modo que decide poner fin a esta etapa o, mejor dicho, dar comienzo a una nueva etapa vital y creativa.

Al mirar panorámicamente la producción de Jaime Davidovich durante los años a los que atiende esta muestra, encontramos una constelación de proyectos e iniciativas diversas pero oportunamente interconectadas. Más allá de la búsqueda de un estilo o de una marca identificable, su labor se centró en la apertura de nuevos horizontes para la integración de su proyecto artístico en la esfera de lo social. Su estrategia global iba desde la publicación del magazine teórico hasta la subversión del show televisivo, desde la inserción en el mercado comercial de productos artísticos hasta su labor como agitador cultural. En 1983 los artistas tomaron las calles de Nueva York en un desfile de carácter festivo que venía a demostrar la efervescencia del panorama creativo de aquellos años.¹³ Pero ya entonces se empezaban a sufrir los importantes recortes de ayudas y subvenciones en diferentes proyectos culturales y artísticos. Una de las intervenciones que pudo verse en la cobertura televisiva del evento para todo el país pertenecía a un artista que llevaba una televisión por cabeza. Enfundado en su *TV Foam* el Dr. Videovich estaba de nuevo en la televisión, dentro de la televisión, hablando de televisión desde la televisión. Su proyecto de infiltración completaba así un bucle perfecto.

Al observar la producción de Davidovich con la perspectiva del tiempo podemos entender el sentido de su aventura. Comprendemos que el elemento primordial de su laboratorio fue una actitud de búsqueda sincera y que su objeto de experimentación no fue otra cosa que su propia contemporaneidad. Un experimento en el que el vehículo de la televisión resultó ser el mejor conductor de la energía creativa que le rodeaba. Al visitar su laboratorio entendemos el atrevimiento de su proyecto y aprendemos del arrojo del Dr. Videovich.

¹³ La exposición de ARTIUM *Biting the hand that feeds you*, muestra un vídeo con la cobertura televisiva del evento en diferentes canales de televisión de Nueva York y de Estados Unidos.