



AusArt

ISSN: 2340-9134

ISSN: 2340-8510

javier.diez@ehu.eus

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
España

Roncero Palomar, Ricardo

Los intersticios televisados como soporte para la práctica
artística en vídeo: Orígenes y retos en su exhibición actual

AusArt, vol. 12, núm. 1, 2024, pp. 47-61

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
España

DOI: <https://doi.org/10.1387/ausart.25642>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=695876700003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

[redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

LOS INTERSTICIOS TELEVISADOS COMO SOPORTE PARA LA PRÁCTICA ARTÍSTICA EN VÍDEO: ORÍGENES Y RETOS EN SU EXHIBICIÓN ACTUAL

Ricardo Roncero Palomar

Universidad Rey Juan Carlos. Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad

Resumen

Desde finales de los años 60, de forma puntual, surgió una cooperación inédita entre cadenas de televisión y artistas visuales. Esta dinámica propició, entre otras, un entorno favorable para la creación de breves piezas audiovisuales integradas de manera inesperada en la programación televisiva. Estas obras situadas en los intersticios televisivos dieron lugar a un nuevo formato artístico que desafiaba las normas del objeto físico dictadas por el mercado del arte y que resultaría difícil de replicar en décadas posteriores. Esta investigación se centrará en presentar estas prácticas artísticas transmitidas por televisión, las cuales lograban invertir los ciclos expositivos al introducir la obra en el hogar del espectador, sorprendiéndole. Posteriormente, se explorará su influencia y continuidad en el ámbito televisivo, además de abordar las problemáticas actuales que enfrentan estas piezas para ser expuestas en entornos museísticos.

Palabras clave: VIDEOARTE; ARTE TELEVISADO; INTERSTICIO; EXHIBICIÓN DE VÍDEO; ARTE INMATERIAL

TELEVISED INTERSTICES AS A PLATFORM FOR VIDEO ART PRACTICE: ORIGINS AND CHALLENGES IN CONTEMPORARY EXHIBITION PRACTICES

Abstract

Since the late 1960s, a unique and sporadic collaboration emerged between television networks and visual artists, giving rise to an unprecedented dynamic. This collaboration created a conducive environment for crafting short audiovisual pieces seamlessly integrated into television programming. These works, strategically placed within the gaps of television, spawned a novel artistic phenomenon challenging the norms of physical objects dictated by the art market. Their replication proved elusive in the subsequent decades. This research aims to spotlight these television-transmitted artistic practices, capable of subverting exhibition norms by unexpectedly introducing art into the viewer's home. Furthermore, the study will delve into their impact and continuity within the television realm, while addressing the contemporary challenges these pieces encounter when exhibited in museum settings.

Keywords: VIDEO ART; TELEVISED ART; INTERSTICE; VIDEO EXHIBITION; IMMATERIAL ART

Roncero Palomar, Ricardo. 2024. «Los intersticios televisados como soporte para la práctica artística en vídeo: Orígenes y retos en su exhibición actual». *AusArt* 12 (1): 47-61. <https://doi.org/10.1387/ausart.25642>

Asombro y escepticismo, cuando la práctica artística en vídeo entra en casa sin avisar: Los intersticios

Los artistas visuales, en los primeros años de la década de los sesenta, mantenían una relación tensa con la televisión. La omnipresencia y naturaleza unidireccional del medio generaron críticas y acciones por parte de diversos círculos intelectuales (Daniels 2004). A pesar de ello en 1970, historiadores del cine no narrativo como Youngblood (1970) anticipaban que las nuevas generaciones, criadas con la pequeña pantalla, establecerían una relación más constructiva con ella. A partir de 1969 gracias a la participación de varias cadenas públicas como WGBH de Boston, KQED en San Francisco o WNET de Nueva York (London 1985) destacados pioneros del vídeo, como Nam June Paik, Ron Hays, John Cage, Peter Campus, Bill Viola, Otto Piene, Alan Kaprow y William Wegman, llegarían a explorar el potencial artístico de la televisión teniendo acceso a equipos tanto técnicos como humanos que no podrían costear de manera individual (Carter 1975). Las colaboraciones entre cadenas de televisión y artistas, aunque escasas, resultaron altamente productivas, dando lugar al desarrollo tanto de nuevos dispositivos tecnológicos, como el sintetizador Paik/Abe, como de novedosos lenguajes visuales que se incorporaron, entre otros, en programaciones musicales.

Estas prácticas artísticas conferían a la creación una naturaleza inmaterial y efímera; en principio, no existía un artefacto tangible para comercializar. La experimentación se erigía como una característica esencial del nuevo medio, desvinculada de los circuitos comerciales y las galerías. Lograban infiltrarse en los hogares de los espectadores, entregando el mensaje de manera inmaterial y sin exigir esfuerzo alguno por parte del público. A pesar de esta idealidad, las posibilidades de retransmisión estaban especialmente limitadas ya que dependían de las infraestructuras del medio televisivo, a menudo objeto de sus críticas, para difundir su mensaje. Además, los horarios de transmisión solían relegar sus propuestas visuales a momentos de baja audiencia, en horas poco convencionales en las que las arriesgadas propuestas visuales podían pasar más desapercibidas.

Uno de los notables logros de las prácticas artísticas en vídeo consistió en la utilización de los breves espacios inactivos entre programas, que en este contexto denominaremos espacios intersticiales. La expresión, derivada del término latino *interstitium* y utilizada para denotar *entre espacios*, presenta diversas connotaciones dependiendo del campo de aplicación. En el ámbito audiovisual, y más específicamente en relación con la televisión, se refiere comúnmente a los pequeños segmentos que contribuyen a ocupar el espacio de continuidad en una emisión televisiva, y puede responder a diversos objetivos, ya sean publicitarios, informativos o de entretenimiento (Ellis 2019). El lenguaje televisivo huye del espacio en blanco, existe un rechazo radical al vacío entre programas. La idea de continuidad televisiva busca un flujo audiovisual constante que no desconecte con el espectador.

La continuidad televisiva precisa solventar inmediatamente esas interrupciones mediante unos intersticios, piezas audiovisuales que atenúen esos cortes en la programación. Dichas piezas pueden adoptar diferentes formas: cortinillas de continuidad, publicidad o espacios autopromocionales, momentos musicales, imágenes de archivo. En cualquier caso se trata de completar el vacío antes que romper el caudal de mensajes que discurre sin interrupción por el canal televisivo (Puyal 2008).

Al apropiarse de estos segmentos de emisión que transcurren entre bloques de programas, los artistas no solo establecían una conexión directa con los espectadores, sino que lo hacían de manera sorpresiva y generalmente sin previo aviso. Esto significaba que el espectador no estaba alerta ni esperaba una emisión de carácter artístico, por lo que el mensaje era recibido con mayor sorpresa.

Los artistas descubrieron el potencial de los espacios televisivos, destacando entre ellos los *spots* publicitarios. Utilizaron estos breves espacios, diseñados originalmente para la promoción de productos, como objeto de crítica al consumismo o a la televisión y como una forma de transmitir inesperadamente el mensaje artístico al espectador, aprovechando la ventaja de sorprender a un amplio público. «Si el spot televisivo resulta ser el instrumento de mayor influencia que poseen los gigantes industriales del siglo XX, es hora de que los artistas comencemos a considerar cómo podemos emplearlo», expresó el artista Les Levine (1976) al justificar su iniciativa conocida como *Disposable monument* (1976). En este proyecto, Levine emitió 17 spots publicitarios de 30 segundos a través del canal australiano ABC-TV, como parte de la promoción de la Bienal de Sídney (Australia), que había comisionado la acción. Aunque estos anuncios, protagonizados por un koala, adoptaron un enfoque más afín a la experimentación televisiva que a los anuncios convencionales, lograron una comprensión accesible por parte del espectador.

Entre los artistas que adquirieron espacios publicitarios en televisión para la exhibición de sus obras, destaca el estadounidense Chris Burden. En 1973, utilizó el bloque comercial que previamente había adquirido en Los Angeles KHJ-Channel 9 para transmitir breves segmentos de su obra denominados «*TVAD: Through the night softly*» (1973) -Imagen 1- en uno de ellos aparece el propio artista reptando sobre cristales rotos, contenido que provocó la retirada del anuncio. En otras creaciones, como «*Poems for L.A.*» (1975), el autor recitaba, con un primer plano fijo, los grafitis que rodeaban su edificio, y en *Promo* (1976), exhibía nombres de artistas históricos conocidos internacionalmente, como Leonardo da Vinci, Michelangelo, Rembrandt, Vincent van Gogh y Pablo Picasso, culminando con su propio nombre, Chris Burden. Al finalizar, se leía 'Paid for Chris Burden-artist © 1976', evidenciando un claro gesto publicitario. Otro ejemplo es «*Full financial disclosure*» (1977), donde el artista declaró el total de sus ingresos brutos de 1976, siendo este

el único *spot* con intervención de una agencia de publicidad, asegurando su emisión sin inconvenientes.



Imagen 1. Fotograma de «TV AD: *Through the night softly*» (1973) de Chris Burden. Donde se ve al artista reptando sobre cristales rotos. La pieza de 10 segundos de duración fue emitida en el espacio publicitario de la cadena norteamericana KHJ-Channel 9. Fuente: Electronic Arts Intermix (EAI).

Burden emplea el medio publicitario no solo como plataforma para exhibir su obra, sino que intrínsecamente utiliza su lenguaje y una intención comercial sobre su nombre, las piezas promocionan su firma, su imagen y, a excepción de «TV AD: *Through the night softly*», no desentonan visualmente en el conjunto de un *reel* publicitario. Sin embargo, estos vídeos producen desconcierto sobre su principal función, el espectador se pregunta ¿qué están intentando vender? y es ahí donde se encuentra la auténtica transgresión de formato. En esta colección de obras el autor también cuestiona la importancia que el medio televisivo otorga a quienes aparecen en él, aumentado su fama incluso en el terreno artístico (Burden 2013). La trascendencia de estos vídeos fue tal que «Promo» fue seleccionada para formar parte de la Documenta en 1977 como una de las piezas destacadas. En estas obras, el artista se apropia del medio televisivo al adquirir los espacios de emisión mediante transacciones económicas. Desde esta perspectiva

puede parecer que las acciones de Burden logran tumbar el poder de la televisión, pero también se hace evidente la influencia de la maquinaria televisiva, que, como en «TVAD», descarta aquellas piezas que no cumplen con sus estándares de contenido y lenguaje audiovisual. Nos encontramos ante un enfrentamiento entre David y Goliat, donde David nunca resulta victorioso.

En Alemania, destacó la iniciativa de Gerry Schum al crear una galería inmaterial donde se publicaron una serie de piezas que mantenían sus formatos en las ondas televisivas y se representaban en los hogares de los espectadores. El resultado fue la creación desde principios de 1969 hasta finales de 1970 de «*Fernshegalerie*», traducido al español como galería de televisión, gracias a los acuerdos con la televisión alemana. Destacan en su producción dos acciones realizadas en el ámbito televisivo que acontecían de forma inesperada. En la primera de ellas, «*TV as a fire place*» (1969) de Jan Dibbets, los televisores de los alemanes se transformaban en una chimenea al transmitir, por la WDR cada noche antes del cierre de la programación y durante tres minutos, desde el 25 de diciembre al 31, imágenes estáticas de troncos de madera ardiendo. Esta emisión, desprovista de cualquier introducción o enunciado, lograba crear una experiencia compartida en todo el país al unir a todos los espectadores mediante la ilusión de que el televisor se transformaba en algo diferente. La otra pieza «*Self burial*» de Keith Arnatt consistió en la emisión de 9 fotografías que capturaban el proceso de su propio entierro. Estas fotografías fueron difundidas por la WDR sin ninguna advertencia o comentario previo, interrumpiendo la programación y agrupándose de dos en dos entre el 11 y el 18 de octubre de 1969, con una duración de pocos segundos cada una. El espectador debía componer el puzzle que representaba la emisión de estas fotografías de forma aislada. En el último día de emisión, Arnatt proporcionó una explicación detallada sobre el significado de su obra durante su participación en el programa cultural *Spectrum*. Indicó que esta acción era una referencia a la desaparición del objeto artístico, representado en este caso por el autoentierro del propio artista (Sritharan 2015). Dentro del contexto del uso de la televisión como plataforma artística, se pueden realizar diferentes lecturas de la pieza, como la asociada al carácter efímero de la transmisión televisiva, con imágenes que surgen y desaparecen, o la reflexión sobre la propia desaparición del artefacto artístico en la concepción de la emisión televisiva como soporte plástico.

A diferencia del contexto estadounidense, donde la práctica artística en televisión se limitó a canales públicos de menor impacto sobre los espectadores, el caso alemán es particularmente relevante, ya que estas dos acciones específicas tuvieron lugar en una de las únicas tres cadenas de televisión disponibles en Alemania en ese momento. Una de las intervenciones más trascendentales realizada en la televisión pública fue llevada a cabo por David Hall en 1971 con su obra «*TV interruptions (7 TV pieces)*», iniciativa comisionada por The Scottish Arts Council y emitida por la televisión

escocesa. Consistió en una serie de cortometrajes emitidos sin previo aviso ni información identificativa. Las transmisiones de Hall fueron innovadoras para su tiempo, desafiando las convenciones del medio al irrumpir de manera intransigente en la programación televisiva. Su propósito no era simplemente exhibir arte en la televisión, sino crear una interrupción, un acto político que instaba al espectador a cuestionar la señal que recibían en sus hogares.

El artista presentó diez piezas, filmadas en conjunto con el equipo de televisión en 16 mm (no en vídeo, ya que la tecnología de vídeo portátil aún no cumplía con los estándares de calidad necesarios para la transmisión televisiva). Siete de estas piezas se emitieron como pequeñas interrupciones individuales. Los contenidos variaban desde la representación de un televisor ardiendo en medio del campo, interpretado como un alegato anti-televisión, hasta la pieza que mostraba a un hombre detrás de un receptor de televisión vacío, simbolizando al espectador. En otras obras, Hall transformó el televisor en diferentes elementos que ofrecían alternativas al medio o servían como metáfora de lo que este se había convertido. Un ejemplo es la pieza que muestra vistas al cielo desde una ventana o aquella en la que convierte la pantalla en una cisterna de agua que se llena y luego se vacía.

Estas piezas constituyen un hito en la televisión del Reino Unido (Heathcote en Hall 2008), no sólo porque era la primera vez que un artista preparaba una obra exclusivamente para la televisión, sino porque demostraba el valor y la importancia de introducir una pieza artística dentro de la casa del espectador y alejado de un contexto artístico. El director dejaba las puertas abiertas a que el público se formase su propia opinión sobre lo que había visto. En el momento de las emisiones la televisión deja de ser un entretenimiento para presentar una obra que buscaba la participación activa del público, algo a lo que no estaba acostumbrado. Se trata de una acción que como el propio Hall indica no se restringe a una élite, intenta abarcar la esfera social más amplia sin restricciones, introduciéndose en momentos de la vida común del espectador (Hatfield 2006). Estas piezas fueron el inicio de varios encargos que serían emitidos por diferentes cadenas como «*This is a television receiver*» emitido por la BBC 2 en 1976; o las piezas comisionadas por la cadena musical MTV en 1993, que recobrarían el espíritu de «*TV interruptions*» – tituladas «*ExiTV*», «*ReacTV*», «*WithouTV*», «*EctaseeTV*» y «*ContextTV*».

Ecos sonoros, el legado de los intersticios

A partir de la década de los 80 y en el contexto del fortalecimiento y la creciente competencia entre las cadenas televisivas, la realización de obras artísticas mediante vídeo y su transmisión por televisión se volvieron notablemente más complejas. Las nuevas regulaciones de emisión, combinadas con el temor a perder audiencia frente a cambios de canal, generaron un

aumento en el control de los contenidos transmitidos para garantizar el cumplimiento de las normativas. Lo que se tradujo en una mayor dificultad para utilizar las emisiones de televisión como soporte artístico sin previo aviso y sin información sobre las piezas. Algunos ejemplos representativos de tales dinámicas se refieren a la necesidad imperativa de incorporar información textual para la emisión de obras, como en el caso de «*Reverse televisión: Portrait of viewers*» (1983) de Bill Viola, o la dinámica de la televisión en el Reino Unido, que no retomó concesiones al arte televisado hasta la creación de Channel 4, aproximadamente una década después de los experimentos pioneros de Hall. Desde sus inicios, este nuevo canal incentivó la producción de obras concebidas específicamente para su emisión en programas televisivos específicos. Entre estas, destacan creaciones como «*Obsessive becoming*» (1995) de Dan Reeves, la abstracta y colorida pieza «*Wounds and other absent objects*» (1996) del escultor Anish Kapoor, y «*Mu-ybridge revisited*» (1988) del artista George Snow. Este enfoque marcó el rumbo que las emisoras televisivas adoptarían a partir de los años ochenta, relegando la experimentación televisiva a franjas horarias y espacios específicos. Un ejemplo revelador de esta evolución se evidencia en España con el programa *Metrópolis*, espacio destinado a las prácticas artísticas incluido el soporte vídeo, que inició sus emisiones en 1985.

Los resultados de estas colaboraciones entre cadenas televisivas y creadores de vídeo se manifestaron en la producción de programas musicales, expandiéndose así de los espacios tradicionales reservados para prácticas artísticas. Ejemplos notables incluyen *Jazz Images*, un programa transmitido por la cadena WGBH entre 1964 y 1966 donde varios artistas experimentaron con el vídeo sintetizador Paik/Abe. Y el caso del dúo artístico TVX En el Reino Unido, donde destacó su colaboración en la cadena BBC2 dentro del programa musical *Disco2*. Estas colaboraciones estaban supeditadas al control de la cadena, que, en el caso BBC2, decidió anularla después de que TVX incorporase la imagen de los Pantera Negra realizando el saludo con el puño cerrado (Elwes 2005).

La sombra de David Hall y sus «*TV interruptions*» se proyecta de manera extensa, alcanzando su máxima expresión en la publicidad contemporánea. Este tipo de anuncios, que buscan sembrar la incertidumbre en el espectador, emplean estrategias que lo desconciertan y lo llevan a formular preguntas, logrando así anclar el mensaje publicitario en su mente. Será en el ámbito de la promoción musical donde se adopten estas prácticas disruptivas al introducir mensajes audiovisuales externos en la programación televisiva convencional, ya sean en *spots* o videoclips. Estas acciones, apoyadas por parte de la industria musical responden a diversas motivaciones, que van desde la búsqueda de diferenciación y singularidad para un grupo o propuesta musical, hasta objetivos promocionales o incluso estrategias destinadas a desafiar o cuestionar a la propia cadena televisiva.

Uno de los primeros casos destacables sucedió en 1970, cuando la banda Captain Beefheart & the Magic Band en un enfoque innovador para

la promoción del disco *Lick my decals off, baby*, decidieron transmitir en televisión un anuncio de un minuto creado por el líder del grupo y artista visual Don Van Vliet. Las imágenes, capturadas en blanco y negro con un distintivo carácter plástico más propio de la vanguardia audiovisual que del lenguaje publicitario, exhiben una sucesión de planos que aparentan no guardar relación entre sí. La pieza fue retirada de la emisión por considerarse obscena y apoyándose en las Normas Generales de Programación de la Autoridad de Código de la National Association of Broadcasters en Estados Unidos: «Los materiales del programa deben ampliar los horizontes del espectador, proporcionarle entretenimiento saludable, ofrecer una estimulación útil y recordarle las responsabilidades que el ciudadano tiene hacia su sociedad...»¹. Casi una década más tarde, la obra sería incorporada a la colección del MoMA, clasificada dentro de la categoría de Medios y Performance². Además, se exhibió en destacadas exposiciones, entre ellas «Looking at music», organizada por el propio museo en el año 2008.

Como se ha evidenciado, la colaboración con las cadenas de televisión se revela como un elemento fundamental para llevar a cabo estas prácticas artísticas. Un ejemplo posterior lo encontramos en la colaboración entre David Hall y MTV en 1993, un intento por recuperar el espíritu disruptivo de «7 interruptions». La cadena encargó al artista la creación de cinco piezas: «ExiTV», «ReacTV», «WithouTV», «EctaseeTV» y «ContextTV». Estas obras, presentadas en formato de vídeo a color, se programaron en intersticios entre los espacios publicitarios y la programación habitual. En esta ocasión, el final de las obras se acompañaba por una cartela donde se indicaba el título de la obra, el autor y la frase 'An analogue production of MTV', que informaba de la comisión y control de la cadena. Sin embargo, estas piezas no lograron impactar al espectador tanto como las originales. La sorpresa y el asombro que experimentaron los televidentes en 1993 no pueden compararse con los efectos provocados en los escoceses en 1971. Este contraste se atribuye a la mayor cultura visual desarrollada por la exposición masiva a diversos medios audiovisuales y a las transformaciones en el ritmo televisivo a lo largo de los años. Específicamente, la aceleración de este ritmo, impulsada por canales como MTV, ha propiciado la coexistencia de diversos géneros visuales en un mismo espacio, configurando una suerte de collage o *cut and paste*. En 1993, no era sorprendente que MTV interrumpiera su programación para mostrar diversos contenidos, incluyendo piezas de carácter plástico. Desde mediados de la década de los ochenta, la cadena ya transmitía el espacio *Art breaks* (Bonet 2007), donde se emitían piezas de menos de un minuto comisionadas por la propia cadena a artistas como Robert Longo, Dara Birnbaum o Richard Prince y emitidos durante los intersticios de la programación.

Desde mediados de la década de los 80, diversos artistas han optado por utilizar el formato del vídeo musical como una plataforma para integrar obras visuales en la programación televisiva. Estas obras destacan por su lenguaje distintivo, alejándose tanto del formato televisivo convencional

como de los típicos vídeos musicales. Aunque la lista de ejemplos y el desarrollo de esta sección serían demasiado extensos para las dimensiones de este artículo, consideremos dos piezas que ejemplifican cómo el lenguaje utilizado se asemeja más a la práctica artística que a propósitos publicitarios. El vídeo «*Where is the line*» (2004) de la artista islandesa Gabriela Fridriksdóttir, creado para la cantante Björk, y «*Home and dry*» (2002) producido por el fotógrafo y videasta Wolfgang Tillmans para el dúo británico Pet Shop Boys, este último con mayor recorrido por galerías de arte que por cadenas de televisión.

Atrapar lo inmaterial, la problemática de la exhibición

Las prácticas artísticas que incorporan soportes efímeros enfrentan dos desafíos esenciales en su desarrollo. En primer lugar, se encuentra la imperante necesidad de documentar la obra de manera que justifique su existencia y asegure su preservación a lo largo del tiempo. En segundo lugar, se plantea la compleja pregunta sobre la exhibición: cómo presentar de manera estable una práctica que, por naturaleza, es efímera, sin comprometer su esencia. El objetivo es permitir al espectador aproximarse a las intenciones primarias del artista y comprender la obra en su contexto original.



Imagen 2. Vista de la exposición de Chris Burden «Cross communication», realizada en la Galería Gagosian entre 14 de marzo y el 24 de junio de 2023. A la derecha se observa la instalación de «Promo» sobre pantalla plana. Fuente: <https://gagosian.com>

El principal desafío al emplear canales de distribución externos al ámbito artístico reside en la dificultad, e incluso la imposibilidad, de reproducir fielmente estos eventos. Se parte de la premisa de que la mayoría de las piezas exhibidas en museos no fue originalmente concebida para estar en ese contexto, y su apariencia final difiere considerablemente de la visión original ideada por sus creadores (Vogel 1991). Las obras audiovisuales diseñadas para los espacios intersticiales televisivos no son una excepción y experimentan una transformación al ser presentadas en el ámbito de una exposición. Dado que la repetición de la emisión no es factible, estas obras evolucionan hacia artefactos donde el elemento televisivo se reduce al formato y medio mediante los cuales se reproduce la pieza. En este contexto, nos encontramos con obras monocal, donde se invierte la dirección del mensaje, siendo el espectador quien sale de su casa al encuentro con el vídeo.

La transformación de esta práctica artística inmaterial y con una fuerte intención no comercial en artefactos plásticos puede deberse a dos razones. Primero, la necesidad de los agentes culturales de exhibir estas piezas, sus evidencias o rastros ante el público. Segundo, la obligación de obtener un objeto material que se adecúe a las restricciones del mercado artístico en caso de una transacción comercial, lo que podría implicar abandonar la concepción original de arte anticomercial asociada a estos productos. Este cambio de paradigma estaría estrechamente relacionado a las dos fases identificadas por Baigorri (2004) en relación al papel del vídeo en el mercado del arte. La primera etapa, que abarca el periodo entre 1965 y 1974, se distingue por una resistencia al mercado, donde prevalece un espíritu anticomercial. Fue en estos años que se llevaron a cabo gran parte de las obras mencionadas. La segunda fase, que se extiende de 1970 a 1980, marca la institucionalización del vídeo por parte de los agentes culturales. Durante este intervalo, las mismas obras comenzaron a ser exhibidas en museos y galerías. Este fenómeno se ejemplifica en casos concretos, como por ejemplo «*Disposable monument*» de Les Levine, que, tras su emisión en la televisión australiana, se presentó como un vídeo monocal para la exposición colectiva «Video from outside» en M.L. D'Arc Gallery (Perlberg 1977), en los anuncios televisivos de Chris Burden, que fueron mostrados en televisores de plasma en *reel* continuo durante la retrospectiva «Cross communication» en la galería Gagosian en 2023 -Imagen 2-, o el proyecto de galería televisada de Jan Dibbets, «*Fernshegalerie*», que, al no lograr su objetivo de transformar la televisión en una galería inmaterial, se convirtió en una galería convencional donde las piezas se comercializaban como objetos firmados en ediciones limitadas (Daniels 2004).

El paradigma de esta transformación y desafío expositivo se manifiesta claramente en la obra «*TV Interruptions (7 TV pieces)*». Adquirida por el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía en 2006 -Imagen 3-, la pieza se presenta ahora como una videoinstalación, alterando la naturaleza original del trabajo que, en este nuevo contexto, se convierte en una composición de siete televisores de tubo dispuestos sobre peanas. La nueva concepción de

Hall se fundamenta, al igual que sucedía en el planteamiento original, producir confusión en el espectador (Hall 2006). Sin embargo, se comprueba que más que una confusión lo que persigue el autor con esta nueva disposición de la obra es aturdir mediante la superposición de mensajes simultáneos. La confusión del espectador de los años 70 al recibir en su televisor los mensajes creados por David Hall tienen un carácter de incredulidad e incompreensión por la articulación del mensaje que está recibiendo y que no es el habitual dentro de la parrilla televisiva de la época. El visitante del museo que se en la actualidad se encuentre con la nueva adaptación de «*TV Interruptions (7 TV pieces)*» está receptivo a recibir estímulos de carácter artístico como el de la videoinstalación. Su contemplación no supondrá cuestionar el porqué de la videoinstalación en ese lugar, ya que el museo es una vía de exhibición para las prácticas artísticas.

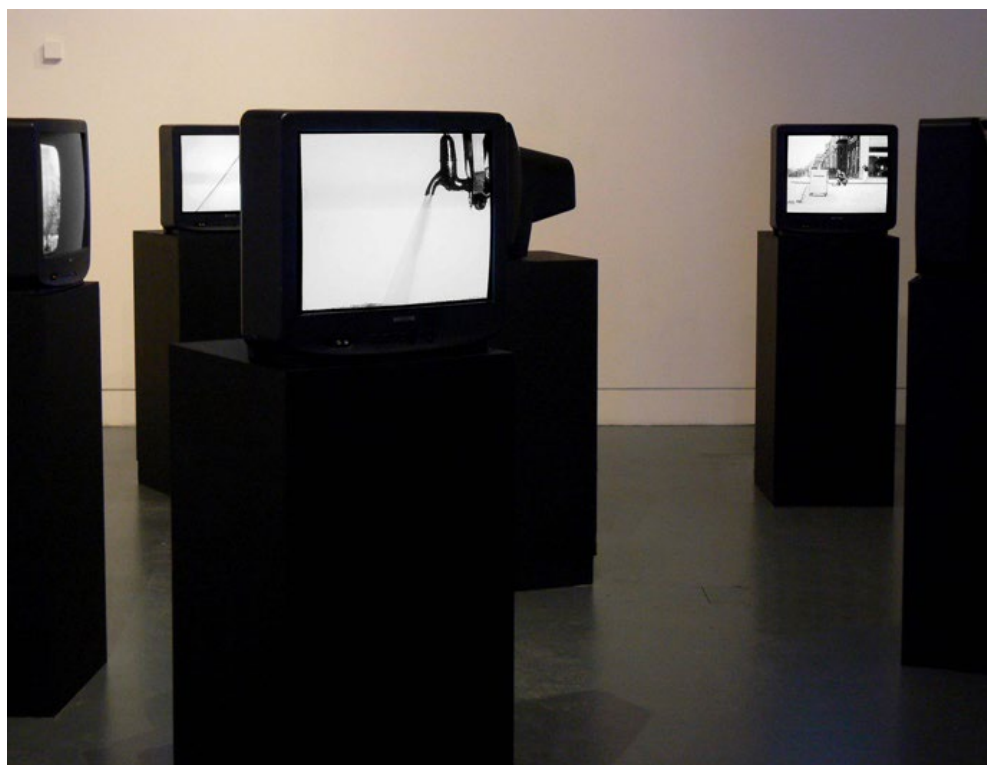


Imagen 3. David Hall, *TV-Interruptions (7 TV Pieces)*. Instalación en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2006). Fuente: www.museoreinasofia.es

En estas circunstancias, resulta crucial sopesar la idoneidad de incluir o no detalles acerca de la naturaleza original de la pieza, con el fin de permitir al espectador una comprensión renovada. La consideración adquiere relevancia, especialmente cuando el artista ha generado una obra novedosa

y única a partir de una anterior. Surge la interrogante: ¿tiene sentido distorsionar la esencia última de la obra al suministrar información sobre su origen? En este caso específico, esta consideración parece justificada, ya que la significación y relevancia atribuidas por el museo a esta videoinstalación se fundamentan precisamente en la influencia y alcance logrados durante la transmisión en directo de los contenidos presentados los siete televisores que forman la videoinstalación.

Dentro de las diversas alternativas de presentación, es necesario considerar las dificultades inherentes al medio videográfico al ser exhibido en un espacio expositivo. Estas dificultades están relacionadas con su naturaleza tecnológica, que demanda un espacio físico específico, y la necesidad de una planificación temporal que define las características del propio medio. Las obras en formato de vídeo pueden ser presentadas en dos contextos principales: los denominados *Black box*, espacios que se asemejan a salas cinematográficas, con ausencia de luz ambiental y donde la película se convierte en la única protagonista, ya sea proyectada de manera individual o en forma de *reel*; y los *white cube*, es decir, la sala iluminada típica de una galería, donde estas piezas videográficas pueden establecer un diálogo con otras obras, como pinturas y esculturas. Las piezas audiovisuales de índole histórica, abordadas en este artículo, suelen exhibirse en salas iluminadas, entablando un diálogo con otras obras. Este hecho se explica en parte por su transformación en videoesculturas o por la utilización de pantallas planas, o de tubo, que prescinden de requisitos lumínicos específicos. Dichas obras continúan reinterpretando la noción de la *pequeña pantalla* televisiva, situándose en el extremo opuesto de la gran pantalla comúnmente asociada al cine.

En aquellas instancias en las que la pieza incorpora componentes sonoros, se plantea la opción de difundir el sonido de manera global en la sala, direccionarlo hacia un espacio específico frente a la pantalla mediante una campana acústica, o desviarlo mediante auriculares para brindar una experiencia más personalizada.

A modo de conclusión

El uso de los intersticios producidos en la parrilla televisiva por parte de artistas plásticos trascendió la mera ocupación de un espacio de difusión. Estas obras desafiaron la noción convencional del lugar destinado a la exhibición, llevándolas a un público masivo y liberándolas de los confines tradicionales de los entornos museísticos. Los artistas concibieron obras inmateriales y efímeras, inicialmente alejadas de las demandas del mercado, al tiempo que lograron cuestionar los usos, limitaciones y excesos televisivos desde el propio medio y con su consentimiento.

En este contexto, se puede concluir que esta práctica se centra más en cuestiones conceptuales que en la experimentación formal. Aunque el

lenguaje formal utilizado en estas piezas a menudo se caracteriza por el estatismo y la economía de formas que recuerdan al cine de estructuras, los autores priorizan el mensaje sobre la innovación en la representación visual, aunque esta elección constituye en sí misma una decisión plástica.

La repetición de estas obras en la televisión actual no lograría el mismo impacto, principalmente debido a las transformaciones en los agentes involucrados: tanto la televisión como los espectadores han evolucionado. Esto otorga a las pocas piezas creadas en la década de los setenta y sus alrededores una singularidad irreproducible. Es por ello que la exhibición de estos vídeos fuera de su contexto original se vuelve complicada espacialmente, ya que se ven limitados a la presentación monocanal o a instalaciones de vídeo, lo cual va en contra de su naturaleza antimaterial. No hay una solución única para el problema de la exhibición de estas obras. Las opciones podrían variar desde la inclusión de información textual que contextualice la pieza en su formato original hasta presentar una reproducción de la propia emisión que incluyera los minutos anteriores y posteriores a su retransmisión para respetar el marco real de estas obras en el momento de su emisión. Esto último permitiría al espectador apreciar la interacción de mensajes y lenguajes que surgía al presentar estas obras en una programación convencional. Es esencial destacar que estos vídeos funcionan en contraste con otros contenidos transmitidos junto a ellos, aprovechando la programación convencional como parte integral de su impacto.

Dadas estas circunstancias, resulta interesante explorar la posibilidad de llevar a cabo la exhibición mediante un museo inmaterial, prescindiendo de paredes físicas y optando por la plataforma en línea, es decir, a través de internet. La publicación de estas obras *online* facilita una contextualización sencilla, ofrece a los usuarios una gestión más flexible del tiempo y posibilita que la obra creada penetre en el hogar del espectador. Después de todo, esa constituía una de las intenciones centrales de los artistas que optaron por emplear los intersticios televisados como plataforma para dar forma a sus obras.

Referencias bibliográficas

- Baigorri Ballarín, Laura. 2004. *Vídeo: Primera etapa (El vídeo en el contexto social y artístico de los años 60/70)*. Madrid: Brumaria
- Bonet Alberó, Eugeni. 2007. «Commercial break». En *Publicidad en el museo 2007*, coordinación, Soledad Liaño Gibert. Madrid: Museo Nacional de Arte Reina Sofía
- Burden, Chris. 2013. «Chris Burden- The TV Commercials- West Coast Video Art- MOCAtv». Vídeo de Youtube, 8:46, 25 feb. <https://www.youtube.com/watch?v=s8QrrExMUvQ>
- Carter, Curtis L. 1975. «Aesthetics, video art and television». *Leonardo* 12(4): 289-293. <https://doi.org/10.2307/1573890>

- Daniels, Dieter. 2004. «Television- Art or anti-art? Conflict and cooperation between the avant-garde and the mass media in the 1960s and 1970s». *Medien Kunst Netz [Media Art Net]*. http://www.mediaartnet.org/themes/overview_of_media_art/massmedia/
- Ellis, John. 2019. «Interstitials: How the 'bits in between' define the programmes». En *Ephemeral media: Transitory screen culture from television to Youtube*, edited by Paul Grange. London: British Film Institute
- Elwes, Catherine. 2005. *Video art, a guided tour*. With a foreword by Shirin Neshat. London: I.B. Tauris
- Hall, David. 2006. «TV interruptions (7 TV pieces): The installation 1971/2006». En *Primera generación: Arte e imagen en movimiento (1963-1986)*, concepto, dirección y edición, Berta Sichel; coordinación, Cristina Cámara & Mónica Carballas. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía
- Hall, David. 2008. «Media of now: An interview with David Hall». By Joanna Heatwole. *Afterimage: The Journal of Media Arts and Cultural Criticism* 36(1): 14-17
- Hatfield, Jackie, ed. 2006. «Another place- David Hall». En *Experimental film and video: An anthology*. 200-212. Eastleigh: John Libbey
- Levine, Les. 1976. *Bear News: A disposable monument*. New York: Museum of Mott Art
- London, Barbara. 1985. «Video: A selected chronology 1963-1983». *Art Journal* 45(3): 249-262
- Perlberg, Deborah. 1977. «Video from out-side». Review. Review M.L. D'Arc Gallery. *Artforum* 15(7). <https://www.artforum.com/events/video-from-out-side-231523/>
- Puyal Sanz, Alfonso. 2008. «Los márgenes de la pantalla: Efectos de vacío en la imagen televisiva». *Area Abierta* 21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2746988&orden=171656&info=link>
- Sritharan, Brennavan. 2015. «Keith Arnatt: The conceptual photographer who influenced a generation». *British Journal of Photography*, 4 Sept. <https://www.1854.photography/2015/09/keith-arnatt-the-conceptual-photographer-who-influenced-a-generation/>
- Vogel, Susan. 1991. «Always true to the object, in our fashion». En *Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*, edited by Ivan Karp & Steven Lavine. Washington DC: Smithsonian Institution
- Youngblood, Gene. 1970. *Expanded cinema*. Introduction by R. Buckminster Fuller. New York: P. Dutton & Co

Notas

1. «Metromedia refuses to Air Captain Beefheart TV commercial – charges album title 'Obcsene'». *Captain Beefheart Radar Station*, 27 June 2021. Orig., en *Jazz and Pop*, 1971. <http://www.beefheart.com/metromedia-refuses-to-air-captain-beefheart-tv-commercial-charges-album-title-obcsene/>
2. Ficha de obra MOMA de «Lick my decals off, baby» de Don Van Vliet. https://www.moma.org/collection/works/107930?artist_id=32427&page=1&sov_referrer=artist

(Artículo recibido: 28/11/2023; aceptado: 12/01/2024)