

La televisión no lo filma es una relación de ensayos, entrevistas y conversaciones que continúa el proceso de trabajo, investigación y reflexión del colectivo ZEMOS98 en torno a la televisión como espacio de intervención, diálogo y comunicación. De este modo, completa la octava edición del Festival Audiovisual ZEMOS98 [más allá de la televisión]

la televisión

NO
lo filma

ZEMOS98[octava edición]



La televisión no lo filma es una relación de ensayos, entrevistas y conversaciones que continúa el proceso de trabajo, investigación y reflexión del colectivo ZEMOS98 en torno a la televisión como espacio de intervención, diálogo y comunicación. De este modo, completa la octava edición del Festival Audiovisual ZEMOS98 [más allá de la televisión]

Ir más allá de la televisión significa muchas cosas. El concepto de televisión al que se hace referencia no es el dispositivo tecnológico, sino lo que representa. No rechazamos la televisión, pero estamos de acuerdo con José Luis Brea en que la única manera de hacer televisión es hacer una <not-tv>, una antiTV, una microTV. "Otra televisión es posible si pensamos en algo que no es televisión", que diría Fran Ilich. La televisión de hoy en día está al servicio de un poder "cuaternario y un tanto miserable" (Eugenio Bonet: compartir la duda) que no quiere compartir un espacio que reclamamos como nuestro, ese espectro más infinito que nunca que no es más que el "suelo urbanizable de la sociedad de la información", nuestro suelo, en definitiva.

Quizás sólo un mongol visionario fue capaz de entender y usar la televisión de la manera más crítica y coherente que nadie. Nuestro desconcierto, como le ocurre a Laura, también supo Nam June Paik transformarlo en nuestra vocación.

Mientras el consumo de televisión en el mundo aumenta casi imparable, nace internet como otro canal más para el espectador. Nuevas tecnologías que no resuelven viejos problemas, que intercambian educación y manipulación, que no permiten una participación (de verdad).

Ir más allá de la televisión es también imaginar una red de televisiones comunitarias estimulando experiencias, una televisión piquetera y un grupo de ancianos recreando su propia realidad social. Es producirse a sí mismo sin quedarse en la apariencia de humanización que representa el medio. Es luchar contra la hegemonía de lo visual para ganar tiempo.

Quizás tengamos una revolución a la vuelta de la esquina aunque, hoy por hoy, no creo que sea televisada ni, por supuesto, filmada.

ENGLISH

La televisión no lo filma is a group of essays, interviews and conversations that continues the research and reflection process of the ZEMOS98 group around television as a space for intervention, dialogue and communication. In this way, it completes the eighth edition of the ZEMOS98 Audiovisual Festival [beyond television].





Licencia **Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5 España**

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/>



Usted es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra. Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.

Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por ley no se ven afectados por lo anterior.

© 2006, de la edición de la Asociación Cultural comenzemos empezemos, Hapaxmedia.net, Universidad Internacional de Andalucía e Instituto Andaluz de la Juventud.

© 2006, textos, los autores.

© 2006, traducciones, los traductores.

© 2006, fotografías, los autores.

Miguel Brieva, Mar Villaespesa, José Luis Brea, Laura Baigorri, Antonio Orihuela, Eugeni Bonet, Alan Dunn, José Luis de Vicente, Josevi Soria, Carles Ameller, Leo Martín, Beatriz Rodríguez, Fran Ilich, Pedro Jiménez, Eva San Agustín, Juan Varela, Toni Roig, Chiu Longina y Carlos Desastre.

Fe de erratas:

Las imágenes que ilustran los textos del libro "Creación e Inteligencia Colectiva", editado a propósito de la séptima edición de zemos98 (2005), pertenecen a la primera edición del proyecto "Photolatente" de Oscar Molina, llevada a cabo por la Revista Photovisión en 2002.

La imagen de la portada forma parte de la serie GIC, Ignacio Domínguez.



Título La televisión no lo filma

Autores de los textos (por orden de aparición en el libro)

Miguel Brieva, Mar Villaespesa, José Luis Brea, Laura Baigorri, Antonio Orihuela, Eugeni Bonet, Alan Dunn, José Luis de Vicente, Josevi Soria, Carles Ameller, Leo Martín, Beatriz Rodríguez, Fran Ilich, Pedro Jiménez, Eva San Agustín, Juan Varela, Toni Roig, Chiu Longina y Carlos Desastre.

Traducciones

Nuria Rodríguez (español-inglés): “<no+tv>”, “PAIK TV. Homenaje a un mongol visionario”, “Eugeni Bonet: compartir la duda. Una entrevista por Antonio Orihuela”, “Todos nuestros días del mañana”, “Reclaim the Spectrum”, “REDTV, una nueva plaza pública”, “TV comunitaria, algunas reflexiones para el debate”, “La televisión es una apariencia de humanización. Conversación entre Carles Ameller y Leo Martín”, “Una televisión que manipula, una televisión que educa. Algunas notas sobre televisión e infancia”, “Otra televisión es posible si pensamos en algo que no es televisión. Fragmentos de una conversación con Fran Ilich”, “Internet, el canal del telespectador”, “La televisión es personal”, “¡Prodúctete a ti mismo! Televisión, internet y la emergencia de la cultura de clip”, “Hay que luchar contra la hegemonía de lo visual para ganar tiempo. Entrevista a Chiu Longina por Pedro Jiménez”.

Axioma Servicios (español-inglés): Textos de las solapas.

José Puente (inglés-español): “All our tomorrows”.

Fotografías Samuel Sánchez y Antonio Jiménez.

Otras imágenes de este libro pertenecen a: La Sociéte Anonyme, Paik Studios, La Petite Claudine, banco de imágenes del cnice, Juanan Ruiz / Argazki Press, AP Photo / Kai-Uwe Knoth, Samsung, Democracy Player, Blueclassic, theVooner.com, YouTube y MobuzzTV. El resto han sido cedidas por los autores de los textos.

Ilustraciones Miguel Brieva.

Diseño y maquetación Ricardo Barquín Molero [cosmonauta.org]

Edición

Asociación Cultural comenzemos empezemos
Hapaxmedia.net
Instituto Andaluz de la Juventud
Universidad Internacional de Andalucía

Número de páginas: 240 págs.

Tamaño: 15 x 21 cm .

Primera Edición: Septiembre 2006.

Tirada: 1500 ejemplares en estuche de cartón junto a dos DVDs de regalo.

Licencia Reconocimiento-NoComercial 2.5 - <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/>

Descarga en PDF “La Televisión no lo filma” <http://www.zemos98.org/>
Oficina ZEMOS98 C/ Teodosio, 27 - Local Bajo - CP 41002 - Sevilla, Spain.

Impresión Coria Gráfica, S.L.

ISBN 84-7993-038-1

Depósito Legal SE-3813-06

Organiza

Asociación Cultural comenzemos empezemos
Hapaxmedia.net

Concertado como programa de

ICAS - Instituto de la Cultura y de las Artes
de Sevilla - Ayuntamiento de Sevilla
caS - centro de las artes de Sevilla

Con el apoyo de

Instituto Andaluz de la Juventud
Universidad Internacional de Andalucía
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía
Fundación Tres Culturas
Cajamadrid

Con la colaboración de

Facultad de Comunicación de la Universidad de
Sevilla
Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)
Obra Social Caja San Fernando
Resfest 2005
SINSALaudio
Arteleku-Diputación Foral de Gipuzkoa
Museu d'Art Contemporani de Barcelona - MACBA
Universidad Internacional de Andalucía
- UNIA arteypensamiento
Centro José Guerrero - Diputación de Granada.

Equipo de Coordinación

Rubén Díaz
Felipe G. Gil
Juan Jiménez
Pedro Jiménez
Daniel Villar

Ayudantes de Producción

Sofía Coca
Irene Hens
Marina Esnault

Colaboradores especiales

Quique China
Fran MM Cabeza de Vaca

**Diseño del Espacio caS
Monasterio de San Clemente**

Francisco E. González

Intérprete

Pepe Puente

Dirección Técnica

Benito Jiménez (actividades performativas)
Juan Jiménez (informática y comunicaciones)

Espacios zemos98

caS - Monasterio de San Clemente
Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla
UNIA. Sede La Cartuja.
Teatro Lope de Vega
Pabellón Hassan II. Fundación Tres Culturas
Sala Endanza
Teatro Alameda

Documentación fotográfica

Antonio Jiménez
Samuel Sánchez

Documentación audiovisual

Aleix Raya
Tarik Argaz

Coordinación Documentación y Forward TV

Felipe G. Gil

Gestión Económica

Pedro Jiménez
Rubén Díaz
Beatriz Rodríguez

Restaurante Oficial

Casa Paco

Alojamiento oficial

Hotel Baco
Albergue Juvenil de Sevilla

Ilustraciones

Miguel Brieva

Diseño Gráfico

Hapaxmedia.net
Daniel Villar

Diseño Web

Hapaxmedia.net

Runner

Foncu

Distribución Cartelería

Rebeca Carrillo
Asunción Braña Ruiz

Plan de Recursos Humanos

Felipe G. Gil

Ayudante de Plan de Recursos Humanos

Cristina Domínguez Ruiz

Prensa

Rubén Díaz
Pedro Jiménez
Sofía Coca
Marina Esnault

Personal de Sala y Stand ZEMOS98

Jesús Conde Duque
Laura Garrido González
Alicia Lozano Gascón
Sonia Macías Martín

Coordinación stand y Merchandising

Sofía Coca

Stand Móvil

Patricia Garrido González
Elena Oliveros Martínez

Stand Facultad Comunicación

Ana Carretero
Julia Córdoba

Publicidad Programa de Mano

Juan Antonio Huertas

Comisario "Reclaim the Spectrum"

José Luis de Vicente

Coordinación Seminario "Otras Formas de Televisión"

Josevi Soria
Rubén Díaz - colectivo ZEMOS98

Asesoría Programación Musical

Julio Gómez - SINSALaudio

Material Técnico

Paco Cruces - Servi Audio
BeamSystems

Relaciones Internacionales

Rubén Díaz
Marina Esnault

Coordinación Encuentro de Videastas

Rebeca Carrillo
Fidel Ledesma López

Medios colaboradores

Revista Video Popular
Freek
MU
Clone
Lautil
Live - livesevilla.com
Monografico.net
Fila Siete
Redmagazine.net

**caS - Monasterio de San Clemente
zemos98 [octava edición] - Sede Oficial**

Concertado como programa del ICAS



Con el apoyo de

Instituto Andaluz de la Juventud
Universidad Internacional de Andalucía
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía
Fundación 3 Culturas
Caja Madrid

Presidente del ICAS

Alfredo Sánchez Monteseirín.
Alcalde Presidente del Excmo. Ayto. de Sevilla

Vicepresidente del ICAS

Juan Carlos Marset. Delegado de Cultura.

Director del caS

Pedro G Romero

Coordinación de contenidos

Pedro Jiménez - colectivo ZEMOS98

Diseño del Espacio Expositivo

Francisco E. González

Diseño de Iluminación

Benito Jiménez

Producción y Montaje

BNV Producciones y Hapaxmedia.net

Ilustraciones

Miguel Brieua

Diseño Gráfico

Francisco E. González

Personal de Sala

Jesús Conde Duque
Laura Garrido González
Alicia Lozano Gascón
Sonia Macías Martín

Reclaim the Spectrum

Comisario: José Luis de Vicente
Artistas: Erich Berger, Julian Bleecker,
Jonah Brucker - Cohen, Usman Haque, Anab Jaim, Jill
Magid, Michelle Teran
Diseño Exposición: José Luis de Vicente
y Francisco E. González
Montaje Técnico: BNV Producciones, Hapaxmedia.net
Iluminación: Benito Jiménez
Edición Audiovisual: Juan Jiménez - Hapaxmedia.net
Diseño Gráfico: Francisco E. González
Diseño Web: Rubén Díaz - Hapaxmedia.net
Traducciones: Nuria Rodríguez
Gestión Económica: Pedro Jiménez - Hapaxmedia.net

Archivo de Otras Televisiones

Vídeo Nou (Servei de Vídeo Comunitari),
Televisión Marinaleda (colectivo EL CABLE), El Búho con
la colaboración de DESACUERDOS. Sobre arte, políticas
y esfera pública en el Estado español es un proyecto de
investigación y exposición entre Arteleku-Diputación Foral
de Gipuzkoa, Museu d'Art Contemporani de Barcelona-
MACBA, la Universidad Internacional de Andalucía-UNIA
artepensamiento y el Centro José Guerrero - Diputación
de Granada.
Gestión de Permisos: Pedro Jiménez, Pedro G. Romero
y Joaquín Vázquez
Montaje Técnico: BNV Producciones

Open Zemos y Pantallas Paralelas

Coordinación de contenidos: Pedro Jiménez
Programación Pantallas Paralelas: Felipe G. Gil y Rubén Díaz
Producción Técnica: Irene Hens y Benito Jiménez
Relaciones Públicas: Sofía Coca
Documentación Sonora: Irene Hens
Edición Audiovisual: Juan Jiménez - Hapaxmedia.net
Montaje Técnico: BNV Producciones - Hapaxmedia.net

Vídeo a la Carta

en colaboración con la Facultad de Comunicación
de la Universidad de Sevilla.

Digitalización: Servicio de Videoteca de la FCOM.
Marina Esnault, Sofía Coca, Lola Capote, Quique China, Cristina Domínguez y Juan Jiménez.
Programación Base Datos: Juan Jiménez - Hapaxmedia.net
Diseño Interfaz: Rubén Díaz
Montaje Técnico: BNV Producciones y Hapaxmedia.net

► Agradecimientos

A

Meriem Abdelaziz Sergio Luis Álvarez Fernández
Antonio Álvarez Francisco Alvarelos Maceira Dolores
Álvarez Carles Ameller Gastón Arévalo Andre Aspel-
meier Aire Comunicación José Vicente Araújo Mikel
Arbiza Goenaga Antono Álamo amínima Oscar Abril
Montse Arbelo

B

Laura Baigorri Ricardo Barquín Leonel Basso Catalina
Bejarano Eugeni Bonet José Luis Brea Miguel Brieua
Miguel Benlloch Isabel Blanco Bernardo Bueno David
Bravo Pilar Bellido Sonia Blanco

C

María Cañas Tali Carreto Francisco Camero Lola Capote
Marta Carrasco Roger Casas-Alatriste David Cangardel
Meritxell Collazos Antonio Collados Alcaide Quique
Chinae Carlos Carné Lucía Caro Fernando Cordovés
Mercedes Comellas

D

Carlos Desastre Laura Díaz Boza Andrés Denegri Clara
Díaz Isaac Díaz Alan Dunn Joaquín Dobladez José M
Díaz Pino

E

Oier Etxeberria Laila Escartín Mauro Entrialgo Santi
Eraso Blanca Esteva Rocío Espinosa

F

Pilar Figueroa Ángel F. Bueno Francesc Felipe Blas
Fernández Juanjo Fernández Jorge Farnes Antonio
Flores FON Mario Fernández Joseba Franco

G

Pamela Gallo Iván García (PIAS Spain) Andrea García
Mª del Rosario García-Doncel José Alberto García Fie-
rro Javier García (SIERRA Madrileña) Clara Garí Xavier
Gibert Mateu Jorge GR Dragón Iсаiаs Griñolo Federico
Guzmán Victoria Gil Pedro G. Romero María Genis
Eduardo García Martínez Elena González Gil Berta Car-
dona Peitx (GEDISA) Patricia García Chamorro Salvador
Gutiérrez Solís Marcos G. Piñeiro Rubén González
Carballe Blanca García Carrera Luis Gallego (La Fuga)
Andrés Garcia de la Calera Oñate Ismael G. Cabral

H

Benito Herrera

I

Fran Ilich Maren Iturburu Octavio Iturbe

J

Guadalupe Jiménez Antonio Jiménez Johnnie (2pasos)
José Antonio Jiménez Juan Jiménez Heredero Pedro J.
González José Manuel

K

Robert Koumans

L

Tiscar Lara Sylvester Lindemulder Ana M López Millán
Chiu Longina Letras de Cine Salud López

M

Celia Macías Leo Martín Cisco Martínez Enrique Martí-
nez Beatriz Madrid Giorgio Martini Juan Carlos Marset
Joan Carles Martorell Rubén Marcilla G. Mendrill Raz
Mesinai Iván Monroy López Begoña Morea Roy Sergio
Moreno (a.k.a. Chaser) Daniel Muñoz Alfonso Muñoz
Rosario Martínez Alba Carmen Muñoz Isabel Márquez
Federico Medrano Paqui Moreno Manoli Manuel Pepe
Moreno

N

Kera Nagel Luis Navarrete Philip Newcombe

O

Chema Olmedo Isabel Ojeda Antonio Orihuela

P

Carmen Pérez La Palabra Itinerante José Pérez de
Lama (a.k.a. Osfa) Joaquín Piñero Gómez David Planell
Pepe Puente Alicia Pinteño Jean-Gabriel Périot Ruth
Ponce Yanko del Pino Pepe Puente Pin&Pon djs Gaspar
Prieto (Miga - Label) Personal del Teatro Alameda Per-
sonal del Teatro Lope de Vega Manuel Prados Revista
Parabólica Fabián Pérez (Naranja)

R

Daniel Ramírez Arturo Rodríguez Natxo Rodríguez
Nuria Rodríguez Toni Roig Octavio Rojas Yolanda Ro-
mero José María Rondón Antonio Rincón Cano Jessica
Romero Esther Regueira José Rodríguez

S

Eva Sanagustín Pablo Sanz Gabriel Santander Lía
Saenz Víctor Sarabia Juan Luis Sánchez Tatiana
Sánchez Garland Robert Seidel Pablo de Soto SOPA
Nacho Santos Francisco Sierra Jean-Marc Simonnet
Samuel Sánchez

T

Asoc. Cult. La Tripulación del Comodín José Luis Tirado
Guadalupe Tempestini Alfonso Tierra

V

Juan Varela Carmen Valiente Celia Vioque Joaquín
Vázquez Mar Villaespesa Isabel Valle José Luis de
Vicante

W

Sánchez William

Y

Guzmán de Yarza Blache

Z

Josefa Zamora

- 10 **Textos de presentación**
- 13 **Una Revolución a la vuelta de la esquina**
Miguel Brieua
- 15 **Prólogo**
Mar Villaespesa
- 21 **<no+tv>**
José Luis Brea
- 27 **PAIK TV. Homenaje a un mongol visionario**
Laura Baigorri
- 41 **Eugeni Bonet: compartir la duda**
Una entrevista por Antonio Orihuela
- 51 **Todos nuestros días del mañana**
Alan Dunn
- 67 **Reclaim the Spectrum**
José Luis de Vicente
- 74 **REDTV, una nueva plaza pública**
Josevi Soria
- 84 **TV comunitaria, algunas reflexiones para el debate**
Grupo Alavío
- 94 **“La televisión es una apariencia de humanización”**
Conversación entre Carles Ameller y Leo Martín
- 108 **Una televisión que manipula, una televisión que educa.
Algunas notas sobre televisión e infancia**
Beatriz Rodríguez Pérez
- 120 **“Otra televisión es posible si pensamos en algo
que no es televisión”**
Fragmentos de una conversación con Fran Illich
- 135 **Internet, el canal del telespectador**
Eva Sanagustín
- 149 **La televisión es personal**
Juan Varela
- 161 **¡Prodúctete a ti mismo! Televisión, internet y la emergencia
de la “cultura de clip”**
Antoni Roig
- 177 **“Hay que luchar contra la hegemonía de lo visual para
vlganar tiempo”**
Entrevista a Chiu Longina por Pedro Jiménez
- 189 **La televisión no lo filma**
El Corsal Desastre
- 204 **Texts. English Version**
- 298 **Índice onomástico**

Andalucía cuenta hoy día con la mejor generación de jóvenes creadores de su historia más reciente. Jóvenes que se abren paso, en muy diferentes disciplinas, no sólo en nuestra Comunidad Autónoma, sino también en el resto del país. Esta realidad propicia que sean cada día más los espacios, los eventos, de especial trascendencia, muchos de ellos ligados a las vanguardias y a los nuevos lenguajes los que proliferan.

Creadores y creadoras que nos conectan con las diferentes disciplinas y tendencias que tienen lugar en el resto del mundo. Nos muestran el futuro, el camino por el que ha de transitar el mundo del Arte, sus nuevos lenguajes. En este proceso, debemos tener en cuenta el papel de estos jóvenes como agitadores culturales, construyendo un nuevo panorama social y cultural.

Este es el espíritu de ZEMOS98, un festival que a partir de lo audiovisual trasciende a todos los ámbitos que escoge la creación para manifestarse. El elemento visual, la visualidad, la percepción, la televisión, más allá de la televisión, como un espacio y soporte de comunicación, casi de relación, como un medio de entendimiento, o de alejamiento, en algunos casos. La convivencia con internet, o con los otros medios, más o menos convencionales, sobre los que transcurre la comunicación. ZEMOS98 apuesta por estas nuevas corrientes, por estas nuevas expresiones, que escapan de los canales convencionales.

ZEMOS98 sabe recorrer y encontrar en las periferias de los lenguajes la identidad, tal vez aún por determinar, del hecho creativo actual.

Joaquín Dobladez Soriano

Director General del Instituto Andaluz de la Juventud
Consejería para la Igualdad y Bienestar Social

El Festival ZEMOS98, cuya octava edición tuvo lugar el pasado mes de marzo, encierra en sí mucho más de lo que el propio término “festival” pudiera evocar en nosotros. Fue y es, en realidad, el punto de partida de una serie de actividades que no limitaron su desarrollo a la cita concreta de unos días de marzo. Y es así como debe entenderse La televisión no lo filma, como otra afortunada creación que prolonga en el tiempo la reflexión iniciada meses atrás.

Es, por tanto, este libro parte de un proyecto más amplio que engloba otras apuestas creativas y presenta como denominador común el interés por la reflexión y el análisis crítico sobre un mismo tema. El acercamiento a un objeto de investigación desde campos tan diferentes como la filosofía, la sociología, la política o la tecnología, por citar sólo algunos de ellos, propicia, sin duda alguna, un conocimiento más rico y profundo del mismo, de la televisión en este caso.

“La televisión no lo filma” refleja también, necesariamente, la postura de sus promotores, su especial interés por continuar indagando sobre las herramientas de comunicación y el uso que la sociedad hace de ellas, así como el modelo de televisión que postulan, que queda patente en sus propias palabras: “... frente al control y la inhibición, la negación y la desinformación, imaginamos una televisión de lo público, de lo social, que utiliza internet para crear redes, comunidad, un espacio de experimentación y conexión frente a la producción masiva, alienante y creadora de pasividad de una audiencia televigilada. Queremos ver esa televisión, porque sabemos que podemos hacerla.”

Desde la Universidad Internacional de Andalucía queremos seguir apoyando empresas como ésta, pues, aunque algunos pudieran tildarla de utópica, a título de descalificación, nosotros creemos que cierta dosis de utopía es necesaria para impulsar un camino de verdadero progreso, entendido éste como desarrollo de lo más genuinamente humano y no como mera mejora de las condiciones materiales de vida.

M^a del Rosario García-Doncel Hernández

Vicerrectora de Extensión Universitaria y Participación
Universidad Internacional de Andalucía



Una Revolución a la vuelta de la esquina

Piensen por un momento en la colosal maquinaria, de una envergadura, alcance y ramificación ya difícil de cuantificar, que hora tras hora, minuto a minuto, se encarga de recordar a todos los ciudadanos del mundo cuál es el camino, cuáles los límites y cuáles los deseos y anhelos de cada individuo. Miles de cadenas de televisión, de emisoras de radio, de periódicos, revistas, carteles publicitarios y demás soportes comunicativos regurgitando sin cesar una misma consigna: “no hagan nada / no hay nada que hacer / ya se hace por usted / entre tanto, si puede usted permítsele, entreténgase con el ocio de baratijas y necesidades que se le ofrece a cambio”.

Figúrense que, aun a pesar de ese permanente e indiscreto torrente apisonador de inercia descerebrada, aunque fundamental para mantener el statu quo, la gente, las personas, encuentran a diario, aunque de manera inconexa y a menudo con una amplitud de miras muy limitada, motivos para sospechar, para quejarse, para anhelar otra cosa, para desear, espoleados por algo muy al fondo de sí mismos, otro mundo que se diese como por ensalmo. Sin embargo, la acción se hace frustrante, pues en sociedades tan complejas e hiperpobladas, cada individuo es un islote aislado y lo único que une a todos, justamente, son las señales de humo en el horizonte de los medios de comunicación. Nadie, pues, percibe la fuerza potencial de un desencanto tan abrumadoramente universal. Precisamente para combatir esa tristeza desoladora que subyace por debajo de nuestra realidad, sonríen tan eufóricamente los empleados de la perseverante publicidad.

Traten de imaginarse, ahora, lo que podría suceder con nuestra malograda especie si, no se sabe bien cómo, esa proyección comunicativa de los medios se emplease, aunque fuera tan sólo por unos pocos días, en transmitir mensajes de cordura, de sensatez, de belleza libre y no instrumentalizada, de esperanza real y práctica de acabar con la miseria física y mental.

Un sólo minuto de estas emisiones tendría más fuerza y echaría más raíces en el imaginario colectivo que todo un año de la monocorde y necia rueda de molino habitual, pues sería algo así como hacer llegar un rayo de luz al que, exhausto y desesperado, ha desistido ya de cavar el túnel que tal vez lo libere de la estancia estanca y oscura que ya ha sido asumida como prisión definitiva y espectral tumba.

Miguel Brieva

*Este texto fue publicado originariamente en Dinero número 4, Revista de Poética Financiera e Intercambio Espiritual.



open zemos



Prólogo

Mar Villaespesa

“Ni el genio legislador de Moisés, ni el humanismo de Homero, ni el racionalismo de Averroes, ni el universalismo de Dante, y mucho menos aún el sentido trágico de Cervantes o la mordacidad de Voltaire están a la altura de la pequeña pantalla”.

Sami Nair, Mediterráneo hoy

Pronunciar que si la tv no existiera habría que inventarla... como mínimo, y de entrada, puede hacer pensar dos cosas: una, que se trata de una boutade ya que el mero nombre del medio produce, a partes iguales, vergüenza e impotencia y otra, que se trata de una propuesta del tandem militar/industrial que domina el planeta; porque muchos podrían ser los ejemplos, estadísticas, estudios sociológicos... pero repasemos el tema de la tv en el marco geopolítico del Mediterráneo, Oriente Medio y Próximo (igualmente nos produce vergüenza e impotencia la política imperialista que se está aplicando en la zona): “durante la guerra del Golfo se asistió a un auténtico apoderamiento del espacio audiovisual de Oriente Próximo y del sur del Mediterráneo”... y sigue Sami Nair enumerando... “En 1995, 50 cadenas inundan esta región. La CNN, que demostró su eficacia durante la *Tormenta del desierto*, se convirtió en una nueva meca mediática. Pero no la única, pues la recomposición que se está operando en el paisaje audiovisual de la zona se apoya en tres patas: Gran Bretaña, Estados Unidos y Arabia Saudí”.

Poca crítica queda por hacer, que no se haya hecho ya, tanto a la tv como a la actual política internacional, pero antes que quedar anestesiados, cuando menos, por el bombardeo de basura, noticias o misiles (que obviamente no salpican nuestro sofá ya que todo queda dentro de la pantalla, formando parte de lo que Gene Youngblood denominó ya en 1970 “desinformación táctica”, o cómo las noticias están motivadas por el beneficio económico, en su ensayo *Cine Expandido*), y ante la evidencia del estrepitoso fracaso de las utopías en torno al potencial revolucionario de los nuevos medios (primero la radio y luego la televisión) así como a la socialización y a la democratización, albergadas por muchos desde los albores del siglo pasado hasta pasados los años 70, queremos intentar pensar que al menos nos queda “hacer de tripas corazón”, por muy prosaico que parezca.

Mar Villaespesa es crítica de arte y productora audiovisual. Licenciada en Filología por la Universidad Complutense de Madrid. Codirige la productora ZAP producciones, es miembro del equipo directivo de UNIA artepensamiento. Ha dirigido proyectos multimedia y multidisciplinarios como el reciente *Transacciones_Fadaiat* en 2004.

Pese a esto, no queremos ocultar que nos debatimos en esa dicotomía que plantea la cita de Bourdieu, que encabeza uno de los textos de este libro: "He subrayado que la televisión produce dos efectos. Por un lado rebaja el derecho de entrada en un número de campos: filosófico, jurídico, etc. [...] Por otro, dispone de los medios para llegar al mayor número posible de personas. Lo que me parece difícil de justificar es que se utilice la amplitud de la audiencia para rebajar el derecho de entrada en el campo. [...] Se puede y se debe luchar contra los índices de audiencia en nombre de la democracia".

Es muy probable que la fórmula "pan y circo" tuviera como heredera la de "pan y fútbol"; y, finalmente, la de "pan y televisión"

Podríamos decir que esa dicotomía negativo-positivo se da en tantos otros campos, como el del fútbol sin ir más lejos, como apunta Vázquez Montalbán: "Es muy probable que la fórmula 'pan y circo' tuviera como heredera la de 'pan y fútbol', y, finalmente, la de 'pan y televisión'. Pero la fórmula 'pan y fútbol' ha sido aplicada un tanto mecánicamente. Ha padecido el desdén intelectual de los que, inconscientemente, más han hecho para crear el abismo entre cultura popular y cultura de élite. Inconscientemente, los que más han hecho por ese divorcio han sido los que más han hecho por ese divorcio han sido los que más predispuestos estaban moralmente a evitarlo. El fútbol ha sido el derecho a la épica, ejercido a tontas y a locas por el pueblo. Ha sido, y es, un instrumento de desviación de la agresividad colectiva hacia un cauce no político. Pero también ha servido, juzgado desde otra perspectiva, como válvula de escape de las frustraciones del hombre de la calle y, por lo tanto, ha cumplido un papel higiénico sobre la prenatal conciencia social del país".

Viéndolo "desde otra perspectiva" (aunque ahí ha quedado el peliagudo tema de la audiencia, clave en la cita de Bourdieu) es donde puede cobrar sentido la pronunciación del inicio... porque muchos han sido los intentos tanto de llevar a cabo, para la tv, el "papel higiénico" como la idea de democratizarla. "Desarrollar una conciencia crítica de la industria de la comunicación... lo consideraban un primer paso necesario para el control democrático de las fuentes de información", como analiza William Boddy en su ensayo *Paper Tiger Television: la tele de guerrilla revisitada* sobre el proyecto del colectivo de vídeo independiente que en 1987 inició un programa semanal para el cable de acceso público en Nueva York.

Ya antes de que naciera el medio tv, a su hermana mayor la radio se le plantearon tanto críticas como intentos de canalizar su potencial educativo, desde la práctica y desde la teoría; ejemplos de ello valgan la famosísima emisión radiofónica de Welles *La guerra de los mundos* en 1939, en plena expansión del nazismo,

o anteriormente los escritos de Bertolt Brecht que en *Teoría de la radio* (1927-1932) apuntaba que "...aquellos que valoran la radio, lo hacen porque ven en ella una cosa para la cual puede inventarse algo..." Y también que "...un hombre que tiene algo que decir y no encuentra oyentes, está en una mala situación. Pero todavía están peor los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles". De algún modo, aquí ya subyace el tema de la audiencia del que, también, poco podemos añadir a todo lo escrito y debatido. Porque lo cierto es que son muchos los que tienen algo que decir pero es obvio "el desequilibrio existente entre un pequeño número de emisores y tan gran número de receptores", algo que no se ha subvertido a pesar de las prácticas de guerrilla tv que, desde los años 70, han llamado a una inversión del modelo.

Viene al caso el sardónico comentario que el cineasta Joaquín Jordá hizo este invierno pasado en un programa de TVE al que asistía como invitado, con motivo de la proyección de su espléndida película *El encargo del cazador* (1990), ante el comentario del presentador sobre el hecho de que dicho documental apenas se había visto, algo que Jordá no se explicaba porque se había financiado con dinero de la misma TVE. En ese momento pensé que no conozco a nadie que forme parte de esa audiencia en base a la que la televisión pública no programa dicho tipo de películas. Y no me resisto a contar otra experiencia que recientemente he vivido sobre ese mismo sentimiento, sobre todo por nombrar a otro gran cineasta, Martín Patino: al ver en DVD una película suya como *La seducción del caos*, que tiene precisamente como protagonista a la propia tv, me preguntaba por qué no se pasa en la tv pública como menos una vez al año... y tantas otras obras audiovisuales que bien colaborarían a la educación de los ciudadanos y a que los llamados índices de audiencia no fueran de la mano del "pan y televisión" sino de un hipotético (utópico) "piensa y televisión". Puesto que no es así, al menos juguemos a pensar que gracias a que la tv pública es como es, Martín Patino puede hacer una espléndida obra como ésta, y atacando con la mentira ya que con la retórica de la verdad se ha hecho el enemigo. No soy ajena a la contradicción de este comentario porque sin duda alguna hubiera preferido que Patino no hubiera tenido que hacer *Caudillo o Canciones para después de una guerra*, aunque bien pensado podría haberlas hecho como falsos documentales o como películas de ficción. Así que sigamos soñando en una vuelta de tuerca más sobre lo verdadero y lo falso, como el prestidigitador que encarna Welles en *Fake* (1975), subrayado por Patino en su falso documental como referente que es de uno de los debates más interesantes en torno a los medios de comunicación (también con respecto al arte) que no representan la realidad tal y como es sino que la producen e imponen, motivo por el que la realidad

mediática es más real en cuanto productora de efectos de realidad, como analizan los expertos.

Y nombrados los medios de comunicación y el arte llegamos a una exégesis de la frase del inicio: de todos es sabido cómo en el año 1968 Sony introduce en Estados Unidos el vídeo portátil de media pulgada, y a partir de ello cómo se produce la eclosión del vídeo arte; en los primeros trabajos, que se presentaron en las galerías, la aparición de los monitores de tv como parte de la instalación era una constante, ya con material grabado en directo o en diferido, con el objetivo de que el espectador estableciera una interacción directa con la pantalla y modificara la relación pasiva que tenía con la misma, cuestionando el papel hegemónico que ocupaba la televisión en la cultura de masas. No se trata aquí de hablar, ni siquiera de enumerar las obras que surgieron en este clima crítico y a partir del mismo (véase el catálogo *En el lado de la televisión*, proyecto dirigido por Jorge Luis Marzo, cuyo texto recoge muchas de las prácticas artísticas en torno a la tv), ni de rastrear en los pioneros que fueron Nam June Paik y Wolf Vostell, cuya trayectoria, a modo de homenaje, expone Laura Baigorri en otro de los textos de este libro, si no de volver al principio: si la televisión propició todas esas obras... y a pesar de que más que debilitarse con tanto dispositivo crítico no haya hecho sino aumentar su hegemonía hasta esa situación vergonzante que antes comentamos, ya que, aceptémoslo, por mucho que esas obras descargaran toda su batería crítica no fueron capaces de subvertir las relaciones de poder existentes.

Algo que, por otro lado, no impide desfallecer a muchos autores que siguen planteando sus obras en esos parámetros críticos; por citar un ejemplo, Muntadas, valga por ser otro de los pioneros, del vídeo arte español, que desde los años 70 ha desarrollado propuestas de creación en torno a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, y por lo paradigmático de su obra *Cadaqués Canal Local* (1974), la primera experiencia de televisión local comunitaria hecha en nuestro país. Y porque sigue interviniendo en la tv (véase su reciente obra *Miedo/Fear*, un vídeo sobre la frontera México-EEUU, cuya propuesta llevaba implícito la retransmisión del mismo por diferentes televisiones tanto a los dos lados de la frontera, Tijuana-San Diego, como en las capitales políticas de ambos estados: México DF y Washington DF).

Estas obras, procesos y experiencias que han dejado un poso y un aprendizaje a lo largo de estos casi 40 años del vídeo arte, del vídeo independiente, y de la guerrilla tv, son un referente para la crítica a la institución tv (y con ello a los nuevos medios, que a pesar de las diferencias en cuanto a la relación emisor-recep-

tor, serán también un terreno a conquistar porque el sistema no permitirá que sea un medio de comunicación y educación), igual que ese hombre de la cámara que era Dziga Vertov es un referente para todos esos documentales críticos, ya reflexivos o performativos, que desde que filmó con su cámara y trípode, al hombro, se han sucedido... para seguir actuando en la construcción del espacio común, en la recuperación del secuestrado espacio público.

Cuando en una entrevista a Paul Virilio, recogida en *El ciber mundo, la política de lo peor*, le preguntan sobre la película de Rosellini, *Roma, città aperta*, como película que anuncia un renacimiento del cine y con la que se dibuja un mundo posible, que si ¿no resulta paradójico pensar que la guerra haya sido el origen del nuevo realismo italiano?, él contesta que esa paradoja le ha perseguido desde siempre: "Para mí la frase clave es una frase de Hölderlin que viene a decir que allí donde se encuentra el mayor peligro se encuentra también la salvación".

Pues a asumir riesgos... y en los nuevos medios, que, en definitiva, creo que es lo que se propone con ese lema de MAS ALLÁ DE LA TV de la octava edición de ZEMOS98 y este libro de LA TELEVISIÓN NO LO FILMA.

<no+tt



<no+tv>

José Luis Brea <http://jose-luis-brea.net/>

José Luis Brea es Profesor Titular de Estética y Teoría del Arte Contemporáneo de la Universidad Carlos III de Madrid. Es director de la revista Estudios Visuales. Crítico de arte independiente, colabora con diversas revistas nacionales e internacionales, siendo corresponsal para España de la revista ARTFORUM. Ha sido pionero en la investigación del net.art, así como uno de los personajes más activos en su producción y difusión en España.



He subrayado que la televisión produce dos efectos.
Por un lado rebaja el derecho de entrada en un número de campos:
filosófico, jurídico, etc. [...]. Por otro, dispone de los medios para llegar
al mayor número posible de personas. Lo que me parece difícil de justificar es que
se utilice la amplitud de la audiencia para rebajar
el derecho de entrada en el campo. [...]
Se puede y se debe luchar contra los índices de audiencia
en nombre de la democracia.

Pierre Bourdieu, Sobre la televisión

<!--"THE PIONEERS OF NET ART IN ONE VOICE TELL US THAT IT HAS DIED." /--->

Eldar Karkhalev, Notepad.

No más TV. No se trata de negar las cualidades del dispositivo como instrumento de comunicación, de interacción social, de democratización de la experiencia cultural: se trata de cuestionar radicalmente los mecanismos que regulan su existencia real en un contexto de libre mercado (el que hay, y la cosa va para largo), toda vez que ni existe ni parece que vaya a existir ya más la posibilidad de que su existencia social efectiva vaya a contemplarse, salvo si acaso excepcionalmente (en zonas aisladas como los festivales, ok), en términos de servicio público, como territorio genéricamente protegido por algún proyecto revisado de estado del bienestar, quiero decir. Basta por tanto de acariciar fantasías que nunca se dan, se han dado o se darán, y de amparar y legitimar bajo su paraguas realidades tan nefastas y denigradas como las que, día a día, sufrimos. Se acabó. Pensar en una TV que realice o pueda realizar un servicio positivo a los objetivos de democratización del espacio social es ponerle una vela al aparato de control, poder y desarme ciudadano que más poderosa y terriblemente esquilma en nuestros días el tejido social y evapora en él toda posibilidad de trabajar por un proyecto de democratización concreta, el dispositivo que más sangrantemente estrangula cualquier posibilidad de comunicación auténtica en el espacio público. La pregunta de "qué acción es posible en la esfera pública" no tiene respuesta en el ámbito de la TV -como no sea: anti-TV, microTV, TV no guiada por la ley que "define" a la TV, la ley de la audiencia. Bajo su gobierno, bajo el gobierno de esa ley, la TV no crece ni puede crecer sino como instrumento de control y degradación de la experiencia, como dispositivo de aculturación brutal, como aparato productor de masa

Pensar en una TV que realice o pueda realizar un servicio positivo a los objetivos de democratización del espacio social es ponerle una vela al aparato de control

***Apostemos por
una contra-tv,
por una anti-tv,
por una micro-tv
que practique
la diseminación
proliferante de los
microdispositivos
de la interacción
pública***

ciudadana inerte, negador de toda socialidad. Ningún otro canto por tanto, para cualquier mirada crítica, que el de “no más tv”. O lo que es lo mismo: apostemos por una contra-tv, por una anti-tv, por una micro-tv que practique la diseminación proliferante de los microdispositivos de la interacción pública, de las pequeñas unidades de acción comunicativa. Segmentar, micronizar, cortar y dispersar siempre, allí donde la gran máquina del capital globaliza, produce imperio, masa humana adormecida. Cualquier ilusión universalista en la producción del dominio público, de la Comunidad Ideal de Comunicación, de la Razón Pública, no viene sino a sacrificarle al populismo demagógico de la universalidad del acceso el propio ejercicio intensivo de la experiencia. No hay política –sino demagogia– allí donde se sacrifica lo intensivo a la cantidad. No, no más TV.

#

Cada medio realiza la ley del que le precede, la modernidad parece consagrar la regla historizada de una acción diferida. Así que es preciso extremar las alertas para que las nuevas ilusiones utopistas proyectadas alrededor de los nacientes *new media* no acaben derrumbándose sin avisar, al paso del famoso ángel del progreso, para acabar entregándonos un presente sucumbido entre ruinas que no realizan sino la ley –del medio anterior.

De una hermosa manera –invisibilizando el mensaje y deslizando sólo a ojos de quien sepa indagar el código fuente– Eldar Karkhalev nos recuerda (en la misma pieza que hemos seleccionado para este proyecto) que el tiempo en que alrededor del *net.art*, y de internet más en general, proyectábamos y veíamos proyectarse utopías sugestivas es un tiempo cumplido, que ha quedado atrás. Como quiera que sea es preciso intervenir ahora bajo nuevas leyes y con otra conciencia –pues en todo caso nos referimos a algo que ya es totalmente imposible de parar. La ilusión de una zona temporalmente autónoma, de un dominio ajeno a la territorialización de mercado e institución –es una ilusión definitivamente imposible de sostener. Si durante unos años internet ha sido un territorio al que las industrias volvían la espalda (y esto parece obligado recordarlo: durante un tiempo sólo las instituciones educativas –no las de este país, desde luego– y grupos marginales de la sociedad civil se interesaron por internet), es inevitable hoy ser consciente de que internet es el lugar en el que se llevan a cabo las operaciones financieras más importantes y decisivas, el dominio en el que se estructura toda la reorganización de las nuevas economías. Que en ese contexto

de transformación sobrevivan ilusiones de anticomercialismo o independencia resulta, cuando menos, ingenuo, si es que no interesadamente legitimador. No únicamente una zona integrada: internet es, por excelencia, el principal territorio de operaciones en que se están decidiendo las estrategias a largo plazo de los más grandes imperios de la comunicación (de la in-comunicación, debería decirse) y las más poderosas industrias de la cultura (in-cultura, debería decirse) de masas –es el lugar mismo en que la actual se apoya para autodefinirse como “sociedad del conocimiento”, sociedad del capitalismo cultural. Que ellas –esas macroindustrias de la nada- impongan por tanto su ley –esa ley del sacrificio de la calidad intensiva a la magnificación cuantitativa de las audiencias- parece poco menos que inevitable... Dicho de otra manera: que internet se televisice, se someta a las lógicas del medio de comunicación de masas, parece, ciertamente, su más inmediato futuro. Y es justamente por ello que hablar de <no+tv>, a propósito precisamente de internet, tiene hoy todo el sentido: reclama una política de intervención inmediata, y urgente, en un territorio en el que la lucha, todavía, está abierta. O en el que, cuando menos, es preciso intervenir para mantenerla operativamente abierta ...

#

Para ser –el del *net.art*- un territorio tan joven, demasiado pronto se ha visto asaltado por peligros demasiado profundos, por símas demasiado magnéticas. Ni el de la institucionalización precipitada ni el de una comercialización que no acaba de encontrar sus fórmulas resultarían por sí mismos tan peligrosos si no fuera porque ambos procesos van a atravesar la imposición regulativa de la –ley de la TV- gran audiencia. Que el *net.artista* se vea obligado a sacrificarle a ese objetivo cualesquiera intenciones críticas –vinculadas a la intencionalidad expresiva, a la productividad del sentido o a la intensificación de la experiencia- es algo que deriva en la enfermedad más evidente que aqueja al *net.art* en nuestros días: el neoformalismo esteticista. Revestido de un guiño complaciente a la nueva cultura juvenil (al mercado del nuevo consumo juvenil), el esteticismo tecno invierte tanto en la forma –y el diseño vuelve aquí a ser la peste- como poco o nada en los contenidos. De ahí que el *net.art* esté fracasando estrepitosamente en devenir justamente lo que abanderaba criticar: una producción institucionalizada de los últimos objetos hueros que abastecen a la institución arte, y por ende al mercado. Objetos animados y que reclaman nuevas formas de expectación y comercialización, sí, pero únicamente eso al fin y al cabo. En un momento

Hacer emerger estructuras desjerarquizadas de medios que sean capaces de permitir una comunicación intensificada en el espacio público entre sujetos de experiencia, conocimiento y pasión, acariciando todavía aquella idea vanguardista de la comunidad de productores de medios

en que las prácticas artísticas viven un proceso de transformación tan intenso, resulta desconcertante que una nueva práctica nacida en un territorio tan inicialmente poco condicionado, esté invirtiendo tanto de sus energías únicamente en resolver, por encima de todo, la forma de su vertiginosa absorción ...

La selección que proponemos ⁽¹⁾ se posiciona en el extremo más alejado posible de todo ese neo-esteticismo, por completo al margen de cualquier formalismo, de cualquier concesión a la espectacularidad o el efectismo de las apariencias. Al contrario, nos interesan las obras que investigan en interfaces secos, antidiseñados, espacios que lo sacrifican todo al contenido, a la apertura de espacios de intervención, diálogo y comunicación. Creemos que la lógica de la TV se rompe sobre todo en dos fronteras: primera, la que abre hacia el propio espacio de lo social; y segunda, la que abre hacia la escena del diálogo, del intercambio en lo público de la escritura. Los trabajos que reunimos podrían alinearse en esas dos direcciones, si bien dispersándolas en un aglomerado muy dispar de formas de hacer y operar -siempre singulares.

Trabajos como los de Dora García, Alicia Framis o Disseminet apuntan desde la red hacia su exterioridad, la del espacio social, y es por su relación con éste que cobran sentido. Otros, como *nettime-latino*, *eco e-panel*: o la extensión de *The Thing in issola nella rette*, trabajan en la producción de esfera pública, en la generación de medios participativos que permitan un fluido intercambio y contraste de las opiniones. Los trabajos del *Critical Art Ensemble*, *Knowbotics Research*, *Schema*, *La Société Anonyme* o el *net.institute* de Luther Blisset problematizan autorreflexivamente -llegando algunos de ellos de modo explícito incluso a la recuperación del género manifiesto- el trabajo en la red, cuestionando expresamente cualesquiera tópicos heredados, mientras que un bloque final de net.artistas "puros", casi todos provenientes de la época dorada del periodo heroico, o bien persevera en indagar sobre el posible carácter utópico de la obra net (tal es el caso de la *Página Universal* de Bookchin y Shulgin o del *Open Source* de Vivian Selbo) o nos encarecen a perseverar en la tensión creadora pese a reconocer el halo de un fracaso anunciado cerniéndose sobre el espacio de la web (como es el caso de la pieza, ya aludida, de Karkhalev).

Como quiera que sea, este conjunto de investigaciones apuntan a una órbita de expectativas muy abierta y casi diría que irrenunciable -cuando se trabaja crítica y activistamente en el ámbito de la esfera pública-: la de hacer emerger estructuras desjerarquizadas de medios que sean capaces de permitir una comunicación intensificada en el espacio público entre suje-

tos de experiencia, conocimiento y pasión, acariciando todavía aquella idea vanguardista de la comunidad de productores de medios. Si ya no puede trabajarse con el entusiasmo destilado por una credulidad ingenua (o hipócrita) en la realizabilidad definitiva de ese sueño –sueño de autonomía y universalidad-, estas investigaciones perseveran en el trabajo negativo, en la resistencia activista, evitando por un lado embriagarse con el perfume de imposibilidad que envuelve su horizonte frustrado y por otro entregarse a ese destino integrado en el que todo esfuerzo crítico acaba viéndose desarmado, rendido y amordazado. En el camino, el estribillo que resuena de su canto de guerra puede que diga “no + tv”.

Notas

[1] Este texto forma parte de la e-show homónima que puede encontrarse en <http://aleph-arts.org/no+tv/>



PAIK TV.

Profesora Titular de Vídeo en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona y especialista en Arte y Nuevos Medios. Creadora del directorio de información alternativa "el transmisor" y de los directorios de media art "Arte en Red" (1997-2000) y "DATA.ART". Su obra más destacada es "Vídeo. Primera etapa: El vídeo en el contexto social y artístico de los años 60/70" (Ediciones Brumaría n.4, 2004), Premio a la Creación y Crítica de Arte en 2005 de la Fundació Espais de Gerona.

PAIK TV. Homenaje a un mongol visionario

Laura Baigorri <http://www.interzona.org>



"Hoy en día me pregunto porqué estuve tan interesado en Schönberg.
Sólo porque se presentó como la vanguardia más radical.
Me pregunto, entonces, porqué me interesé en esta "radicalidad".
Por culpa de mi ADN mongol.
Los mongoles no se caracterizaban por sus ataduras a un centro,
como ocurre en la sociedad china agraria.
Veían lejos y, cuando veían un nuevo horizonte a lo lejos,
tenían que partir de nuevo para poder ver más lejos...
Tele-visión significa en griego: ver lejos".
Nam June Paik ^[1].

Comienzo a escribir preguntándome yo también porqué me interesé en el vídeo.
Por culpa de Nam June Paik.
Porque no comprendía tanta burla, tanto sinsentido,
tanto bricolaje electrónico de chatarrería... ¿era eso arte?
Paik sólo me parecía un niño grande inventando juguetes cada vez más... raros: un
robot que anda, habla y defeca huesos de melocotón...
¡hombre, esto no es serio! Sin embargo, intuía en él un fondo de genialidad
que después comprendí mejor cuando estudié a Fluxus.
Este texto es un homenaje a quien convirtió mi desconcierto en vocación.

1. La TV en Fluxus. Las actitudes representativas de Paik y Vostell

Nam June Paik ha pasado a la historia por ser uno de los pioneros en utilizar la televisión para hacer arte. Su compañero de Fluxus, Wolf Vostell, incluyó por primera vez un televisor en funcionamiento en la pieza *La mirada alemana* en 1958, pero sería Paik el primer artista al que se le ocurrió grabar una cinta de vídeo y mostrarla en público como un hecho artístico. La historia mítica es la siguiente: Con el dinero de una beca de la Fundación Rockefeller compró uno de los primeros Portapacks ^[2] que se comercializaron en EEUU. Un día, cuando volvía a casa desde la tienda de música Liberty, el taxi en el que viajaba se cruzó con la comitiva del Papa Pablo VI en su visita a Nueva York. Paik grabó su llegada desde el asiento trasero del taxi y esa misma noche mostró las imágenes bajo el título *Electronic Video Recorder*. Sucedió el 4 de octubre de 1965, en el Café Go-Go de Nueva York, durante las veladas "*Moon Night Letters*" organizadas por Fluxus a la manera de "*Cabaret Voltaire*".

Tras unos años de debate, el crítico Jean-Paul Fargier saldó la vieja discusión sobre el honor de ser pionero con una decisión salomónica: "Paik fue el primero con el magnetoscopio y Vostell el primero con la televisión".^[3]

Toda la técnica de la TV y del cine se revolucionará, el dominio de la música electrónica se extenderá al nuevo horizonte de la ópera electrónica, la pintura y la escultura serán trastornadas, el arte intermedia cobrará cada vez más importancia, asistiremos al nacimiento de la literatura sin libros y del poema sin papel”.

Crítica contra-televisiva. La TV como objeto

“El medio es el mensaje”^[4]. Este famoso aforismo comenzó a difundirse en *Understanding Media* (1964), un libro de Marshall McLuhan que ejerció una gran influencia en la contracultura y el arte de los años 60/70, y muy especialmente en los videoartistas de esas décadas. La respuesta más habitual de artistas y activistas fue la confrontación, demostrando su oposición al medio a través de la crítica contra-televisiva y de violentas acciones contra el aparato de televisión.

Las primeras reacciones contra el medio televisivo tuvieron lugar en el terreno del *happening* y las llevó a cabo Wolf Vostell demostrando una actitud combativa frente a la televisión. En el *Yam Festival* celebrado en mayo de 1963 en New Brunswick (EEUU), Vostell envolvió un televisor en alambre de espino y lo enterró “vivo” mientras continuaba emitiendo su programación. Y en septiembre de ese mismo año, condujo al público de la galería *Parnass* de Wuppertal (Alemania) a una cantera donde podía verse a lo lejos una televisión en funcionamiento, cogió un fusil, y la destruyó de un disparo: fue el primer fusilamiento del medio.

Como muchos otros creadores, el coreano Nam June Paik encontró en las teorías de McLuhan un importante referente y sus obras también demostraron al principio cierta agresividad, pero enseñada se produjo un cambio. Su mujer, Shigeko Kubota, explica *a la manera* Fluxus la transición de una primera etapa destructiva de Paik a otra mucho más creativa: “Cuando conocí a Nam June Paik no era videoartista, sino músico. Se hizo videoartista en los años sesenta. Cuando le conocí era un compositor. Rompía pianos y después de romper pianos comenzó a romper televisores. Más tarde se preguntó porqué rompía pianos y televisores si podía conseguir más belleza utilizándolos para crear objetos. Por eso empezó a hacer esculturas y a utilizar los televisores como material escultórico”^[5].

La nueva postura adoptada por Paik erradica las acciones violentas, pero continúa siendo crítica con la televisión bajo un punto de vista irónico y provocativo: “Nuestro trabajo es la crítica de la televisión pura, como Kant”^[6]. Esta actitud se hace más patente en las videoesculturas que cuestionan la TV como mueble y que critican el papel pasivo que asume el espectador frente a ella. Entre las numerosas piezas que remiten a objetos cotidianos -*TV Clock* (1965), *TV Glasses* (1971), *TV Bed* (1972), *TV Garden* (1974), *Video Fish* (1975), *TV Candle* (1975)-, destaca la ironía de *TV Chair* (1968), una silla con una televisión que reemplaza el lugar que ocuparía el asiento, de manera que cuando alguien se sienta



sobre ella tapa la pantalla con sus propias posaderas; sobre la silla, una cámara en circuito cerrado pende del techo enviando la imagen cenital del sujeto a la pantalla. En la trayectoria artística de Paik hay dos rasgos característicos fundamentales que predominan por encima de los demás y éstos son, sin duda, la curiosidad y el sentido del humor.

Una de las obras más representativas de este período es *Buddha TV* (1974), compuesta por una escultura de Buda colocada frente a un televisor y una cámara que le graba en circuito cerrado. El artista establece una confrontación entre dos culturas distintas y también entre la meditación y la tecnología. El Buda que se contempla a sí mismo en la pantalla de TV aparecerá durante los años siguientes en distintas versiones: algunas veces tiene el rostro del propio Paik, y otras es sustituido por *El Pensador* de Rodin - *TV Thinker* -. En 1976, incluso, recrea *Triangle*^[7] a partir del Buda, el Pensador y su propia persona, con la intención de que la meditación de Oriente y la introspección de Occidente converjan con la televisión como mediador.

Y en 1969 crea una performance para Charlotte Moorman donde ésta se presenta ante el público para tocar el violonchelo vestida con un peculiar sujetador compuesto por dos mini-televisores. Para justificar la obra, titulada *TV Bra*, Paik realiza una declaración Fluxus que resume su concepción del videoarte: "Al usar la televisión como sujetador, como la más íntima propiedad del ser humano, demostraremos el uso humano de la tecnología y también estimularemos la fantasía de los espectadores a buscar nuevas, imaginativas y humanistas formas de utilizar la tecnología"^[8].

Ya en los 80, Paik realizará piezas objetuales plenamente integradas en el mercado del arte que son una respuesta a los numerosos encargos de museos y galerías de todo el mundo, siendo especialmente representativa de esta nueva forma de actuar las series de robots que realiza durante esta y la posterior década. Todos siguen un mismo patrón: el cuerpo está compuesto por antiguos armazones de televisores y radios de madera con pantallas de televisión encastadas que emiten las vertiginosas imágenes de sus vídeos. Tras la gran *Familia de Robots* (1986) creará, en 1989, varias piezas de unos 3 metros de altura que representan a David, Voltaire, Diderot, Danton, Robespierre, Marat y Olimpia de Gouges. Estos gigantescos robots se exponen bajo el título de *La Fee Electronique* en el Musée d'Art Moderne de la Ville de París con motivo de la conmemoración del Bicentenario de la Revolución Francesa. Entre sus piezas más conocidas destacan las representaciones de personajes célebres y amigos: *Digital Merce* (1988), *Cage* (1990), *Charlotte Moorman Robot* (1991), *Karen Blixen Robot* (1996), *Hamlet Robot* (1996)...

Mientras que la actitud de Paik se inscribe directamente en la corriente más burlona y provocativa de Fluxus, la de Vostell retoma la vocación nihilista del dadaísmo de una manera estricta; es decir, si determinamos que Vostell siempre fue Fluxus por su compromiso radical, tendremos que convenir que Paik siempre fue Fluxus por su concepción lúdica del arte.

Pero existen otras diferencias notables en el uso que ambos hacen del televisor y de la imagen electrónica. El interés de Vostell en la televisión se centra en el aparato, en el objeto, en lo que éste representa y en el ritual. Utiliza el televisor como un elemento más en su repertorio de materiales y le otorga un nuevo sentido en sus *happenings*. Por otra parte, no crea imágenes, sino que se sirve de las imágenes que emite la programación en el momento de su intervención, mantiene la TV apagada, o la deja con *nieve*.

Cuando Paik utiliza el aparato de TV, no pretende lesionarlo ni destruirlo, sino, en cualquier caso, ridiculizarlo. Paik no entabla un combate abierto contra la televisión; una actitud que ha sido clasificada de "visión constructiva" del medio, frente a la "negativa acidez" de Vostell. Precisamente, a partir de la predisposición de estos dos pioneros, Fargier detecta dos actitudes bien diferenciadas entre los artistas que se dedican al vídeo: por una parte, la inventiva o "actitud positiva", que intentaba desarrollar una creatividad que la TV era incapaz de reproducir; por la otra, la confrontación televisiva o "actitud negativa". Ambas opciones se dieron paralelamente en el tiempo, representadas en los gestos inaugurales de Paik y Vostell. "Todos los artistas que, siguiendo a Paik y Vostell, utilizaron el televisor como instrumento, se incluyeron en una u otra tendencia" -asegura Fargier- "Antonio Muntadas, Francesc Torres, Klaus vom Bruch, Dara Birbaum, por ejemplo, continúan hundiendo el clavo de Vostell. Bill Viola, Gary Hill, Shigeo Kubota, Thierry Kuntzel, Jean-Michel Gautreau, Ko Nakajima... navegan tras la estela de Paik. Los primeros obsesionados por la falsedad de los media, los segundos intentan que se produzca un nuevo contacto con lo Bello"^[9].

Por último, las diferencias entre Paik y Vostell no se limitan a un planteamiento específico de la televisión, sino que se extienden a su concepción global del arte y, por supuesto, de la vida. El mismo Paik establece distinciones profundas entre su postura y la de Vostell: " Él trabaja con el aparato de televisión, hace una denuncia. Es su problema, no el mío. Yo sólo me intereso por la luz grabada en términos artísticos. Él está más comprometido socialmente. Está más en el campo de la conciencia social, que yo respeto, como ser humano, pero algunas veces el contexto social no es el mejor camino, no siempre tiene buen resultado ar-

tístico.”^[10] Quizás Paik pensaba, como Chantal Akerman, que “en el arte, para que se conmueva el alma, ha de conmoverse el ojo”.

2. De la crítica a la regeneración del medio televisivo

La intención última de Paik no es mantener una crítica incisiva contra la televisión, sino transformarla, trascenderla, regenerarla; proponer nuevas formas de relacionarse con el medio: reciclar las imágenes que esta emite para ofrecer otras versiones más creativas y realizar obras donde resulte imprescindible la participación del espectador. Crear otra TV.

Aunque muchos empezaron haciendo cintas que eran incompatibles y antagónicas a la televisión, el hecho es que también hubo artistas y activistas que se propusieron cambiarla desde dentro mediante el uso de las instalaciones experimentales de la televisión pública y desarrollando programas destinados a la difusión masiva de la televisión comercial. Anticipándose como siempre a las ideas de su época, Nam June Paik intuyó muy pronto la derrota de la actitud combativa del vídeo independiente y comprendió que su futuro sólo podría desarrollarse en un terreno equiparable al de su oponente: “Tras el mayo del 68, pensé que el tiempo de las barricadas ya se había cumplido. No se puede lanzar piedras cuando los otros tienen helicópteros y satélites. La próxima resistencia se deberá situar en este nivel”^[11].

Las primeras televisiones públicas que pusieron sus estudios y sus técnicos profesionales a disposición de algunos artistas fueron la *KQED* de San Francisco y la *WGBH* de Boston. En 1965, esta última recibió una subvención de la Fundación Rockefeller destinada a favorecer el acceso de los artistas a sus instalaciones y decidió invitar como “residentes” a aquellos artistas que demostraban un interés experimental por el medio; la premisa era que artistas y técnicos colaborasen intensamente dentro de un entorno que reunía todas las facilidades tecnológicas (aunque no debemos perder de vista que estas experiencias televisivas alternativas fueron puntuales y atípicas).

Cuando el productor Fred Barzyk, que dirigía en esa cadena el *New Television Workshop*,^[12] solicitó de Paik una emisión de 60 minutos sobre John Cage, este fue presa de unos instantes de pánico: “Era como si después de haber aprendido a conducir un *Volkswagen*, me pidieran que pilotase un *Boeing 747*; cuando aca-

La intención última de Paik no es mantener una crítica incisiva contra la televisión, sino transformarla, trascenderla, regenerarla; proponer nuevas formas de relacionarse con el medio:

...

bé, pasé de golpe del parvulario a la universidad".^[13] A pesar de sus dudas, la experiencia resultó altamente positiva y Nam June Paik se convirtió en uno de los asiduos colaboradores de la cadena *WGBH*, que comenzó a organizar algunas manifestaciones importantes protagonizadas por los artistas residentes.

Y la más emblemática de todas ellas sería, sin duda, el programa *The Medium is the Medium*,^[14] emitido en 1969 y organizado también por Barzyck, que ofreció a 6 artistas: Nam June Paik, Thomas Tadlock, Allan Kaprow, James Seawright, Otto Pienne y Aldo Tambellini, la oportunidad de trabajar experimentalmente con la televisión. La propuesta de Paik, *Electronic-Opera n°1* (1968-69), ironizaba sobre el concepto de participación y en ella daba consignas contradictorias al espectador mientras mostraba en la pantalla bailarinas o el retrato distorsionado de Nixon: "Cierra tus ojos, abre un poco tus ojos,... Esto es participación televisiva"^[15]. *Son numerosas las obras de Paik -cintas, instalaciones, videoesculturas- que tienen por objeto la participación del espectador,... y la reflexión sobre la pasividad de su papel.*

...

**reciclar
las imágenes que
esta emite para
ofrecer otras
versiones más
creativas
y realizar obras
donde resulte
imprescindible
la participación
del espectador.
Crear otra TV**

3. Una predisposición experimental...

En su intento por descontextualizar y redefinir la imagen monopolizada por la TV, Nam June Paik fundamentó su trabajo en la experimentación: utilizó las imágenes que le proporciona el medio televisivo para crear otras nuevas que se originaban a través de la intervención directa en la formación de la imagen, o mediante la aplicación de sintetizadores y colorizadores. Así, aunque algunos críticos localizan las primeras obras videográficas en los experimentos televisivos realizados por Ernie Kovacs a principio de los años 50 y establecen su continuidad en los trabajos de Karl Otto Götz y Nicolas Schöffer,^[16] todos coinciden en que fue Paik el primer artista que inició una labor de experimentación continuada y representativa en este campo.

Entre 1963-64, se dedicó a experimentar con las técnicas básicas de manipulación televisiva en colaboración con Hido Uchida, presidente de la *Uchida Radio Research Institute* de Tokio, y el ingeniero electrónico Shuya Abe. Estas investigaciones dieron como resultado los "televisores preparados" –conocidos también como *13 Distorsed TV* o *Kuba-TV*^[17] (1963)-, 13 televisores sometidos a una serie de distorsiones producidas con generadores de ondas,

imanes, micrófonos o amplificadores, que deformaban las imá-

genes convirtiéndolas en rayas y signos abstractos en perpetua inestabilidad. Algo relativamente sencillo de conseguir mediante la manipulación de los botones de la TV, pero en este caso el mérito residía en que las modificaciones se habían efectuado directamente sobre el sistema. Paik, que era consciente de la novedad de su propuesta, trabajó en secreto en su estudio como si se tratase de un experimento "científico" y sólo lo mostró a sus amigos un día antes de su exhibición en la *Exposition of Music-Electronic Television* ^[18] de Wuppertal.

Dos años más tarde creó la pieza *Magnet TV*, un televisor con las imágenes deformadas por la acción de un enorme imán, y presentó una exposición basada en la experimentación con imanes: en *Demagnetizer (Life Ring)*, los televisores podían ser manipulados por los espectadores mediante la aplicación de un electroimán circular que perturbaba la trayectoria del haz electrónico y provocaba deformaciones en la imagen. Durante la década de los 60, Paik estuvo aplicando directamente sobre la pantalla toda suerte de imanes, relés, resistencias, impulsos sonoros, etc., que retorcián en espiral las líneas de la imagen hasta convertirla en una especie de molinillo; después utilizó y recicló incesantemente esas imágenes en sus posteriores vídeos, performances e instalaciones.

Con su gran colaboradora Charlotte Moorman, Paik realizó una de sus obras experimentales más conocidas, la performance videográfica *Concerto for TV Cello* (1971) que ideó especialmente para ella. La pieza constaba de tres televisores de diferentes tamaños, colocados unos sobre otros a modo de violonchelo, unidos por las cuerdas y pegados entre sí. Las imágenes de las pantallas eran de dos tipos: una grabación simultánea de Moorman en circuito cerrado y un programa de televisión, que variaban según los sonidos que producía la concertista al tocarlo.

Una vez hubo agotado todas las variaciones posibles manipulando el aparato televisivo, Paik se vio obligado a idear sus propios instrumentos. El primer modelo de *videosintetizador Abe-Paik*, también financiado por la cadena *WGBH* de Boston, se inauguró en 1970 durante una emisión en directo de 4 horas titulada *Video Comune*. ^[19] Un videosintetizador se caracteriza por su capacidad para generar formas a partir de elementos electrónicos sin la necesidad de la información exterior proporcionada por una cámara. No obstante, y siguiendo el más puro estilo contracultural de la época, Paik definía así su invento en la revista *Radical Software*: "El videosintetizador es la condensación de 9 años de mierda televisiva (si ustedes me permiten la expresión) transformado en video-piano de tiempo real gracias a los Dedos de Oro



**Actualmente,
necesito técnicos
que me ayuden
porque mis ideas
siempre van por
delante de mi
competencia
técnica.
Y no tengo
demasiado
tiempo**

de SHUYA ABE, mi eminente mentor”.^[20] Esta especial mención a sus colaboradores demuestra la relación de mutua dependencia que entonces unía a artistas y técnicos y que queda de manifiesto en estas declaraciones:

NJP. -“Actualmente, necesito técnicos que me ayuden porque mis ideas siempre van por delante de mi competencia técnica. Y no tengo demasiado tiempo”.

IL. - “Allan Kaprow ha escrito que técnicamente usted hace todo aquello que no es necesario hacer y que obtiene excelentes resultados gracias a este método”.

NJP. - “Evidentemente, soy creativo. -Einstein decía que no hace falta ser matemático, ni físico para tener una buena idea-. Yo sólo puedo dibujar un esquema aproximativo, pero para poder realizarlo, debo trabajar con los técnicos”.^[21]

4. ... y una mentalidad visionaria

Los vídeos más emblemáticos de Paik han sido *Global Groove* (1973) y la retrasmisión vía satélite *Good Morning Mr. Orwell* (1984), seguramente por dos razones fundamentales: porque son la mejor muestra de su peculiar estilo, de su escritura electrónica, y porque muestran su visión profética de una futura televisión global compuesta por numerosos canales.

Global Groove, alude directamente al global village de McLuhan: *Global Groove* significa *Global Music Festival*, una especie de video-paisaje imaginario que anticipa lo que va a ocurrir cuando todos los países del mundo se conecten entre sí mediante la televisión por cable. Es un collage”^[22]. Además, la palabra polisémica *Groove*, puede tener diferentes sentidos según el contexto en que se utilice: falla, corte o fractura -“falla global”, “fractura universal”-; conjunto vacío en matemáticas -¿estaba Paik hablando de un “Vacio Universal”?- y también rutina (*to be in **) y moda (*to be the **). En una entrevista con Jean-Paul Fargier, Paik -que nunca negó los otros sentidos y que promovió divertido esta confusión-, desvelaría finalmente su “verdadero sentido”: había escogido el término *groove* que utilizaban los músicos de jazz neoyorquinos para designar el embotamiento o atontamiento que sufren quienes abusan del jazz como si se tratase de una droga.^[23] Así pues, Paik estaba hablando del “Embotamiento Global”; es decir, del atontamiento generalizado que provoca la televisión.

En 1984, esta cinta se amplió a un proyecto de satélite global denominado *Good Morning Mr. Orwell*^[24] emitido simultáneamente en París y Nueva York el 1 de enero de 1984 en homenaje a George

Orwell. En él se invitaba a participar a artistas de cualquier parte del mundo para conseguir un producto internacional compuesto por la mezcla de imágenes sintetizadas que Paik recombina entre sí en tiempo real. La obra fue el primer *zapping* televisivo entre imágenes de Oriente y Occidente porque Paik estructuró la cinta como un collage de imágenes: en la pantalla se superponen fragmentos de cine de vanguardia -de autores como Robert Breer y Jonas Mekas- con anuncios japoneses de *Pepsi-Cola*, podemos ver a Allan Ginsberg tocando unos platillos tibetanos mientras recita una oración budista, seguido de actuaciones en el *Living Theatre*, el rostro distorsionado de Richard Nixon, algunas performances de John Cage, trozos de informativos televisivos, danzas populares coreanas y música rock; fiel a todo tipo de reciclajes, una gran parte de estas imágenes pertenecen a obras anteriores -en particular a la cinta *The Selling of New York* (1972) y también a *TV Cello* (1971). "George Orwell afirmaba que la televisión era siempre negativa. Por el contrario, yo afirmé que la televisión no era siempre negativa, que no era "El Mal". En *Good Morning Mr Orwell* decía esto mismo: fui la única persona en el mundo al afirmarlo y me siento orgulloso de ello".^[25]

**Hacia el año 2010,
ya tendremos por
lo menos
un premio Nobel
de literatura
que no habrá
publicado
un solo libro.
El videodisco,
como vehículo
literario
será igualable**

En 1988, Nam June Paik realiza para los Juegos Olímpicos de Seúl una gigantesca instalación con 1003 monitores de televisión apilados piramidalmente cuyo significativo título avanza la línea de trabajo que le caracterizará en adelante: *The More the Better*. Parece que a partir de este momento Paik intentará reproducir en sus obras la red de comunicaciones mundial a escala real. Durante los 90, organiza una serie de exposiciones bajo el título *Electronic Super Highway*^[26] donde presenta más de 40 videoesculturas y realiza diferentes versiones de la obra del mismo título, *Electronic Superhighway* (1995), consistente en un enorme panel de 500 monitores que muestran miles de imágenes randomizadas de espectáculos televisivos, videoclips, noticiarios y dibujos animados. Este término lo había acuñado ya en 1974 para describir la conexión entre Los Angeles y New York como una macro-red de comunicación compuesta por satélites, ondas, cables y fibras ópticas. Sus últimas piezas, realizadas a partir de 2000, son gigantesca instalaciones que además del vídeo incorporan la tecnología láser de diversas formas. Resulta paradigmática de la monumentalidad de este período de Paik *Modulation in Sync: Jacob's Ladder*, la gran instalación multimedia que creó con ocasión de su exposición *The Worlds of Nam June Paik*^[27] realizada en 2000 en el *Solomon R. Guggenheim Museum* de Nueva York. Esta gran muestra, que un año después viajó al *Museo Guggenheim* de Bilbao, reunió las obras más importantes del artista a modo de retrospectiva,... y despedida.

Nam June Paik llegó a plantear toda suerte de hipótesis respecto al futuro de la tecnología en el arte. En la actualidad, sus afirmaciones han dejado de ser -como muchos se atrevieron a catalogar entonces- “las payasadas de un loco visionario” para convertirse en auténticas profecías. Tomado en su conjunto, el texto titulado *Cerca de 100.000 ensayos...* ^[28] resulta un verdadero compendio de los “posibles” avances tecnológicos predichos por Paik a finales de los 60. Entre ellos destacamos los siguientes:

“Toda la técnica de la TV y del cine se revolucionará, el dominio de la música electrónica se extenderá al nuevo horizonte de la ópera electrónica, la pintura y la escultura serán trastornadas, el arte intermedia cobrará cada vez más importancia, asistiremos al nacimiento de la literatura sin libros y del poema sin papel”.

“Se podrá inventar un “arte ambiental”, de la misma manera que hablamos de la musical ambiental, e instalarlo en nuestras casas. Los grandes teatros y las óperas modificarán a diario el aspecto de sus espacios en función del repertorio y esta decoración evolucionará siguiendo el desarrollo de la intriga. Así, se podrá programar un muro catódico de puntos-coloreados y la electro-luminiscencia será controlable”.

Algunas de sus “profecías” fueron increíblemente precisas... en 1977 ^[29] escribía:

“Muy pronto, la cinta de vídeo, en su versión monocal, será comercialmente posible, puede incluso que durante este decenio. Con dos Betamax F-1 o con dos unidades VHS (portátiles) se podrá disponer de una unidad completa de montaje básico en casa”.

...Y otras ya no nos parecen tan imposibles:

“Hacia el año 2010, ya tendremos por lo menos un premio Nobel de literatura que no habrá publicado un solo libro. El videodisco, como vehículo literario será inigualable”.

Ya en los años 30, el arte consistía para Man Ray en una “violación de los materiales” ^[30] ; no se trataba, por tanto, de trabajar de la mejor manera posible según unas reglas, sino de **trabajar más allá de las reglas**. Cuarenta años más tarde, Nam June Paik continuaría demostrando la vigencia de estas ideas revolucionarias cuando se planteaba su trabajo como una experiencia por amor a la experiencia: “En el fondo, yo quería ir simplemente allí donde nadie había llegado. Todo el mundo mi-

raba la televisión como si fuese lo más normal del mundo. Pero yo quería saber que se podía hacer con ella: puro Fluxus. Fluxus es pisar tierra virgen".^[31]

Y sí, eso era ARTE.

Notas

[1] "My jubilee ist unverhemmet", texto escrito en la bolsa de un disco, en Editions Lebeer-Hossmann, Hamburgo/Bruselas (1977).

[2] El portapack es un equipo de vídeo portátil compuesto por una cámara y un magnetoscopio. Los primeros modelos fueron comercializados por la firma japonesa Sony y la holandesa Phillips durante 1964 y 1965, permitiendo el acceso a esta tecnología a escala popular y provocando toda una revolución en el mundo de la imagen.

[3] Jean-Paul Fargier en la entrevista realizada a Wolf Vostell en Cahiers du Cinéma, nº 332, febrero, 1982.

[4] "El término mass-media es equivalente a industria informativa, recreativa, industria del consumo y de la concienciación. El medio no sólo transmite mensajes, no sólo es forma y vehículo de una comunicación, sino que es su propio tema, su mensaje y, en último término, el objetivo en sí mismo. Los medios de masas están esencialmente interesados en sí mismos".

Marshall McLuhan en Comprender los medios de comunicación. Paidós, Barcelona, 1996; Primera edición Understanding Media McGraw Hill, 1964. Más tarde, McLuhan publicó junto a Quentin Fiore un libro de imágenes titulado The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. Bantam Books, New York (1967)

[5] Shigeko Kubota en El arte del vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental. José Ramón Pérez Ornia (ed). RTVE, Madrid, 1991.

[6] Nam June Paik, en Nam June Paik. Videá'n'Videology 1959-1973. Judson Rosebush (ed.), Everson Museum of Art, Syracuse, 1974.

[7] Triangle (1976) en Media Art Net <<http://www.medienkunstnetz.de/works/triangle-1976/>>

[8] TV Bra for Living Sculpture (1969) en Media Art Net <<http://www.medienkunstnetz.de/works/tv-bra/>>

[9] . Jean-Paul Fargier, "Un coup de dés, toujours", catálogo Images en Scène. Installations vidéo et cinema. Art 3000, Palais de Tokyo, junio, Paris, 1993.

[10] Nam June Paik en *El arte del vídeo* (1991). Op. Cit.

[11] Nam June Paik en una entrevista con Irmeline Lebeer, en "Marcel Duchamp n'a pas pensé a la vidéo" (Bochum, 16/9/1974), en Paik, *Du cheval a Christo et autres écrits*. Irmeline Lebeer y Edith Decker, ed. Lebeer Hossman, Bruselas, 1993.

[12] New Television Workshop (1974-1993) <<http://main.wgbh.org/wgbh/NTW/>>

[13] Nam June Paik en "Premier pas de l'home dans le vide. Paik: et la vidéo fût...," Jean-Paul Fargier, *Où va la vidéo*, Cahiers du Cinéma, Hors de Série n.14, Editions de l'Etoile, Paris, 1986.

[14] The Medium is the Medium (1969) Video online <<http://main.wgbh.org/wgbh/NTW/ES/Video/medium291.html>>

[15] Nam June Paik, *Videa, Vidiot, Vidiology*, en *New Artists Video. A critical Anthology*. Gregory Battcock (ed.) E.P. Dutton. Nueva York, 1978.

[16] Eugeni Bonet, "El Futur(ism)o de la imagen en movimiento", en el catálogo de la Bienal de la Imagen en movimiento'90. José Ramón Pérez Ornia. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid, 1990.

[17] Kuba TV (1963) <<http://www.medienkunstnetz.de/works/kuba-tv/>>

[18] "Por una vez, trabajé verdaderamente duro. Había alquilado un estudio especial, tan ultrasecreto que nadie sabía de su existencia. (...) Un día invité a todo el mundo de golpe: Dick Higgins, Alison Knowles, Addi Koepcke, Wolf Vostell. A continuación mostré mi trabajo en la Galería Parnass". Nam June Paik, *Paik. Du cheval a Christo et autres écrits* (1993) Op. cit
Exposition of Music–Electronic Television <<http://www.medienkunstnetz.de/works/exposition-of-music/>>. También expuso en esta muestra su Robot K-456 <<http://www.medienkunstnetz.de/works/robot-k-456/>>

[19] Videosintetizador (1965-1971) <<http://mkn.zkm.de/works/paik-abe-synthesizer/>> y <<http://www.medienkunstnetz.de/works/video-synthesizer/>>. Programa Video Comune <<http://www.medienkunstnetz.de/works/video-com-mune/>>

[20] Nam June Paik, *Video Synthesizer Plus*, en *Radical Software* n.2, 1970; (último número en 1974) Actualmente publicada online en formato pdf. <<http://www.radicalsoftware.org/>>

[21] Nam June Paik, entrevista de Irmeline Leeber en Paik. *Du cheval a Christo et autres écrits*. (1993) Op. Cit.

[22] Nam June Paik en Paik, *du cheval a Christo et autres écrits*. (1993) Op.cit.

Global Groove (1973) en Media Art Net <<http://www.medienkunstnetz.de/works/global-grove/>>

[23] Jean-Paul Fargier, Premier pas de l'home dans le vide. Paik: et la vidéo fût... en Oú va la vidéo, (1986) Op.cit.

[24] Good Moorning Mr Orwell (1984) en Media Art Net <<http://www.medienkunstnetz.de/works/goog-morning/>>

[25] Nam June Paik en Il Novecento di Nam June Paik. Ed. Carte Segrete, Roma, 1992.

[26] Electronic Super Highway <http://www.panix.com/~fluxus/FluX/ESH.html>

[27] The Worlds of Nam June Paik <http://www.guggenheim.org/exhibitions/past_exhibitions/paik/index.html>

[28] Conferencia Cerca de 100.000 ensayos... Estocolmo, invierno de 1966. Reproducida en Fylkingen Bulletin, Estocolmo, 1967. Posteriormente en Paik. Du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op. Cit.

[30] Man Ray, L'Age de la lumière, en Man Ray. Photographies 1920-1934, James Thrall Soby (ed.), Cahiers d'Art, 1934; referenciado por Patrick de Haas, De l'art cinéma a l'art vidéo: remarques sur quelques presupposes, en Technologies et Imaginaires. Art Cinéma, Art Vidéo, Art Ordinateur. María Klonaris y Katerine Thomadaki (eds.) Dis Voir, París, 1990.

[31] Nam June Paik en Marcel Duchamp n'a pas pensé a la vidéo, en Paik, du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op.cit.





Eugeni Bonet: compartir la duda

Una entrevista por Antonio Orihuela

Eugeni Bonet toca diversas teclas en vídeo, cine y medios digitales, también es escritor, y comisario. Su obra más reciente es un largometraje a partir de materiales inéditos del cineasta visionario José Val del Omar (1904-1982), "Tira tu Reloj al agua".

Antonio Orihuela es poeta y Doctor en Historia por la Universidad de Sevilla. Como poeta ha publicado más de 13 libros. Recientemente presentó "X por Antonio Orihuela" en la séptima edición de zemos98.



Antonio Orihuela: **¿Sigue el vídeoarte y el cine experimental, como en los años setenta, contestando a la televisión?**

Eugeni Bonet: El vídeo contra la TV, el cine contra una idea instituida del mismo... son ideas que se reiteran y no desfallecen. Pero, naturalmente, no se puede vivir siempre "a la contra" y hay ciertas prácticas que, simplemente, van por otros senderos; que los abren o que contribuyen a despejarlos con nuevas pisadas sobre unas huellas anteriores.

Hay artistas que se han interesado por el cine y el vídeo prescindiendo absolutamente de los referentes de sus usos industriales, espectaculares y gremiales. Incluso, en ciertos casos, su obra ha repercutido en determinados ámbitos en los que no pretendían incidir en absoluto. Naturalmente, me refiero sobre todo al área de la teoría o la estética.

Hay ahora una nueva generación de artistas que trabajan regularmente en vídeo y, si se terciara, en cine, pero que se desentenden en gran parte de sus ascendientes. Es como hacer borrón y cuenta nueva. Últimamente se ha hablado mucho de una inclinación cinematográfica del vídeo, vivimos una apoteosis de la proyección. Aunque la imagen vuelve a encerrarse en un marco en el ordenador y sus ventanas, en los móviles y en los iPods.

Así que los referentes y antagonismos van cambiando.

AO: **McLuhan dijo que la televisión habría convertido al mundo en una aldea. ¿Ha convertido el vídeo al mundo en una sala de estar?**

EB: Es una bonita y jocosa ocurrencia. Pero, en lugar de una sala de estar, con su connotación sedentaria, prefiero la imagen del pasillo o el pasaje, que implica transitividad antes que estacionamiento. Además, es un poco triste pensar en un arte para la sala de estar.

Leí recientemente un texto de Philippe Dubois, un colega belga, y retuve especialmente sus argumentaciones en dicho sentido. En síntesis, venía a decir que **el vídeo es una pasarela, un lugar de paso, un agente intermedio entre disciplinas o direcciones diversas**. Y que su identidad reside ahí, en esa cualidad borrosa o vaporosa.

*A medio plazo
será en la red
donde estarán los
videoclubes y las
mediatecas, y el
consumo cultural
no será tanto
una cuestión de
posesión física
como de facilidad
de acceso*

AO: ¿ Llegará Nam June Paik al videoclub de la esquina?

EB: Ocurre que la esquina puede ser hoy virtual: el videoclub lo tienes en la red. Te puedes descargar vídeos y películas que nunca habrías imaginado. Aunque la calidad es, muchas veces, pésima.

Por otro lado, a quien le interese Nam June Paik, no le importará pagar un precio módico por un DVD, seguramente cuidadosamente editado, que encontrará en alguno de esos videoshops o megastores sin fronteras que se asemejan al cuerno de la abundancia antes que a las repisas del videoclub más cercano, con su limitado surtido de los géneros más populares y, acaso, un apartado de exquisiteces (cine de autor, independiente, etc.) para los paladares más exigentes.

Con la popularidad del DVD se han editado muchas cosas, incluso en España, de esas que suelen tildarse de "arriesgadas". Y se demuestra, o eso parece, que tienen su cuota de mercado, por diminuta que sea. En cambio, eso apenas llegó a funcionar en la era del VHS. Quizá sea una cuestión de confianza en el formato digital, en el disco compacto y versátil, además que los precios son incluso inferiores.

De todas formas, a medio plazo será en la red donde estarán los videoclubes y las mediatecas, y el consumo cultural no será tanto una cuestión de posesión física como de facilidad de acceso. Hoy todavía hay un fetichismo del estuche, el diseño, las ediciones para coleccionistas, la paratextualidad de los libros u opúsculos que las acompañan. Pero, finalmente, lo esencial está en esa rodaja que hay dentro. Así que, en cuanto podamos descargarnos archivos de varios gigas en un santiamén, o incluso visionarlos de inmediato, el DVD de nuestros días será, como el disco fonográfico de vinilo, una antigualla; además de más precaria y menos reverenciada.

AO: ¿ Ha cambiado el cine experimental la forma de mirar la televisión?

EB: El cine experimental difícilmente ha cambiado nada porque siempre ha tenido una entidad muy periférica. Para los mandarineros de la crítica y la cultura cinematográfica, con algunas excepciones, no representa otra cosa que una enfermedad infantil. Y el vídeo debe ser como pasar por la edad del pavo: la presuntuosidad de sentirse importante.

Sí es cierto, y eso se ha constatado en diversas ocasiones, que algunos logros del cine experimental, también del vídeo, han



sido saqueados sin rubor por la publicidad, los videoclips y los festones ornamentales de la producción audiovisual (títulos de crédito, caretas de programas, intersticios de continuidad).

Y como hoy se dice que todo eso ha contaminado a la producción audiovisual en su totalidad, quizá sería por ahí –a través de una mediación sucedánea– por donde se puede apreciar que la mirada ha cambiado ante las pantallas en general, como también cambia la interpretación estética de tales contagios y metamorfosis. Así, el concepto de postcinema tuvo inicialmente una connotación despectiva y agónica, mientras que hoy casi que representa todo lo contrario: la celebración de un cine bastardo.

AO: ¿ Al servicio de quién está la televisión?

EB: Del poder, pero diría que un poder cuaternario y un tanto miserable. Creo que la televisión está al servicio de quienes la dirigen, manejan y gestionan: hampones de los media (Berlusconi, Murdoch) y grandes conglomerados multimediáticos, anunciantes y proveedores de formatos, cuadros directivos y periodistas. Comparativamente, el poder político pienso que cuenta menos: las televisiones mismas eligen sus simpatías.

La televisión, por lo demás, ha sido entregada a los periodistas, que cuando conviene ejercen también de titiriteros, guardianes de almas y de lo que sea. Así se han echado a perder otras expectativas que la televisión suscitó en otros tiempos: la concepción de la televisión como un medio artístico en sí –cosa que hoy suena a contradicción absoluta o bobada ilusa– o, al menos, con una función de transmisión cultural que nunca se ha descartado del todo. Pero los periodistas tienden a contemplar la cultura desde un punto de vista administrativo y jerárquico. Además que suelen ser personas de gustos conservadores, quizá por la instrucción que reciben.

AO: Parfraseando a Vostell ¿la gente cree que la cámara de vídeo que compra es suya?

EB: No tengo presente la frase de Vostell a la que te refieres, ni el sentido que pretendía otorgarle. El amigo Jorge Luis Marzo acuñó la noción de medios “individuales” (que también comprenden el ordenador y el móvil), el cual entraña un sentido de propiedad y posesión. También en el sentido positivo de adueñarse de esos medios frente a los media (mass media), generando unos usos propios; más allá incluso del distingo entre lo público y lo privado. Porque las imágenes privadas (fotos, vídeos, webcams) se cuelgan hoy en la red: se publican. Pero, ya que has mencionado

a Vostell, me acuerdo de otra cosa que él dijo –en cierto modo predijo– y que coincide con ciertas ideas manifestadas en un determinado momento por Bill Viola y otros artistas. Sería una concepción “anóptica” de las imágenes, prescindiendo de la cámara, que al fin y al cabo es un instrumento ya muy anciano y regido por códigos también muy viejos: la perspectiva clásica, la proporción áurea, la mimesis... Vostell lo planteaba casi como una especie de transmisión telepática de imágenes formadas y procesadas directamente en el cerebro. Eso quizá no sea tan esotérico como parece: científicos chinos acaban de demostrar la capacidad de desplazar objetos, maniobrarlos mentalmente. Por su parte, Viola y otros, aparentemente con los pies más en el suelo, han acariciado una concepción similar en el amanecer digital de los ochenta, cuando los ordenadores ya permitían intuir unas construcciones visuales complejas. Hasta ahora los resultados no han sido especialmente extraordinarios, pero son ideas bien sugerentes.

AO: ¿Es el vídeo un aliado para luchar contra la alienación colectiva?

EB: El vídeo ha vivido muchos años en las nubes de lo utópico, luego le han sucedido otros medios. Pienso que hoy las quimeras están de más. No hay medios salvíficos, panaceas contra aquella “política de lo peor” de la que hablaba Virilio. Como herramienta “indivisible”, el vídeo puede tener un uso catártico y crítico. En el plano de las alternativas –por seguir la distinción que establece Muntadas– las cosas siguen otro sendero, en forma de proyectos colectivos y artistas de televisión experimental, redes libres, comunidades y relaciones transversales.

AO: Tú has afirmado el fracaso estructural y la defunción del cine experimental español. ¿Podrías explicarnos cómo se ha llegado a esa situación?

EB: En primer lugar, eso lo escribí hace muchos años (más de veinte, supongo) y a propósito de algo que muchos creen que no ha existido nunca o que, al menos, nunca ha tenido el menor empaque. En este sentido, el cine experimental sería una declinación apenas del cine independiente de los sesenta o setenta, cuyo bulto mayor corresponde al documental (con un frecuente sesgo político) y a unas hechuras narrativas relativamente convencionales (con cierta filiación surrealista, diría, no en vano Buñuel fue todo un faro para un par de generaciones al menos).

En cualquier caso, el conjunto de todo eso agoniza a principios de los ochenta, entre otras cosas porque esa producción no encontraba salida, los costes eran cada vez más elevados, y los re-

quisitos también: no se puede estar haciendo eternamente un cine pobre, desaliñado y tosco.

También he dicho que, en cierto modo, el vacío del cine independiente, marginal, experimental, etc. lo ha ocupado después el vídeo. Y que ahí estaría el *continuum* de un buen número de autores que han hecho el tránsito de un medio a otro.

Hoy, sin embargo, el cine experimental vuelve a atraer a los jóvenes como espectadores atraídos por otras maneras que las del cine uniformado, pero también como autores y, necesariamente, inductores de nuevas tentativas para levantar algo. Ahora, por ejemplo, se está constituyendo una distribuidora, Cuadecuc, al modo de las cooperativas existentes en otras coordenadas. Soy un tanto escéptico, pero siempre presto mi apoyo a este tipo de propuestas y aventuras.

AO: ¿Qué entiendes por condición postmedia del contexto artístico contemporáneo? ¿Qué incidencias políticas, sociales y económicas tiene esta condición?

EB: Eso son invenciones de gente de pluma fácil. Felix Guattari introdujo el concepto –que ciertamente tiene otras implicaciones que una meramente estética– y Peter Weibel, entre otros, lo ha llevado a un grado un tanto más prosaico: los medios (o más bien las artes de los medios) ya no necesitan resaltar sus esencias o especificidades, el ordenador media en todo y los medios se suplantaban unos a otros (por ejemplo, el vídeo trata del cine y el cine se confecciona digitalmente).

Hay toda una dinastía, por así decirlo, de conceptos similares: *intermedia*, *multimedia*, *crossmedia*, *metamedia*, *transmedia*... que trazan una idea de disolución de las fronteras entre los medios, los lenguajes, las disciplinas, los formatos. El vídeo mismo no es tanto un medio bien perfilado como una manera común de referirse a un terreno más vasto. Luego se han impuesto otras formulaciones más genéricas como *media art*, artes electrónicas y alguna otra.

Respecto a “incidencias políticas, sociales y económicas”, yo pienso que hay demasiadas lucubraciones sobre unos conceptos finalmente tan abstractos, como este de *postmedia*, aunque Guattari le otorgaba una significación antes política que estética.

Como herramienta “indivisaal”, el vídeo puede tener un uso catártico y crítico

AO: ¿ Vivimos en la era de la fascinación tecnofílica o es sólo un discurso del poder?

EB: Ya puestos, yo hablaría de una fascinación tecnofílica que se empina con las tecnologías más erguidas y novedosas. Pero eso no me parece que sea un distintivo de nuestra época; si acaso la sospecha sobre si te están intentando “vender la moto”, una que quizá no ha de cumplir la meta que te prometen.

Pero ni la sociología ni la profecía son lo mío. Esta clase de preguntas las responden muy bien los intelectuales de oficio. Yo me limito a acoger con reservas aquello que interpreto como cantos de sirenas. Que no siempre son los del Poder con mayúscula, sino a veces otros más mezquinos para sostener una parcela de poder o autoridad, un nicho de negocio, una plaza funcionarial...

AO: En tu trabajo de *cine calculado*, ¿has roto definitivamente con “la estética del tiempo que pasa”? ¿Tira tu reloj al agua sería, además de un homenaje a Valdelomar, un ejemplo de esas propuestas?

El vídeo mismo no es tanto un medio bien perfilado como una manera común de referirse a un terreno más vasto

EB: Vamos por partes. El *cine calculado* fue un ciclo cinematográfico itinerante (el más viajado y hasta “fusilado” de los que he comisariado) sobre determinados aspectos que me interesaba abordar, trazando relaciones entre usos pioneros del ordenador para la creación audiovisual, la tradición del cine abstracto o absoluto, y la aspiración radical del cine estructural (tendencia coetánea del arte conceptual y la música repetitiva) que, en muchos casos, partía de unos sistemas predeterminados de orden numérico, matemático.

Tira tu reloj al agua, por otra parte, es un proyecto que se interpone en la idea que acariciaba de adentrarme en el cine digital y en el formato convenido de un largometraje, pero no exclusivamente por un factor económico, sino para sumergirme de lleno en aquello que creo que entraña la noción de cine digital, más allá de una suplantación sucedánea del cine mismo. Mis “variaciones” sobre la obra inconclusa de Val del Omar fueron un paso interesante en ese sentido, porque su elaboración digital era la única manera factible de llevar a cabo un proyecto en el que debía integrar formatos muy distintos (35mm, 16mm, super-8, diapositivas) y una emulación de diversas técnicas, para luego devolver esa tarea de montaje al soporte-película que le era consustancial.

Respecto a “la estética del tiempo que pasa”, no estoy seguro de si eso es malo o bueno; solo sé que me identifico mucho con la noción de “documental abstracto” apuntada por Val del Omar.

Además de en *Tira tu reloj al agua*, una concepción digamos que subvertida del tiempo creo que está presente en otras de mis realizaciones: *Mecánica*, que realicé el año 2000 pero se remonta a una serie de proyectos de fecha tan lejana como 1976, juega con la alteración de la consecuencialidad inherente a una serie continua de imágenes. Algunos de los vídeos sobre la poesía de Cirlot también están emparentados con dichos proyectos.

El vídeo más reciente que he realizado se titula *10 minutos* y lo describo como una aporía sobre el tiempo. Puesto que había de hacerlo a contrarreloj, por un compromiso adquirido y con un título que yo mismo había a priori elegido, hasta las horas finales de su conclusión me mantuve en la duda de si su duración sería, efectivamente, la amparada por la arbitrariedad del título. Finalmente es así, aunque otras medidas son más inciertas.

AO: ¿Qué fue lo que atrajo tu atención del poeta experimental J. E. Cirlot para que incluso le dedicaras tu *Lecturaes de Cirlot*?

EB: A Cirlot yo ya lo leía de muy jovencito, pues mi familia estaba suscrita al diario *La Vanguardia* y allí publicaba unos textos bien raros que hablaban de cine y de símbolos, o de estructuras permutatorias aplicadas a la poesía, que me llamaban la atención.

El proyecto sobre Cirlot lo desarrollé inmediatamente después de *Duchamp*, retard en vídeo (1986-87), pero luego tardaría diez años en poder realizarlo. Por aquel entonces, con el crecimiento de los canales televisivos, yo pensaba que ciertos temas culturales, concretamente ligados a determinadas efigies de las vanguardias y su particular relieve en Cataluña, podían tener cabida en la televisión autonómica. *Duchamp*, de hecho, sí que llegó a emitirse en TV3 y, fortuitamente, incluso en un horario de gran audiencia y con una interrupción publicitaria muy apropiada.

Los poemas de Cirlot, a su vez, me permitieron retomar una serie de proyectos e ideas que había dejado aparcados, pero que me seguían interesando y tenía ganas de llevar a cabo. La poesía experimental de Cirlot era pues un pretexto para prolongar mi propia premisa experimental, llevándola además a otro terreno que el de una indagación eminentemente formal. Pues, en el fondo, tanto con Duchamp como con Cirlot, yo no pretendía hacer otra cosa que documentales, aunque con cierta inventiva que echaba en falta en los manidos formulismos de los teleprogramas de arte y literatura.

No me siento pesimista, creo ser objetivo (o "objetivo"). Y, por tanto, tampoco soy un completo optimista

AO: Percibimos en ti cierto pesimismo a la hora de hablar del futuro de la videocreación y el cine experimental en España ¿Es así?

EB: No sé por qué arrastro esta fama de aguafiestas desencantado. En el catálogo del Bideoaldía '89 de Tolosa, mi buen amigo José Manuel Palacio publicó un texto que proclamaba que "el vídeo español es el mejor del mundo", y yo otro, lleno de sarcasmo, con el título de *Vídeo español, el mejor vídeo de España*. Manuel me aseguró que la coincidencia –más bien disidencia– era fortuita, aunque yo siempre he mantenido la sospecha sobre todo lo contrario. El caso es que yo escribí ese texto con ánimo de incor-diar; pero, luego, todo quisque me daba la razón.

Yo no me siento pesimista, creo ser objetivo (o "objetivo", tal como me insinúa Juan Crego). Y, por tanto, tampoco soy un completo optimista.

El pesimismo yo creo que reside en ese mandarinato al que me refería antes: el de esa crítica cinéfila que vapulea al grueso del cine español –porque se lo merece y por la indiferencia con el que es acogido en las convocatorias internacionales de mayor prestigio–, pero que es a su vez incapaz de prestar atención a otras disidencias que las de cuatro intocables, que por supuesto no tienen la culpa de serlo, pero que son homologados y hasta entronizados por una visión más o menos apolillada del realismo que ahora se lleva. Un "nuevo neorrealismo", como acabo de leer hace unos días; o, como dirían los letristas (a quienes he dedicado recientemente cierta atención, con un ciclo y un libro) un muy sub-sub-subrealismo, poco "neo" y nada "nuevo".

AO: ¿Dónde está hoy el frente, la avanzadilla de la creación audiovisual que prelude lo que está por venir? ¿Cómo imaginas la sociedad futura que recepcionaría esos trabajos como parte de su vida cotidiana?

EB: Francamente, son preguntas que superan todas mis artes adivinatorias y proféticas. Soy bien poco visionario en este aspecto.

Tenants



Todos nuestros días del mañana

Alan Dunn | TenantSpin www.tenantspin.org

Alan Dunn es el Director Artístico de TenantSpin, ha estado produciendo y conservando trabajos en soporte digital para vallas publicitarias desde 1988. Estudió en la Escuela de Arte de Glasgow y en el Instituto de Arte de Chicago y es el fundador del sello CDR *cantaudío* www.alandunn67.co.uk



Tenantspin es un proyecto de colaboración de emisión de TV en Internet, con sede en Liverpool, dirigido por la nueva agencia de medios FACT (Fundación para la Tecnología Artística y Creativa), una organización, sin ánimo de lucro, de propietarios - *Arena Housing* (Ámbito Vivienda) - e inquilinos de rascacielos de toda la ciudad. La mayoría de estos inquilinos tienen más de 50 años. El proyecto se puso a prueba en 1999, en el contexto de un replanteamiento general sobre la vivienda social en rascacielos, coordinado por la agencia gubernamental Fondo para la Acción de la Vivienda de Liverpool (*Liverpool Housing Action Trust* - HAT).

FACT está reconocida como la agencia líder en el Reino Unido en desarrollo y presentación de cine, vídeo y nuevos media art. Fundada en 1989, FACT tiene en la actualidad su sede en el *FACT Centre*, valorado en 11 millones de libras. FACT ha dado apoyo a la comunidad local a lo largo de toda su existencia y ha logrado su estatus internacional mediante un número de proyectos innovadores muy aclamados, tales como *Tenantspin*. Ver www.fact.co.uk.

El proyecto *Tenantspin* tiene una estructura compleja, pero es muy sencillo en su deseo de **involucrar a las comunidades marginadas en nuevas actividades de los medios**.

En *Tenantspin* todo lo que se ve se produce con y por los inquilinos. Todos los programas se archivan en www.tenantspin.org. Esta es la historia del proyecto desde el punto de vista de los inquilinos, artistas y trabajadores, tal y como se cuenta a lo largo de 36 programas de los 342 archivados. Cada acceso lista cuándo, dónde, qué y un enlace al programa completo en directo (para verlo se necesita el programa *RealPlayer*).

Ayer

1. El principio, 25 de septiembre de 1999

El primer programa, emitido desde el primer estudio de *Tenantspin* situado en *Coronation Court*, el edificio-torre más antiguo de Liverpool, construido en 1956, abre con una toma de bloques altos antes de cortar a una escena interior. María Brewster, Conservadora de FACT, está explicando el término "interfaz de red" a María Bayley, inquilina mayor. Aunque no entiende la tecnología totalmente, Olga claramente intuye las posibilidades, y añade: "Creo que una comunidad está siendo atenta, sin ser familiar". Olga continúa hasta convertirse en una de las más importantes

**Tenantspin
surgió como una
forma nueva
experimental de
involucrar
a los inquilinos
mayores de los
rascacielos
en un debate
nuevo y genuino
sobre su futuro**

campeonas de *Tenantspin*. Tenantspin surgió de estos primeros experimentos de difusión por internet, como una forma nueva experimental de involucrar a los inquilinos mayores de los rascacielos en un debate nuevo y genuino sobre su futuro.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/coronationprofile.rm/player.html

2. El arquitecto original, 22 de marzo de 2000

Entrevista con el arquitecto original de *Coronation Court*, Sr. Rex Brown. Entonces se estaban discutiendo los planes de rehabilitación de muchos edificios de la ciudad. Sin embargo, a causa del alza de precios y la aparición de nuevos problemas estructurales, se demolieron unos 55 de 67 edificios. *Coronation Court* estaba entre los que desaparecían. Al crecer el archivo on line en directo de *Tenantspin*, se convirtió en un reflejo de gran valor de un dramático período de la regeneración de Liverpool, pues el perfil de la ciudad cambió hasta hacerse irreconocible.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/OriginalArchitect.rm/player.html

3. Suvo y Pelos, 14 de diciembre de 2000

A medida que los inquilinos se familiarizaban más con la tecnología de producción – cámaras, micrófonos, mezcladores, etc – se abrieron nuevas posibilidades. Surgieron emisiones por internet cuya temática no versaba sobre vivienda social, pero reflejaban las vidas y momentos de la comunidad mediante un nuevo formato de medios de comunicación. Al compartir *Tenantspin* su primer estudio con un salón de peluquería del barrio, este informe se convirtió en un primer ejemplo de difusión por internet.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/HisandHairs.rm/player.html

4. El Grupo de Inquilinos de Edificios Altos, 13 de febrero de 2001

En su nuevo estudio en el prestigioso *Edificio Cunard* situado junto a un río en Liverpool, el Grupo de Inquilinos de Edificios Altos – representantes de los inquilinos elegidos en cada edificio – debate sobre las subidas de alquileres propuestas. Cuatro de los que participaban ese día – Steve, Kath, Mavis and Vera – todavía están fuertemente involucrados en el proyecto. Cuando los artistas daneses *Superfex* (ver www.superchannel.org, el sistema que utiliza Tenantspin para la difusión por internet) presentaron la idea a FACT, Tenantspin se propuso tan sólo como ‘arma política’

para el debate sobre vivienda social. Según el proyecto evolucionó, lo social, lo artístico y las difusiones por internet más ligeras fueron tomando la misma importancia.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/HRTG/RentIncreases.rm/player.html

5. Pasando la Frontera, 30 de julio de 2001

Utilizando la ciudad como un parque cultural, *Tenantspin* pudo colaborar, improvisar y aprovechar todas las oportunidades por todo Liverpool. Dentro del ya existente Micro Festival de la Cultura de Películas Digitales *Crossing Over* (Cruzando la Frontera), *Tenantspin* seleccionó dos artistas – Phil Collins y Luchezar Boyadjiev – para colaborar con los inquilinos en la creación de nuevos cortos. Luchezar investigó las aficiones y pasatiempos de los residentes en un bloque del sur de Liverpool y Phil (finalista del *Turner Prize* 2006) filmó algunas makeovers con tres personas necesitadas de asilo que se albergaban en un edificio próximo. En el estudio, se introdujeron un nuevo telón de fondo, mezcladores de visión, micrófonos de radio y una melodía (*Diviértete*) grabada por *The Len Norman Quarter* para la ocasión.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Crossing_Over_Communities.rm/player.html

6. Primero Arena, 13 de septiembre de 2001

En ese momento, *Tenantspin* estaba haciendo difusión por internet semanalmente con un equipo central de 10 inquilinos. Se dispusieron PCs en 12 edificios, pero sin el ancho de banda adecuado era muy difícil mantener el interés de audiencias *on line* considerables. Curiosamente, esto nunca repercutió en la calidad del contenido que producían los artistas, inquilinos y – en este caso – la organización de propietarios recientemente formada llamada *Arena Housing* (Ámbito Vivienda). Este día de 2001 empezó una relación larga y fructífera entre *Arena* y *Tenantspin*. *Arena* es una organización social de propietarios, responsable de 13.000 casas y pisos en el noroeste de Inglaterra.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Arena_First.rm/player.html

7. Judías en pan tostado, 21 de octubre de 2001

Los participantes de *Tenantspin* visitaron Copenhague para charlar con Superflex. ¿Hasta dónde podía llegar este proyecto? ¿Se

Como pequeño “canal de TV” el proyecto podía acoger e incorporar una amplia gama de personajes, para muchos, este medio ofrecía la oportunidad de representar un papel distinto o una parte del mismo

habían cumplido los objetivos iniciales? ¿Cuáles eran las nuevas prioridades y posibilidades? Se mantuvieron reuniones con proyectos similares de Copenhague que sirvieron a Tenantspin para inspirarse y viceversa. De *Coronation Court* a Copenhague, Olga Bayley condujo un maratón de cuatro horas en directo de difusión por internet desde el estudio de *Superflex*, que incluyó una demostración única de cómo hacer judías sobre pan tostado. Las imágenes de esta sesión se imprimieron más tarde como carteles que acompañaron a la exposición *Populismo* a Vilnius, Frankfurt, Oslo, Amsterdam y Helsinki.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/beans/toast_on_beans_01.rm/player.html

8. En el sofa con Elvis, 6 de febrero de 2002

Trabajando con *Tenantspin* aparecían muchos papeles – delante de cámara, presentador, detrás de la cámara, gente de ideas, campeones, observadores, seguidores, y más. Como pequeño “canal de TV” el proyecto podía acoger e incorporar una amplia gama de personajes y, para muchos, este medio ofrecía la oportunidad de representar un papel distinto o una parte del mismo. Esto era muy distinto de las reuniones alrededor de una mesa. *Tenantspin* era fresco, se cometían errores, tenía tecnología – aunque no toda funcionara – y podía ser divertido. De ahí el parecido con Elvis. Legendario.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/ELVIS_on_the_Couch_.rm/player.html

9. En vivo en Broadway, 17 de junio de 2002

Superflex invitó a *Tenantspin* a participar en la exposición *Open_Source_Art_Hack* en el Museo de Arte Contemporáneo de Arte de Broadway en Nueva York. Un grupo de ocho viajaron para instalar un estudio en directo en la galería y celebrar una semana de discusiones en directo con inquilinos de viviendas sociales, personal del Museo, artistas y visitantes. Uno de los visitantes de renombre fue Ricardo Domínguez del *Electronic Disturbance Theatre*. Le entrevistó el joven inquilino Kirk Ward que más tarde representaría al Reino Unido en el Festival de Eurovisión.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/SPIN_ON_TOUR5b.rm/player.html



10. Fluxus, 1 de septiembre de 2002

En un año muy activo que incluyó también un viaje a Malmö para un proyecto con Rooseum, la comisaria de la exposición *40 años de Fluxus*, René Block, invitó a *Tenantspin* a participar en Wiesbaden. De nuevo, se instalaba un estudio en directo y se viajaba a Alemania; el grupo de cinco entre participantes y personal de *Tenantspin* dirigió una amplia gama de entrevistas e informes, incluyendo una con Rirkrit Tiravanijja, que más adelante invitaría a *Tenantspin* a estar presente en su exposición *Demo Stations* en la Ikon Gallery de Birmingham.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/fluxusintro.rm/player.html

11. BBC World, 29 de noviembre de 2002

El proyecto ganaba interés tanto en el sector del arte como en el de la vivienda social, y en ese momento el canal *BBC World* nos visitó para filmar una charla con participantes sobre el proyecto. ¿Por qué lo estaban haciendo? ¿Qué podían lograr? ¿Estaban adquiriendo nuevas habilidades? ¿Cómo funcionaba? Definiendo el perfil de *Tenantspin* ofreció también a los participantes una fantástica visión de cómo los medios “de verdad” funcionan. La BBC continuaría siendo un seguidor y colaborador genuino del proyecto.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/BBC_WORLD.rm/player.html

12. SuperEdificio, 23 de enero de 2003

A principios de 2003 FACT se mudó al Centro FACT, construido a medida, con galerías y espacios de trabajo exclusivos para la presentación de nuevos medios y arte de imagen en movimiento. *Tenantspin* emitiría en directo desde FACT durante los siguientes 3 años e inició el año con este emocionante programa de audio de 80 minutos encargado por *BBC Radio 3*. Trabajando con el escritor residente en Liverpool Jeff Young, diez inquilinos pasaron un año creando una historia que tiene lugar en 2040, sobre la idea de que todos los edificios derribados de Liverpool se reconstruyen – uno encima de otro. El cuento negro seguía con el regreso del arquitecto original del SuperEdificio al monstruo que creó. A medida que sube y conoce a varios inquilinos y fantasmas, su propia personalidad empieza a derrumbarse como el edificio.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Superblock.rm/player.html

13. Hillsborough, 16 de abril de 2003

Sheila Coleman presenta a Gary, Anne Williams y John Mac debatiendo sobre el trabajo que la *Campaña Justicia para Hillsborough* está realizando para que se haga justicia para aquellos que perdieron la vida en el desastre del estadio de Hillsborough en 1989, y para sus familias. Esta fue la primera de dos colaboraciones con la CJH que consiguió una de las cuotas de audiencia *on line* más alta del proyecto, con seguidores del Liverpool de todo el mundo participando en el debate.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Hillsborough_Justice_Campaign.rm/player.htm

14. The SuperNatural, 7 May 2003

Un vistazo a lo paranormal con John McGuirk y Rita Robinson. Nuestros invitados especiales eran Bill Blimson y Lorraine White de la *Asociación Merseyside para Investigación de Anomalías* (www.mara.org.uk). Presentaron algunos ejemplos visuales impresionantes de OVNI's y actividad paranormal en la región de Liverpool. Estos temas se hicieron increíblemente populares con Tenantspin, atrayendo consigo a nuevos participantes. Para la preparación de cada programa, los inquilinos llegan 2 ó 3 horas antes del comienzo, ayudaban a instalar y probar el equipo audiovisual, comían algo juntos y esperaban a los invitados que llegaban 15 ó 20 minutos antes de salir al aire. Los invitados reciben la información pertinente, se hacen pruebas de sonido y se les presenta al equipo. El público llega 5 minutos antes de que el inquilino presentador anuncie: "Hola, bienvenidos a Tenantspin".

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Supernatural.rm/player.html

15. Homenaje a Olga Bayley, 20 de agosto de 2003

Este programa se dedicó a Olga que había fallecido la semana anterior. Paul Kelly, de HAT abrió con un sentido homenaje. El programa analizó temas que afectaban a unos 210.000 inquilinos de todo Liverpool, en términos de lo que los proveedores de vivienda social estaban haciendo para desarrollar la capacidad de sus barrios. El panel incluía representantes de propietarios locales, inquilinos y del equipo de la Oficina Gubernamental Noroeste.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Rising_Damp.rm/player.html

16. Lo que necesitas saber (Parte 1), 2 de septiembre de 2003:

Lo que necesitas saber fue una emisión especial de *Tenantspin* dedicada en exclusiva a informes de inquilinos, encargos de artistas y continuaciones de los programas mas vistos del archivo. El evento dirigió su mirada más allá de los sonidos, señales, ecos, fantasmas, servicios y redes del edificio. La primera parte presentó *CCTV. Quien mira? Tu?*, una nueva película de *Tenantspin* creada por la artista Adele Myers e inquilinos utilizando material grabado por las cámaras de seguridad de Sefton Park. A continuación, tuvo lugar un debate en directo sobre el tema de la vigilancia en edificios, con un oficial de salud y seguridad local, un criminólogo y un vendedor de sistemas de seguridad.

[www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/
What_you_need_to_know_Part_1.rm/player.html](http://www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/What_you_need_to_know_Part_1.rm/player.html)

17. Dinero, 22 de octubre de 2003

Un tema popular – *Tenantspin* preguntó: “¿dónde y cómo guardas el tuyo?”. Este grupo de programas analizaba Cooperativas de Crédito, bancos éticos, tarjetas de débito, finanzas en internet, guardar el dinero debajo del colchón y sistemas de pensiones. ¿Estaban los avances tecnológicos aumentando una comprensión de la riqueza o simplemente generando más dinero para el hombre medio? Expertos e inquilinos debatieron en profundidad.

[www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/
Hanging_on_to_what_you_ve_got.rm/player.html](http://www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Hanging_on_to_what_you_ve_got.rm/player.html)

18. Los cuidados en la comunidad, 18 de diciembre de 2003

Parte de una serie se fijaba en el cuidado, un tema que sugirió un inquilino que cuidaba de su madre anciana. En esta sección, se discutió sobre *Rosetta Life*, una organización no gubernamental que trabaja en hospicios por todo el Reino Unido. A continuación, siguió un debate con Nicky Grundy, Neurólogo y Coordinador de Investigación en el Centro Walton de Neurología y Neurocirugía, que trabaja con personas con enfermedades motoras neuronales en el Noroeste de Inglaterra y el Norte de Gales. El inquilino Mark Hobson actuaba de anfitrión. Los programas posteriores analizaron el nuevo sistema de tele-

Cuidado del Ayuntamiento, que utiliza tecnología para facilitar mejor apoyo a ciudadanos vulnerables.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Care_in_the_home.rm/player.html

19. Proxy Music, 13 de enero de 2004

El Mundo de Mañana – la revolución de la TV en el cuarto de estar. Los inquilinos Dolly Lloyd (voz), John mcGuirk (voz, letras y cucharas), Margo Hogg (letras) y Michael Roberts (guitarra y voz) trabajaron con Danny Hunt, de la banda de Liverpool *Ladytron*, internacionalmente reconocida, para grabar nuevas versiones de tres temas clásicos del Reino Unido – *Crossroads*, *Eastenders* y *Countdown*. El ambiente relajado de la audiencia al final de la mañana y principio de la tarde se transformó radicalmente en pensamiento radical, provocador de creatividad intergeneracional.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Midday_Midweek_Midmonth.rm/player.html

20. En el sofá con Anthony Minghella, 12 de marzo de 2004

El Director Ejecutivo de *FACT*, Eddie Berg y los inquilinos conversaron con Anthony Minghella, Presidente de Instituto de Cine Británico y director de películas como *El Paciente Inglés* y *Cold Mountain*. Las discusiones se centraron en la relación entre la ética del “hágaselo usted mismo” de proyectos como *Tenantspin* y la multimillonaria industria mediática.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/We_talk_to_Anthony_Minghella.rm/player.html

21. El Centro Social, 12 de mayo de 2004

La inquilina Margo Hogg presentó una actualización sobre el nuevo *Centro Social de Sefton Park*. A medida que los edificios se demolían o se reconstruían, la HAT o el propietario siguiente crearían un nuevo espacio comunitario – Centro Social – para mantener un sentimiento de unión. En Sefton Park, el Centro sobre el que se debatía acogería más adelante el nuevo estudio de *Tenantspin*. A la conversación con Margo se unió Phil Lee, uno de los arquitectos del centro.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Sefton_Community_Centre_update.rm/player.html



22. Formas de Ver, 9 de septiembre de 2004

El grupo de artistas de Liverpool *SPLICE* estaban en conversaciones con representantes comunitarios involucrados en proyectos de colaboración para la Bienal de Liverpool. Sean Hawkrigde de *SPLICE* presentó el debate en el que participaron Paul Kelly (Liverpool HAT), Paul Domela (Bienal de Liverpool), Leo Fitzmaurice (artista) y John McGuirk de *Tenantspin*. La Bienal de Arte Contemporáneo a menudo contemplaba a *Tenantspin* como anfitrión, foro de discusión, fuente de creatividad y auténtico vínculo con grupos desatendidos.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/WaysofSe.rm/player.html

23. Detrás de la escena, 16 de noviembre de 2004

Desde 2003, FACT ha dado empleo a jóvenes realizadores locales para dar formación a los inquilinos – investigar, ideas, planificar rodajes, filmar y edición digital. Este fragmento corto producido por uno de los inquilinos estaba basado en una serie de tomas falsas de rodajes de *Tenantspin*. Mientras que cada emisión por internet en directo se transmite como un archivo *Real* y se hace una copia de seguridad en VHS, los rodajes externos se hacen únicamente en MiniDV y se capturan para el subsiguiente envío de imagen en tiempo real (*streaming*).

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Out_Takes_volume_1.rm/player.html

24. Más allá de lo creíble, 14 de diciembre de 2004

Como parte del *Año de la Fé* en Liverpool, *Tenantspin* puso en escena una discusión abierta sobre la relación entre tecnología y creencias. ¿Qué papel puede jugar la ciencia en ampliar nuestra conciencia? ¿Pueden las nuevas tecnologías favorecer relaciones auténticas entre las personas? Entre los ponentes invitados figuraban Martin Randal, Ministro de la Iglesia de Inglaterra y Capellán de la Prisión de Altcourse y representantes de la Oficina del Decano de la Catedral Anglicana de Liverpool y de la Catedral Metropolitana.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Beyond_belief.rm/player.html

**Desde 2003,
FACT ha dado
empleo a jóvenes
realizadores
locales para dar
formación
a los inquilinos
– investigar,
ideas, planificar
rodajes, filmar
y edición digital**

25. Conversaciones, 10 de febrero de 2005

La inquilina Kath Healy, involucrada en el proyecto desde el primer día, se ha especializado en rodar y editar piezas muy directas y conmovedoras sobre la vida en Liverpool. Kath, que tiene unos 70 años, produjo *Conversaciones* como parte de la exposición *Shrinking Cities* de Berlín. La película constaba de una serie de entrevistas, realizadas por ella misma, a inquilinos de edificios altos del norte de Liverpool. La naturaleza relajada de cada tema es un testamento a Kath y a la tranquilidad que transmite a las personas cuando ella está detrás de la cámara.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Shrinking_Cities.rm/player.html

26. Acto de Presentación del Centro Social, 22 de febrero de 2005

Principios de 2005 y el nuevo Centro Social de Sefton Park está en marcha. Los planos para el estudio de Tenantspin están terminados. La idea es retransmitir directamente desde un estudio Pod en el Centro – globalmente a través de internet y localmente a las 300 TVs de los edificios altos a través del sistema CCTV ya existente. John McGuirk charla con Paul Smith de *Arena* y con Eddie Berg de *FAC*, por última vez en Tenantspin, sobre la próxima fase de Sefton Park. Eddie, que había fundado *FACT* en 1989, se fue para dirigir la nueva creación del Instituto Británico del Cine en Londres.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Launch_Event_1.rm/player.html

27. Patinaje en la ciudad, 28 de febrero de 2005

Tenantspin se reúne con la comunidad patinadora de Liverpool para debatir sobre el patinaje en el medioambiente de una ciudad. Los panelistas en la emisión incluían a John McGuirk (inquilino), Adam Cooke (patinador), Winstan Whitter (Director de la película sobre patinaje *Rolling Through The Decades*), Dave Hopkins (periodista de la revista *Document*), Ian Robinson (director del parque de patinaje *Rampworx*), Kingy (fotógrafo de *Document*), Mackey (*East Skateboards*) y Claire McColgan (Jefa del Programa Comunidad Creativa, Ayuntamiento de Liverpool).

Esta relevante discusión era la primera en su género en Liverpool, haciendo coincidir distintas generaciones, responsables políti-

cos, representantes de los patinadores y un estudio lleno de patinadores jóvenes.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Skating_in_the_City.rm/player.html

28. Un Cuento de Invierno, 7 de marzo de 2005

Tenantspin encarga a Chris Watson, grabador de sonido, que trabaje en el proyecto para la creación de una nueva pieza titulada *Un Cuento de Invierno*. Chris, uno de los fundadores de la banda *Cabaret Voltaire*, es también artista en grabación de solos para *Touch Music* y grabador para muchas de las series sobre naturaleza salvaje de David Attenborough para la BBC. Chris trabajó con los inquilinos para grabar los sonidos que podían observar desde sus elevados pisos, pero que nunca podían oír. Con estos sonidos naturales y humanos se compusieron dos nuevas pistas de 40 minutos que se hacían llegar al todos los pisos a través del sistema CCTV. Una música única para una vista única, esta emisión es una grabación del programa *Olas de la Noche* de BBC Radio 3 sobre el proyecto.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Night_Waves.rm/player.html

29. Sueños de Elecciones, 26 de abril de 2005

En el camino a las elecciones regionales, *Tenantspin* puso en escena un debate con los seis candidatos de un distrito electoral del sur de Liverpool. Inquilinos y el corresponsal político de la BBC, Liam Fogarty, interrogaron a representantes de los partidos Laborista, Conservador, Demócrata Liberal, Socialista, Verde y UKIP. Las preguntas pre-preparadas de los inquilinos constituyeron la mayoría del programa, con preguntas desde el estudio y con audiencias on line mezcladas. Todos los invitados se tomaron el acto muy en serio, *Tenantspin* se percibe como una plataforma tan válida como cualquier otra de los "medios normales".

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/togetherinelectiondreams.rm/player.html

30. En directo para siempre, 11 de julio de 2005

El artista Gustav Metzger invitó a *Tenantspin* a instalar un estudio en la Galería de Arte de Norwich y presentar tres emisiones clave como parte del exposición internacional *EAST05*. Esta sección contaba con la invitada Chrissie de Rivaz, presidente de Cryonics

Europe. Ella debatió con los inquilinos John and Jean sobre el asunto de *Cryonics*, básicamente humanos que están pagando para ser congelados en el momento de su muerte en la creencia de que la tecnología podrá revivirles en años venideros. Chrissie y los inquilinos trataron la logística, la ética, cuestiones prácticas y el impacto de tal decisión.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/LiveForever.rm/player.html

31. Matinal de Domingo, 31 de julio de 2005

Tenantspin encargó al grupo internacional de artistas *Foreign Investment* que desarrollara un nuevo proyecto titulado *Sunday Matinee* (Matinal de Domingo) para un edificio del sur de Liverpool. Esta película de 23 minutos, editada por Patrick Fox, de Arena, muestra material exclusivo de antes, durante y después del evento. El grupo de artistas, jugadores y contables que forman *Foreign Investment* transformaron el piso de la comunidad en un jardín de las delicias terrenales, desde la decoración en rojo y negro, hasta el cuarteto de cuerda, coro, bailarín, poesía, representaciones y comida roja y blanca. Alrededor de cincuenta inquilinos, vestidos de rojo y negro, participaron en un acontecimiento surrealista y comunal.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/sunday_matinee_kk_big_crop1.rm/player.html

32. Participación de los Inquilinos, 16 de agosto de 2005

Tenantspin ofreció un reportaje itinerante en una conferencia sobre *Participación de los Inquilinos* en el Hotel Milton de Birmingham. A la llegada al hotel, *Tenantspin* instaló equipos portátiles y grabó tomas y opiniones de inquilinos de todo el Reino Unido. El material se editó rápidamente y se presentó a los delegados durante la clausura de la conferencia. Entrevistas a cargo de Mavis Thomas, miembro del equipo desde hace tiempo.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/tpas05.rm/player.html

33. Inauguración del Centro Social, 28 de septiembre de 2005

Tenantspin celebró un nuevo capítulo importante de su historia con el lanzamiento de un estudio satélite con sede en el Centro Social de Sefton Park. El centro fue inaugurado oficialmente por

Mavis McDonald de la oficina del Viceprimer Ministro. Las emisiones continuarán desde *FACT* y desde Sefton Park, así aumentará el número de inquilinos que podrán participar.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/launch.rm/player.html

34. Grandes Éxitos, 6 de enero de 2006

Se recibían múltiples invitaciones a actos para ayudar a inspirarse a otros y para diseminar las buenas prácticas, así *Tenantspin* produjo este DVD de recopilación que podía enviarse a cualquier parte del mundo cuando la presencia de los participantes no era posible. Cabe destacar las entrevistas al artista y antiguo miembro de *KLF* Hill Drummond, al escritor Hill Self, a la actriz Margi Clarke y al escritor y cómico Alexei Sayle.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Best_Of_2003_04.rm/player.html

35. Una Nueva Era, 7 de marzo de 2006

Durante la primera emisión en directo desde el estudio Sefton Park, un panel que incluía a Phil Morgan (Director Ejecutivo de *TPAS*), Stephen Loftus (Director de Participación de Residentes de Housing Cosmopolitan) y Lynn Windsor (miembro del *Forum de Residentes de Arena*) discutieron sobre la participación de los residentes en un, a veces, acalorado debate. Toda la audiencia participó al interesarse la BBC, un fotógrafo del Ayuntamiento tomó fotos y unos 23 nuevos inquilinos fueron testigos de la experiencia *Tenantspin* por vez primera.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/citizensenior.rm/player.html

36. The Calles de Gales, 18 de abril de 2006

En 1813 uno de cada diez habitantes de Liverpool eran de origen galés, muchos de los cuales sólo hablaban galés. En este programa del *Centro FACT*, los inquilinos estudiaron el impacto que los galeses han tenido en la región y la controversia alrededor de las calles galesas en el sur de Liverpool, incluyendo la gran cobertura que la zona había suscitado en los medios tras los comentarios de Ringo Starr y John Prescott. Demoler o reconstruir estas históricas calles galesas ha dividido a la comunidad y la emisión mostró material exclusivo de *Tenantspin* sobre la zona y entrevistas con las partes interesadas clave. www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/the_welsh_streets.rm/player.html

Hoy

Las *Calles Galesas* es un buen ejemplo del proyecto para 2006. El proceso detrás del programa fue como sigue:

1. *Tenantspin Away Day*, enero de 2006, los inquilinos se reúnen para reflexionar sobre el año anterior y para planificar el futuro. Se discuten distintas ideas y una inquilina, Dolly Lloyd, menciona el tema de las Calles Galesas.
2. El personal y los inquilinos están de acuerdo en que es un tema al que vale la pena dedicarse y empieza la planificación.
3. Febrero-marzo de 2006, el realizador local John Scotland trabaja con los inquilinos para producir un corto sobre las Calles Galesas, que incluye entrevistas con las partes clave.
4. La emisión se incluye en el Folleto de FACT, con una tirada de 3.000 ejemplares distribuidos por todo el Reino Unido y Europa.
5. Abril, el debate a emitir se escenifica en FACT, enfrente de un estudio en directo y una audiencia on line. La emisión se archiva.
6. Mayo, el *Instituto Nacional de Educación Continua de Adultos* entrevista a los inquilinos, poniendo especial énfasis en el programa sobre las Calles Galesas, dando mayor difusión al proyecto.

Mañana

Los planes de *Tenantspin* para los próximos tres años incluyen:

1. www.tenantspin.org se convierte en un portal más interactivo, que albergue encuestas de los inquilinos, votaciones, películas caseras, etc.
2. Un aumento del número de emisiones externas.
3. Una contribución al año de Liverpool como Capital Europea de la Cultura.

Este desglose del proyecto da una visión del viaje y sus prioridades para desarrollar relaciones auténticas con los participantes y artistas mediante la producción compartida de contenidos de alta calidad. Muchas personas han tenido la oportunidad de hacerse oír a través de *Tenantspin*. Algunos han cogido el micrófono una sola vez para decir algo memorable, mientras que otros han

pasado seis años detrás de la cámara. Algunos se han dado a conocer internacionalmente, otros han empezado aquí sus carreras y de otros nunca más se oyó hablar.

Hablando en un evento de *Tenantspin* en 2002, el espectador Stuart Nolan habló de la desigual relación entre internet y la TV normal:

Utilizamos la TV mucho más que el PC y la TV tiene una historia de contenidos irresistibles, lo que quiero decir es que me digas una página web que te hizo llorar por última vez. La cuestión es que la TV hace llorar habitualmente y nos conmueve emocionalmente.

Aunque *Tenantspin* puede que no haya hecho llorar nunca a nadie, ha tocado a muchas personas tanto fugaz como profundamente.

Utilizamos la TV mucho más que el PC y la TV tiene una historia de contenidos irresistibles, lo que quiero decir es que me digas una página web que te hizo llorar por última vez. La cuestión es que la TV hace llorar habitualmente y nos conmueve emocionalmente.



Reclaim the Spectrum

José Luis de Vicente www.elastico.net | jl@elastico.net

José Luis de Vicente es periodista y comisario artístico especializado en cultura y tecnología. Ha sido subdirector del festival ArtFutura y ha realizado proyectos para eventos como ZEMOS98, Resfest, Sónar y OFFF. Imparte clases en la Escuela de Diseño Elisava de Barcelona. Es uno de los fundadores de Elastico.net, responsables del proyecto COPYFIGHT sobre cultura libre.

**My WiFi network
is open for
neighbours
and passersby**

**FREE ACCESS
FROM THIS CHAIR!**



La conquista invisible

Sacamos el móvil en plena calle y marcando unos números damos por supuesto que escucharemos la voz que estamos deseando oír. Encendemos la radio o la televisión y suponemos que, al sintonizar una emisora, podemos ver las noticias o escuchar el partido de fútbol que esperábamos impacientemente. Si nuestro portátil nos avisa de que ha detectado una red inalámbrica, estaremos recogiendo nuestro correo segundos después. Y casi nunca nos hacemos más preguntas. Sólo cuando algo sale mal -nos falta cobertura, ha fallado un enlace de satélite o una tormenta bloquea la recepción- somos conscientes de que aquel mensaje, aquella llamada, debía llegar hasta nosotros en forma de ondas de radio a través de alguna frecuencia del espectro electromagnético. A veces, perder la recepción de esas ondas puede acabar siendo más molesto y problemático que perder una llave, o un avión.

Rara vez le prestamos atención a lo que ocurre en el espacio radioeléctrico, a pesar de que seríamos incapaces de vivir sin él. Desde las rutas marítimas o aéreas hasta las previsiones meteorológicas, pasando por las cadenas de suministro de cualquier producto a los medios de comunicación, cada vez más cosas descansan sobre nuestra capacidad de hacer circular señales por ese espacio que se sitúa entre los tres kilohertzios y los trescientos gigahertzios. Un espacio que, al menos en teoría, es extremadamente escaso y precioso.

El espacio radioeléctrico - la sección del espectro electromagnético por el que circulan emisiones de radio y TV, señales de telefonía móvil y GPS, redes Wifi - es el suelo urbanizable de la sociedad de la información. La infraestructura que lo mantiene funcionando -desde las antenas que coronan los edificios más emblemáticos hasta los cientos de satélites en órbita- supone la obra de ingeniería más ambiciosa que haya desarrollado la humanidad; su progresiva colonización y conquista a lo largo del siglo XX ha transformado radicalmente la construcción de la sociedad, la articulación de las ciudades y las relaciones entre individuos.

La historia de esta conquista invisible es uno de los relatos más apasionantes que quedan por escribir. Desde que Marconi uniese en 1903 por primera vez las dos costas del Atlántico en una conversación por telégrafo inalámbrico entre el presidente Roosevelt y el rey Eduardo VII de Inglaterra hasta hoy, hemos tejido progresivamente a nuestro alrededor un ovillo omnipresente de señales hertzianas cada vez más denso que comprende ya desde lo muy cercano - el mando a distancia de la TV, el teléfono bluetooth - hasta lo más distante, como las lecturas de datos GPS que desde veinte mil kilómetros de altura marcan nuestra posición exacta con un margen de error de metros.

Espacio Hertziano

Al igual que la red, el espacio radioeléctrico contiene, distribuye y canaliza información. Pero, a diferencia de la red, considerarlo un espacio no es solamente una metáfora o un ejercicio conceptual; el ciberespacio puede ser "virtual", mientras que

El espacio radioeléctrico - la sección del espectro electromagnético por el que circulan emisiones de radio y TV, señales de telefonía móvil y GPS, redes Wifi - es el suelo urbanizable de la sociedad de la información

el espacio de las ondas responde a una realidad física; es medible, detectable, y para acceder a él tenemos muchas veces que sortear los obstáculos que el mundo tangible le pone a su paso. Cada vez que nos movemos por una habitación con mala cobertura telefónica, buscando el lugar exacto en el que la voz de nuestro interlocutor llega con mala calidad, o viajamos por una carretera con la radio encendida atravesando el radio de alcance de distintas emisoras que se superponen sobre la misma frecuencia, somos conscientes de esta realidad topográfica del espectro. En los últimos años, se han empezado a dibujar distintas visiones conceptuales del lugar en el que situar la actividad electromagnética dentro de su principal escenario de acción: la ciudad. Para algunos arquitectos y urbanistas de lo posdigital, las ondas de radio son, como los olores o la luz, una forma de “arquitectura blanda”, elementos que no percibimos visualmente pero que forman parte del paisaje urbano y que condicionan nuestra experiencia del entorno. En su seminal *Hertzian Tales*, Anthony Dunne propone el término de “electroclima”, en analogía con los fenómenos atmosféricos. Al igual que estos, los campos electromagnéticos son inestables, cambiantes y fluidos; sus contornos y límites se están redefiniendo en todo momento.

Arquitectura o atmósfera, de lo que no hay ninguna duda es que las ondas han transformado radicalmente a la ciudad moderna; lo suficiente como para que hayamos empezado a construir grandes monumentos en su honor. Sustituyendo a las catedrales, muchas de las grandes ciudades del mundo tienen a sus grandes antenas de telecomunicaciones como su símbolo arquitectónico más visible: Berlín, Singapur. Otras, como París (Torre Eiffel) o Nueva York (Empire State Building), han preferido transformar en antenas sus símbolos.

La explosión de las tecnologías inalámbricas han hecho de esta dimensión topográfica de las ondas algo mucho más crucial, porque ahora el espacio radioeléctrico está reemplazando y redefiniendo en muchos aspectos al espacio público. A la vez que los centros comerciales sustituyen a las plazas y los Starbucks a los cafés, tenemos ya tantas interacciones sociales por móvil, SMS, email o chat como cara a cara. Y las redes inalámbricas de internet que permean los espacios públicos difuminan muchos de los límites entre lo doméstico, lo público y lo laboral. Sentados en un banco de un parque, con el portátil en las rodillas, conectados a internet, ¿dónde estamos exactamente?.

Progresivamente, estamos sacando cada vez más dinámicas sociales de las calles y trasladándolas a las ondas. Pero a diferencia de lo que ocurre en las plazas y los parques, las decisiones que determinan los usos del espacio hertziano no se suelen poner en cuestión, porque casi nunca llegamos a conocerlas.

Guerras del espectro

A pesar de su importancia estratégica, sabemos muy poco sobre el espectro: quién lo posee, de qué manera se administra, cómo se deciden sus usos. Su regulación está raramente sometida a procesos de escrutinio público; su discusión en el espacio social no es una prioridad política.

Hubo un tiempo -breve- en el que la radio era muy parecida a como es internet hoy. Al igual que no es necesaria ninguna clase de autorización para montar un blog o abrir un foro, en los comienzos de la radiodifusión en Estados Unidos no era necesario pedir permiso a nadie para montar una emisora y comenzar a emitir. Es célebre la historia que cuenta cómo fue el naufragio más famoso de la historia de la navegación, el hundimiento del Titanic, el incidente que sirvió para que el gobierno reclamase su jurisprudencia sobre el espectro e introdujese un sistema de concesión administrativa de licencias exclusivas para cada frecuencia. Este sistema haría de la radio en un medio de pocos para muchos que posibilitaría el auge de la radio y la televisión comercial, cerrando la puerta a otro hipotético modelo que, en palabras de Bertold Brecht, en vez de emitir en una dirección lo hiciese en las dos, convirtiendo a los oyentes también en participantes.

A pesar de su importancia estratégica, sabemos muy poco sobre el espectro: quién lo posee, de qué manera se administra, cómo se deciden sus usos

Si el espectro es como el suelo urbanizable, las frecuencias son igualmente como los terrenos: no todas tienen el mismo valor. Y desde hace décadas, las más valiosas han estado en manos de “los señores del espectro”, sus primeros colonos: el ejército, las industrias de la radiodifusión, y los operadores de telecomunicaciones. Estos agentes disfrutaban desde hace décadas del uso exclusivo de las frecuencias más útiles, en muchos casos muy por debajo de sus posibilidades. El modelo administrativo se mantuvo relativamente intacto, a medida que se incorporaban nuevas tecnologías y sistemas que hacían del espectro un espacio cada vez más poblado. Pero las reorganizaciones importantes que han producido en el sistema de frecuencias diversas oportunidades para la especulación, como la concesión de las licencias de telefonía móvil (en especial las de tercera generación, que por primera vez introdujeron el sistema de las subastas), y la transición de la radio y la televisión de las emisiones analógicas a las digitales y a la alta definición, han coincidido con la aparición de cada vez más voces críticas. Para muchos, en la sociedad participativa posterior a la red, donde todos volvemos a ser emisores, no es posible mantener intacto el modelo heredado desde hace décadas.

Reclamar el Espectro

La banda de frecuencias alrededor de los 2.4 Ghz es llamada a veces la “banda basura”; se trata de una de las escasas frecuencias públicas, donde se permite emitir sin necesidad de licencias. Se emplea sobre todo por dispositivos domésticos, como los teléfonos inalámbricos, o los interfonos que vigilan las habitaciones de los niños. Pero también por los routers que hacen posible el funcionamiento de las redes WiFi. Si la tecnología de las redes inalámbricas no se hubiese basado en una frecuencia abierta, hubiese sido muy difícil que se hubiesen extendido con la fuerza que lo han hecho. El impacto y la capacidad transformadora de las redes abiertas son un ejemplo de los usos socialmente beneficiosos que se podrían obtener si se habilitase más espacio en el espectro para la sociedad civil.

Se le llama “reclamar el espectro” a recalificar el uso que se le ha dado a un conjunto de frecuencias, asignándole uno nuevo. Una de las recalificaciones más importantes tendrá lugar en pocos años, cuando los canales de televisión dejen de emitir analógicamente, y tras el famoso “apagón”, conviertan sus señales en digitales. Pero uno

¿Podemos seguir atados a un modelo administrativo que se diseñó para la era de la televisión ahora que todos somos, en mayor o menor medida, emisores?

no puede evitar vincular la idea de “reclamar el espectro” con otras posibilidades de intervención, como las que llevan a cabo *Reclaim the Streets*, el movimiento alternativo que a lo largo de los noventa organizó protestas festivas en medio de las calles de grandes capitales como una manera de denunciar su comercialización y su desaparición como espacio comunitario.

Reconocer el derecho a preservar el uso del espectro como un recurso de todos es una necesidad urgente. Si la combinación de todas las redes inalámbricas de un barrio es una herramienta más poderosa para una comunidad que la telefonía de tercera generación, ¿tenemos que vernos abocados a esta última sólo porque hace falta justificar su modelo de negocio? En el momento de ampliar los usos del sistema de frecuencias, ¿eran más cadenas de televisión y mensajes de vídeo en el móvil lo que realmente necesitábamos? ¿Queremos tecnologías que nos permitan ser agentes participativos, o sólo consumidores? ¿Podemos seguir atados a un modelo administrativo que se diseñó para la era de la televisión ahora que todos somos, en mayor o menor medida, emisores?

La exposición *Reclaim the Spectrum*, que tuvo lugar dentro de las actividades de la octava edición del festival ZEMOS98, pretendía llamar la atención sobre la necesidad de que se abra al debate público - y no sólo a los intereses empresariales - la discusión sobre la forma en que se deciden sus usos, en un momento en que sus beneficios sociales pueden ser más profundos que nunca.

Los que reclaman el espectro

Artistas, diseñadores y activistas están siendo los primeros en dar el paso de apropiarse del espacio hertziano para reelaborarlo y subvertir sus usos. En algunos casos, haciendo visible lo que ocurre en el dominio de las ondas, y mapeándolo para mostrar cómo se difuminan en él las fronteras entre espacio público y privado.

Esto es lo que viene haciendo desde 2003 la artista canadiense Michelle Teran en su serie de intervenciones *Life: A User's Manual*. Armada con un scanner de frecuencias, Teran intercepta la señales de cámaras inalámbricas de vídeo que rodean la zona por la que camina y muestra sus imágenes en un monitor portátil en la propia calle. De la niebla analógica surgen fantasmalmente no-lugares como recepciones de hotel, oficinas de banco o cajeros automáticos, pero también espacios tan privados como la habitación de un bebé. Estos paseos se convierten en un mapa en tiempo real de lo que ocurre en la estrecha franja del espectro que no está regulada, que convierte a los consumidores en “microemisores”. *Life: A User's Manual* muestra que los límites de la realidad física no coinciden con los del espacio hertziano. Otra estrategia de visualización de la actividad en el espectro se muestra en *Sky Ear*, el proyecto más conocido del británico Usman Haque, que supone una de las primeras intervenciones arquitectónicas efímeras que existen simultáneamente en el espacio electromagnético y en el urbano. *Sky Ear* es una “nube” formada por mil globos de helio que contienen sensores que responden a las alteraciones que se producen en los campos hertzianos que la instalación encuentra a su paso, especialmente las c



causadas por los teléfonos móviles. Al activarse, los sensores producen cambios de color en los LEDs que contienen los globos y los iluminan.

Otras veces, diseñadores y artistas se acercan al uso de las redes inalámbricas para articular comunidades activas a su alrededor, de la misma manera en que antes lo hacían en una plaza o en un parque. Por ejemplo, para la diseñadora india afincada en Londres Anab Jain, descubrir que su red *wireless* estaba siendo utilizada por sus vecinos le hizo reflexionar sobre lo poco que sabía acerca de esas personas que viven a su alrededor y que se introducen en el espacio electrónico de su red de datos. Para romper con este anonimato, estableció en la puerta de su casa durante cinco días un punto de acceso gratuito a internet, ofreciendo a todos los viandantes la oportunidad de sentarse en su silla amarilla y acceder a la red a través de su conexión inalámbrica doméstica. Las ondas electromagnéticas (que no respetan las diferencias entre espacio público y privado, invadiendo calles y casas vecinas) pueden utilizarse como un recurso común que al ser compartido, refuerce el sentido de comunidad de los habitantes de una misma calle o barrio. Dejar abierta una red inalámbrica y ceder su uso a terceros se convierte en una estrategia para reclamar el uso del espacio público como territorio comunitario en el que se fomenta la comunicación cara a cara entre los usuarios.

En contraste con la utopía inalámbrica más habitual, la del acceso permanente y ubicuo a internet en cualquier momento y desde cualquier sitio, *Wifi Bedouin*, de Julian Blecher, pone el énfasis en la proximidad, y en crear una comunidad *wireless* móvil que no sea virtual, sino cercana. Su proyecto es una mochila que contiene un punto de acceso 802.11b (el protocolo utilizado por las redes inalámbricas) que a pesar de funcionar, es inservible para conectarse a la Web. Su objetivo es que el portador de la bolsa (el "beduino wifi") cree allí donde vaya una "isla de internet" nómada, una zona de datos autónoma dentro de la cual los usuarios -ejecutivos en un aeropuerto, parejas en un parque- creen una dinámica social propia, con blogs,

Dejar abierta una red inalámbrica y ceder su uso a terceros se convierte en una estrategia para reclamar el uso del espacio público como territorio comunitario en el que se fomenta la comunicación cara a cara entre los usuarios.

chats o sistemas de intercambio de archivos donde los únicos participantes son aquellos que se encuentran dentro de su radio de recepción.

Finalmente, los proyectos que hackean el funcionamiento de tecnologías y protocolos muestran como nuestro uso actual del espectro depende más de decisiones políticas y comerciales que del amplio alcance de sus posibilidades técnicas. Jonah Brucker-Cohen pone en cuestión la arquitectura de las redes de comunicaciones y plantea de qué manera es posible cambiar la sociología de sus usos si se alteran sus reglas básicas, aunque sea en factores mínimos. Su *Wi-Fi Hog* es una respuesta a la utópica visión de las redes libres como espacios abiertos, compartidos y comunales. El dispositivo, al que Brucker-Cohen imagina como una herramienta táctica que podría ser utilizada por activistas en actos de protesta, permite hacerse con el control de una red inalámbrica abierta, de tal manera que sólo el "secuestrador" pueda acceder a internet a través de ella, expulsando a sus usuarios habituales. El sistema está formado por un portátil conectado a un dispositivo que genera interferencias, y un programa que intercepta los paquetes de datos que circulan por la red. El software "deja pasar" sólo a los paquetes que proceden de la IP del ordenador conectado al *Wifi Hog*; en los demás casos, el dispositivo de interferencias se activa y los inutiliza. El objetivo del proyecto es investigar de qué manera añadir limitaciones a una red y hacer de su acceso algo más competitivo y territorial cambia las relaciones entre sus usuarios.

Entre el discurso utópico de los que piden unas tierras comunales de las ondas y los que subvierten y "hackean" dispositivos y protocolos de comunicación para rechazar de plano el uso dirigido de esta tecnología, los que reclaman el espectro están anticipando un debate político y social del que se privó al siglo XX, y que en el XXI es inaplazable.

Existe más información del proyecto en www.zemos98.org/reclaimthespectrum . Además, en el DVD OTRO de este pack hay un catálogo específico del proyecto.

REDTV una nueva plaza pública

Josevi Soria www.sinantena.net | josevi@sindominio.net

Animador de diversos proyectos audiovisuales en Madrid como Insu-emisión, Deyavi, Telepiés y en la actualidad la televisión on.line SinAntena. Es colaborador habitual de TeleVallekas, televisión local de Madrid. Ha coordinado el seminario "Otras Formas de Televisión" de la octava edición de ZEMOS98.



Imaginemos una red de televisiones comunitarias itinerante que estimule experiencias, que desate las potencialidades que surgen al hacer cosas en común con gentes y espacios diferentes, rehaciéndose, combinándose una y otra vez.

Fue allá por los años setenta cuando dos venezolanos del colectivo ICAIC de Argentina impartían un curso sobre lenguaje audiovisual en la Fundación Miró de Barcelona. Dentro de aquellas jornadas, el colectivo argentino explicaba cómo utilizar herramientas audiovisuales en proyectos sociales. Aquel encuentro fue un catalizador para la creación de Video-Nou, un colectivo de Barcelona que propone usar el vídeo como modo de intervención social y creación de espacios públicos de comunicación; Carles Ameller, co-fundador de Video-Nou, relata la importancia que tuvo ese taller impartido por el ICAIC para aprender otros modelos de actividad con el vídeo. Ejemplos punteros en esa época en Brasil, Argentina y Venezuela, que se servían del audiovisual como herramienta para proyectos de educación popular. Así, impulsado por estas jornadas de 1977 en la Fundación Miró, nace Video-Nou como primer colectivo de vídeo independiente del estado español.

La historia de este y otros colectivos audiovisuales pasa por el contacto y contagio con otras experiencias, el compartir saberes, el estar atentos a lo que ocurre y el aprender a trasladar experimentos de cualquier parte del mundo a la situación cercana de cada uno.

Uno de los marcos más idóneos para empaparse de otras experiencias, para verse las caras y contarse, es el que se crea en encuentros como el organizado en el pasado mes de marzo por ZEMOS98 y la UNIA, la Universidad Internacional de Andalucía. Es ahí, en el encuentro *Otras formas de Televisión*, donde asoma la propuesta de tejer una red de televisiones comunitarias, la RED-TV. La existencia de este tipo de redes es lo que ha dado impulso e ideas a muchos de los proyectos que, como Video-Nou, se presentaron en este seminario.

A partir de la puesta en común de inquietudes surgieron ideas que encontramos coincidentes: utilizar la cámara como instrumento transformador y no mero testigo de los hechos; ir más allá de la contrainformación, dejando de ser un altavoz de movimientos sociales o un órgano de expresión de una línea política para construir un espacio público de intervención, diálogo y comunicación, rompiendo la barrera del emisor-receptor y elaborando un verdadero laboratorio de relaciones sociales.

Sin ser nombrada como tal, en realidad esta red ya viene existiendo desde hace tiempo y ha ido armándose a retazos, componiéndose, casi sin darnos cuenta, en colaboraciones que emergen por la coincidencia de nuestras rutas: Así, por ejemplo, Amatau de Bilbao pone en marcha su televisión dentro de unas jornadas en las que aportan su experiencia compañeros como los de las telestreets italianas. El trabajo del colectivo Eguzkibideoak, mediante las proyecciones de Cine Pobre, ha favorecido muchos encuentros como la transmisión de un programa de televisión vía *streaming* junto al Hacklab, desde Pamplona, y en colaboración con Sinantena de Madrid. De una u otra forma, muchos de estos colectivos han participado en proyectos comunes como la red mundial de Indymedias, o en encuentros fundamentales para entender la cultura del pro-común, como son los Hackmeeting.

En *Televisores*, un encuentro de debate y presentación de trabajos de colectivos, organizado por la Fundación Rodríguez en el Centro Cultural Montehermoso de Vitoria, tuvimos la suerte de dar continuidad al seminario de Sevilla *Otras formas de Televisión* y de poder seguir trabajando, pensando en lo que sería la REDTV.

Es verdad que los momentos de auge de los movimientos sociales, como la transición española, el movimiento por otra globalización, o la movilización contra la invasión de Iraq, han ido creando formas de expresión propias, momentos de comunicación al hilo del desarrollo de los acontecimientos. Pero es igualmente cierto que esas nuevas formas de comunicar se han apoyado en colectivos y redes que previamente fueron invirtiendo en equipos, realizando un proceso de autoaprendizaje técnico y político, sorteando los altibajos de los movimientos, partiendo de un trabajo más profundo en calidad y de la construcción de un tiempo propio de subjetividades que no depende de la agenda del poder ni de los ciclos de activismo.

Estas redes y colectivos del audiovisual tienen un papel insustituible en la conservación y reanimación de la memoria, no porque velen ningún museo, sino por el recordar haciendo y reinventando, en el sentido que dice Ameller en su artículo *Por una comunicación contextual*, en el que reivindica el interés de contar la experiencia de Video-Nou, de hace más de treinta años, porque hay "(...) una renovada sensibilidad y preocupación por estos asuntos (...)", no por el mero hecho del relato sino "(...) porque hay quien los comprende, es decir, los convierte en presente (...)". En la línea de trabajo que apunta Ameller encontramos también a colectivos como Amatau que, además de volver a usar los transmisores de una televisión, *Telefrisco*, que emitió hace más de veinte años como proyecto de la Asociación de Vecinos/as del

La existencia de este tipo de redes es lo que ha dado impulso e ideas a muchos de los proyectos que, como Video-Nou, se presentaron en este seminario

barrio de San Francisco de Bilbao, también están recuperando las viejas grabaciones de esta tele para usarlas en el proceso de investigación que han emprendido sobre las transformaciones que la ciudad está sufriendo hacia la “ciudad marca”. Amatau construye y recupera el imaginario colectivo utilizando un archivo de imágenes que van proyectando en un contexto de jornada festiva, en donde las visualizan junto con agentes del barrio como migrantes o vecinos autóctonos, e invitan a productores de todas partes para que señalicen los cambios producidos en la ciudad desde diversos puntos de vista: el arte, el graffiti, la fotografía y el video. Sirviéndose de la denuncia para enlazar el pasado con el futuro.

Estas formas de hacer de Video-Nou o Amatau, son el punto de encuentro fundamental de lo que sería la REDTV. Las nuevas formas de televisión, hablo de televisión en sentido estallado, desbordan la televisión herziana habitual. Nuevas formas de visionar y de producir, en pantallas tanto en casa como en los móviles, los vídeos por internet, las proyecciones, los ordenadores para editar vídeo, etc. que están marcadas por las nuevas tecnologías y su popularización. Si queremos apropiarnos de estas herramientas televisivas, sin caer en la fascinación artística-tecnológica, deberíamos proponernos por ejemplo, hacer televisión sin televisión, centrándonos en lo que surge alrededor de estas experiencias, de los procesos colectivos para producir y de la propia performance televisiva. En este sentido, en Sevilla, hablamos repetidamente de la dificultad que tiene trasladar estas experiencias al vídeo, a un trabajo audiovisual que no formatee la experiencia, que muestre “todo lo que ocurrió allí”, que dé cuenta de la multiplicidad y la intensidad, tratándose en muchos casos de un *work in progress* comunicacional. Asumir esa característica tan denostada como es lo efímero de la televisión, nos permite centrarnos en lo importante que es la producción de lazo social. Todo esto tiene que apoyarse en romper el discurso de los expertos en el ámbito televisivo, mostrar el truco de la televisión, los entresijos de un medio que es más accesible a cualquiera de lo que nos intentan hacer creer. Por lo que el manejo de los recursos expresivos audiovisuales es posible compartiendo conocimientos y trabajando con continuidad.

El set de la REDTV

Las propuestas concretas que se plantearon en las jornadas de trabajo de Sevilla se enmarcan en los siguientes ejes:

Una cartografía

La primera propuesta que generó más interés fue la de componer una cartografía de la producción audiovisual alternativa. Un mapa de las estructuras que están funcionando. Saber quiénes somos antes de proyectar quiénes estamos y lo que nos une. Tener una imagen gráfica de dónde nos movemos y con quién nos podemos mover. Cuáles son las relaciones que se dan en ese mundo y los elementos comunes. Estoy hablando de una investigación que incluiría entrevistas a esos grupos a partir de un cuestionario que elaboremos. Este cuestionario trataría de establecer qué relaciones con lo social se dan en estos colectivos y su cuestionamiento del ámbito comunicacional. También indagaríamos sobre el tipo de relaciones laborales que se dan en este campo. Estamos por tanto todavía en la definición de los interrogantes de los que queremos partir. Hay que tener en cuenta que un mapa no es la realidad sino una representación, unos signos en papel que permitan una cierta orientación en el caos. Es una orientación menos rígida que un manifiesto, una teoría o una ideología. Abierta por su disposición a explorar y a buscar a otros en los confines de lo desconocido. Planteamos una red que se piensa como proceso de investigación, que plantea ir trazando alianzas, produciendo red. Un par de citas nos definen un poco más el camino a andar:

“El mapa no es el territorio. El mapa se diferencia del territorio precisamente a través de actos de selección. Como práctica creativa el mapa no reproduce sino que descubre realidades previamente invisibles o inimaginables. No todos los mapas consiguen esto, algunos simplemente reproducen lo que ya se sabe, éstos son más calcos que mapas...las experiencias del espacio no pueden ser separadas de las cosas que acontecen en él, es rehecho continuamente cada vez que es encontrado por gente diferente, cada vez que es representado a través de otro medio, cada vez que cambia su entorno, cada vez que se crean nuevas filiaciones. La construcción de los mapas desata potencialidades, rehace el territorio una y otra vez, cada vez con nuevas y diferentes consecuencias”

Corner, James *The agency of mapping* en Mappings VVAA edición a cargo de Denis Cosgrove. Reaction Books. Londres, 1999.

Las nuevas formas de televisión, hablo de televisión en sentido estallado, desbordan la televisión herziana habitual

**El manejo
de los recursos
expresivos
audiovisuales
es posible
compartiendo
conocimientos
y trabajando con
continuidad.**



“El creador de mapas recolecta, combina, conecta, marca, enmascara, relaciona y generalmente explora ... Si el mapa se opone al calco es porque está enteramente dirigido hacia una experimentación derivada de la realidad. Un mapa tiene entradas múltiples, contrariamente al calco, que vuelve siempre a “lo mismo”. Un mapa es cuestión de ejecución mientras que el calco remite siempre a una presunta competencia. Escribir no tiene nada que ver con significar, sino con medir, cartografiar, incluso las comarcas por venir”.

Deleuze, Gilles y Guattari, Felix. *Rizoma (introducción)* Pre-Textos. Valencia, 1977. *Rhizome (introducción)* Minuit. Paris, 1976

El Tercer Sector Audiovisual

La ACS (Asamblea per la Comunicació Social) de Barcelona, formada por más de 141 colectivos, señaló otro de los papeles fundamentales que debe cumplir la REDTV: la reivindicación del Tercer Sector Audiovisual, el que no es ni privado comercial ni el público de las administraciones. Organizar políticamente ese Tercer Sector y exigir que la nueva Ley del Audiovisual contemple el derecho de acceso de las asociaciones al servicio público de televisión. Complementario a la lucha por el reconocimiento del Tercer Sector es la creación de un fondo de financiación con el 2% de los beneficios por publicidad de las televisiones privadas. Lo que permitiría hacer sostenible una televisión desde las asociaciones y movimientos sociales que no dependa de los peajes que se pagan por la publicidad o las subvenciones. Un modelo inspirador y desconocido en España, que resulta para muchos como

una propuesta “loca”, es el de los *Open Channel* de Amsterdam. Un ejemplo que tiene los dos ingredientes necesarios para que esto se dé: por un lado, grupos de producción independiente que creen firmemente en este Tercer Sector y en su derecho a emitir una producción independiente y, por el otro, unos administradores públicos con cierta conciencia democrática que no dejan que el ámbito audiovisual sea devorado totalmente por la voráGINE del beneficio empresarial privado.

Un lugar en el ciberespacio

Si algo puede ayudar a compilar las ideas que queremos que ver-tibren la REDTV, a coordinar los esfuerzos e ir acumulándolos, es aprovechar las tecnologías y formas que ofrece internet. Las herramientas web nos dan la posibilidad de establecer una co-operación horizontal y de juntar tiempo y espacio en proyectos que están físicamente alejados. Una primera función es servir de coordinación de los diferentes tiempos y niveles del proceso de la cartografía. Un mapa a construir de forma deslocalizada mediante una herramienta de *software libre*, como es *Mapomatix*, donde poder ir sumando informaciones georeferenciadas, nuevos nodos, que van creciendo como una red viva en constante metamorfosis y comunicación.

Otra característica es que sea un sitio web parecido a la *NGVision* italiana donde las *Telestreet* comparten sus vídeos para ser usados por cada televisión local enriqueciendo su emisión. No se trata de crear por tanto un contenedor de vídeos libre e infinito al estilo de *Youtube*, sino de ofrecer una selección. Un material audiovisual repertoriado, señalado, con información que aproveche las virtualidades de internet de hipervínculos, textos, formatos multimedia y que ofrezca una elección en el caos del ciberespacio. Quizá eso se tradujese, más adelante, en una parrilla colectiva de programación que sabría aprovechar la oportunidad de cada momento para incidir en la realidad social. Los materiales publicados son una apuesta por el procomún desde el punto de vista de las licencias libres, del estilo de las creative commons, por compartir conocimientos y vídeo que puedan usar otros libremente. Extender las herramientas copyleft para vídeo y televisión, en contacto con las comunidades de desarrollo de software libre, permitiendo la apropiación de la tecnología como por ejemplo la del streaming de vídeo.

Un sitio web también es una mesa de trabajo donde se elabora y comparte una investigación de experimentos que se han realizado en el pasado con el fin de reutilizarlos. Desde esta perspectiva, del vídeo de intervención, debería ser un contenedor de

Las herramientas web nos dan la posibilidad de establecer una cooperación horizontal y de juntar tiempo y espacio en proyectos que están físicamente alejados

material audiovisual pero también de formas de hacer: manuales de vídeo social, manual videoactivista para hacer *teletreet*, para hacer *streaming*, uso de las herramientas para la educación popular, etc.

Lo real

Sin embargo, en esta red es muy importante también ocuparse de lo que nos es inmediato, del mundo donde podemos actuar, del cuerpo a cuerpo. El peligro de estas redes es la abstracción que supone el que estemos representados por un link y quedarnos reducidos a eso. De ahí, la necesidad de los encuentros cara a cara que estamos teniendo. Y la importancia de acompañar y aportar a los movimientos sociales. Aprovechar los momentos de movilización para producir materiales con temas comunes a todos, pensando en global y actuando desde lo local, obteniendo distintas miradas de un mismo hecho. Intervenir mediante la guerrilla comunicación, las acciones de calle, las acciones mediáticas o deconstrucción de la publicidad generando momentos de choque emocional. En definitiva crear una televisión de proximidad que co-produce con los vecinos.

Cercanía

Otro problema a abordar de manera conjunta parte de la preocupación que señalaba Eguzkibideoak: los canales de distribución. Como decían los alumnos en Sevilla “¿dónde se puede ver eso tan interesante que estais proyectando?”. Y es cierto, es muy difícil tener acceso a estos materiales, la mayoría no tiene posibilidad de vernos u oírnos o de saber poner en marcha una experiencia audiovisual como la que realizamos. Acercar a la gente el telemando para que apague la televisión convencional y dándole un sentido participativo y social. Un sitio web común puede ayudar y de ahí puede partir la coordinación necesaria para otras ideas; una red de espacios de proyección que visibilice trabajos que nos parezcan interesantes y una distribuidora de DVD que permita publicar materiales llegando a espacios hasta ahora inaccesibles.

Perspectivas de la REDTV

El desarrollo de esta REDTV, más allá de algunos balbuceos, depende de la capacidad que tengamos de tomarnos en serio el trabajo de cada uno de nuestros colectivos y de jugar el papel que queremos dentro de la aldea global. Nuestra principal apuesta con los movimientos sociales es la de colaborar en romper la dispersión, promover el debate y la investigación mediante herramientas audiovisuales que ayuden a crear comunidad. Dinamizar prácticas de investigación/acción y autoorganización. Grupos de facilitación o acceso, de autoaprendizaje, mediante una figura propia del periodista sociólogo-animador. Interactividad que va más allá del “sí, no o cancelar”. La no especificidad de la televisión permite recoger distintos lenguajes, remezclarlos, poner en contacto mundos y construir nociones comunes.

Más que punto de no retorno de la capacidad crítica, una dicotomía insalvable entre razón y emotividad que plantea Baudrillard a propósito de los nuevos medios electrónicos -junto a a gran parte del pensamiento crítico-, la realidad de las producciones alternativas es que recorren un arco desde lo emotivo y guerrillero hasta los experimentos de construcción de una nueva plaza pública. La televisión como ágora, como foro para los ciudadanos. Por ejemplo, el NIB (Noticiero Internacional de Barrio). Si la televisión crea imaginario debemos usarla para aprovechar “el instante”, como proponen las Intervenciones TV de la Fundación Rodríguez. Generar crítica desde la razón y también desde el afecto, desde los sentimientos. Narrar, dar voz al mito. El imaginario global se expresa por medio de la cultura visual.

Lo que nos impulsa es la pasión por el audiovisual para generar una comunicación no vacía, que parta de lo social, de la crítica, una verdadera comunicación que siempre se queda corta, que no se agota en ella misma. Pienso que crear un espacio común y no fugaz de los colectivos de vídeo alternativo, es decir, la REDTV, nos llevaría al descubrimiento de realidades y formas de co-relación quizá ahora invisibles o inimaginables.

La no especificidad de la televisión permite recoger distintos lenguajes, remezclarlos, poner en contacto mundos y construir nociones comunes





TV comunitaria, algunas reflexiones para el debate

Grupo Alavío www.agoratv.org

El Grupo Alavío es un colectivo de realización documental y TV comunitaria, formado desde hace más de quince años en Argentina. Han producido más de 60 películas que documentan desde la resistencia las luchas obreras más candentes de su país.



1. Sobre la TV de baja potencia

Desde finales de los años ochenta existen en Argentina experiencias de emisión de televisión por aire de baja potencia. La posibilidad de construir transmisores de TV con tecnologías caseras a través del acceso a los planos de los circuitos electrónicos, algunos compañeros con conocimiento en electrónica, la generalización del video (cámaras VHS principalmente) y un contexto macroeconómico favorable (apertura de importaciones y dólar barato) por el que se conseguían fácilmente los componentes a un costo "accesible", allanó el primer gran obstáculo que es el equipamiento.

Con el antecedente de la proliferación de radios FM en los años ochenta, durante los noventa se multiplicaron las emisoras de TV locales (tanto VHF como UHF), hasta contabilizar más de ciento cincuenta pequeñas estaciones mas o menos estables que emitían señal en los canales de aire libres, no utilizados por empresas privadas o el estado. Basadas en la producción de contenidos propios en vivo como en la primera época de la televisión y con un archivo creciente de películas por la aparición y multiplicación de casas de alquiler de videos en formato VHS, se sostuvieron infinidad de horas de programación. Un local a los efectos de estudio, una torre de altura para las antenas emisoras, un transmisor, video caseteras, un mezclador de imagen y sonido, alguna cámara de video, micrófonos, etc., bastaban para iniciar la experiencia.

Ahora, de este número de experiencias de televisión, ¿cuáles pueden en realidad llamarse alternativas, contra informativas o al menos comunitarias?. Sin duda, poquísimas. Con un marco legal que las prohíbe (las emisiones son consideradas clandestinas y punibles penalmente) sufrieron en algunos casos persecuciones y clausuras, en especial las experiencias con actitud militante. En otros casos, la mayoría, sufrieron asimilación al sistema político y comercial, convirtiéndose en voceros de las expresiones de poder político regional que las toleraron o alentaron según el momento. Con mas de quince años de existencia, los canales de TV de baja potencia que sobrevivieron desde esta época en Argentina, fueron captados por el estado y su vínculo con las comunidades no son mas que variantes de relaciones mercantiles.

2. Nueva TV, televisión comunitaria

Contar con medios de comunicación propios y orgánicos a la clase trabajadora es la máxima aspiración para el objetivo de constituir agendas propias, con contenidos que estén relacionados

Ahora, de este número de experiencias de televisión, ¿cuáles pueden en realidad llamarse alternativas, contra informativas o al menos comunitarias? Sin duda, poquísimas

con las necesidades organizativas y de las luchas emancipatorias de oprimidos y explotados, es la posibilidad de abrir pequeñas ventanas de libertad. Esta afirmación, evidente por sí misma, no necesariamente está internalizada en los sectores populares. El comunicar a través de medios masivos como la TV de aire esta vedado, en el imaginario mayoritario, a los grandes grupo económicos o al estado. Se ve casi como imposible un canal de TV propio de los movimientos sociales y los sectores en lucha. En las prioridades de las organizaciones sociales este tema todavía está relegado o ignorado. No basta, por ahora, la experiencia recorrida y tener relativamente solucionada las cuestiones técnicas.

3. Contexto

Desde la última dictadura militar en Argentina (1976-83) vivimos un proceso acelerado de privatización, concentración y centralización, en manos de pocos patrones (grupos económicos) de la propiedad casi total de los medios de comunicación existentes: TV de aire, TV por cable, TV por satélite, radio AM, radio FM, servicios de internet, telefonía fija, telefonía móvil (celular), agencias de noticias, periódicos de tirada nacional, periódicos locales, servicios de correos, altavoces en la calle, carteles en vía pública, carteles en medios de transporte, pantallas gigantes en las calles, posibilidad de manipular datos de personas, etc.

Como ejemplo, la formación declarada legalmente de la propiedad de las dos empresas más grandes en términos de comunicación en Argentina:

Grupo Clarín:

Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. (Participación: 100%), Diario Clarín, Diario Olé, Revista Genios, Artear S.A. (Participación: 99,2%), Canal 13 (televisión abierta), TN (canal de noticias por cable), Volver (canal de cable), Canal 7 (Bahía Blanca), Canal 12 (Córdoba - participación: 85,2%), Pol-Ka (productora de programas - participación: 30%), Patagonik Film Group S.A. Asociado con Buena Vista / Disney y Telefónica Media (productora de cine - participación: 30%), Multicanal S.A. (Participación: 100%), Clarín Global (Participación: 100%), Clarin.com, Ubbi buscador de internet, Teledeportes S.A. (Participación: 100%), GC Gestión Compartida S.A. (Participación: 100%), Artes Gráficas Rioplatense S.A. (Imprenta - Participación: 100%), Radio Mitre S.A. (Participación: 100%), Mitre (emisora de radio AM), FM 100 (emisora de radio FM), Prima (Participación: 82%), Ciudad Internet, Datamarkets, Fullzero, Inversora de Eventos S.A. (Participación: 100%), Ferias y Exposiciones S.A. (Participación: 100%), Feriagro, Edito-

ra de Revistas S.A. (Participación: 100%), Revista Elle, Tele Red Imagen S.A. (Participación: 50%), TyC Sports, La Razón (diario gratuito vespertino - Participación: 75%), Televisión Satelital Codificada S.A. (Participación: 50%), Torneos y Competencias, Impripost (Participación: 50%), Papel Prensa (fabricación de papel de diario - Participación: 36,9%, el otro 36,9% diario La Nación y 26,2% del Estado), Cimeco S.A. (en sociedad con el diario La Nación - Participación: 33,4%), La Voz del Interior (diario de la provincia de Córdoba), Los Andes (diario de la provincia de Mendoza), DyN (agencia de noticias - Participación: 25,6%), Galaxy Entertainment Argentina, DirecTV.

Grupo Telefónica:

Adquira (Comercio electrónico), Atento (servicio tercerizado de telefonía), Fundación Telefónica, Pléyade Argentina (seguros del Grupo Telefónica en Argentina), Telefónica de Argentina S.A. (telefonía fija -nacional e internacional-, telefonía pública, acceso a internet -con las marcas Advance y Speedy- (Servicio de Internet), Telinver S.A. (Páginas Doradas), Telefónica Empresas (actividad del Grupo Telefónica que opera en todo el mundo), Telefonía Pública (Telefonía Pública en la Argentina), Telefónica Móviles Arg. S.A. (Telefonía móvil a cargo de la marca Movistar), t-gestiona (Servicios corporativos para empresas), Terra (Portal de internet), Telefé (canal de TV de aire con repetidoras en todo el país).

Tenemos un control remoto para seleccionar la frecuencia de cientos de canales de TV, pero cuando los recorrimos todas varias veces, no encontramos el reflejo de nuestras vidas, de nuestros problemas, de nuestras necesidades como clase trabajadora o tal vez ni siquiera como seres humanos



Este proceso, junto al avance técnico en el campo de las comunicaciones, que permite la transmisión de gran volumen de mensajes por todo el mundo en tiempo casi real, derivó en una acumulación de poder político y económico impensado hace pocos años. El poder de uniformar el pensamiento y castigar lo diverso, lo distinto a la norma. El poder de estigmatizar cuando no es posible ocultar, de hacer invisible el conflicto.

Una montaña de información tiene el mismo sentido, a pesar de la sensación de elegir libremente. Tenemos un control remoto para seleccionar la frecuencia de cientos de canales de TV, pero cuando los recorrimos todos varias veces, no encontramos el reflejo de nuestras vidas, de nuestros problemas, de nuestras necesidades como clase trabajadora o tal vez ni siquiera como simples seres humanos. El éxtasis mayor es sentir el deseo por la mercancía de moda, sentimiento compartido con los que nos explotan y se benefician de esta experiencia de subjetividad, con los que nos moldean el cerebro a su imagen y semejanza, con una conciencia pro patronal, sumisa y egoísta del individuo solo frente a una pantalla de TV.

4. Ruptura con lo establecido

Desde hace años, varios grupos de compañeros y compañeras estamos decididos a dar batalla a esta realidad, a este tipo de relaciones sociales. Y la batalla está centrada en la recuperación de la palabra y la imagen de los sectores explotados y oprimidos de nuestras comunidades, tanto como la posibilidad de amplificarlas y difundirlas a través de medios masivos de comunicación. Reivindicamos el derecho que tenemos como clase trabajadora a producir un imaginario que responda a nuestros intereses, a nuestras necesidades, a nuestra tradición cultural, a nuestra historia como pueblo, a nuestras particularidades como comunidades. Reivindicamos el derecho a nuestros propios medios de comunicación, diametralmente opuestos a los medios de la burguesía y de los patrones. Nuestra transformación, de espectadores pasivos (consumidores) en espectadores críticos y en productores de un nuevo imaginario, es la base de este proyecto político.

Una experiencia práctica, importante como antecedente histórico en este sentido, fue *Canal 4 Utopía*, que desde principios de los 90 participó en la resistencia activa a la implementación de los programas neoliberales (lucha contra las privatizaciones, contra la flexibilización laboral, por la libertad de los presos políticos, etc.), emitiendo 24 horas, por varios años en la ciudad de Buenos Aires. Luego de gran persecución por parte del estado dejó de emitir en el año 1997. En otros países latinoamericanos también existen experiencias importantes de transmisión de TV por aire como *Canal 3 de La Victoria*, en Santiago de Chile, que se sostiene desde el esfuerzo militante de un grupo de vecinos del barrio; *Teletambores* en Maracaibo y *Catia TV* en Caracas, Venezuela hicieron punta en la lucha contra el golpe militar en el 2002 y fueron legalizados por el estado venezolano.

5. Algunas reflexiones de método

Como está claro que los temas técnicos y tecnológicos no agotan el universo de problemas a resolver para que un canal de TV se transforme en una herramienta de lucha. Según nuestra práctica, es importante identificar algunas características de funcionamiento y organización para reivindicar como alternativa, de contra información y comunitarias las experiencias de TV de baja potencia.

La propiedad. No es posible que un medio de comunicación sea parte de un proceso social tendente a cuestionar las instituciones del sistema capitalista si está basado en la explotación del trabajo. Por lo tanto, es necesario y fundamental pensar alternativas a la propiedad privada. Tal vez la modalidad más apropiada para este desafío esté en la propiedad social o colectiva del medio; es decir, colectivo de trabajadores, organizaciones sociales, incluso público destinatario de los mensajes deberían ser los “dueños provisorios” del medio a la vez que responsables del patrimonio social que lo compone.

La gestión. Reivindicamos la autogestión y la democracia directa del núcleo de trabajadores del medio en conjunto con los y las compañeros/as de las organizaciones que adhieran y sostengan política y materialmente el proyecto comunicacional.

El financiamiento. Un límite claro y difícil de superar para cualquier emprendimiento comunicacional es el financiamiento, tanto para comenzar como para desarrollar los recursos para saldar los gastos operativos y las inversiones en tecnología que hacen falta para funcionar. La primera tentación es que el propio medio, a través de la venta parcial de espacios, sea la fuente de ingresos principal; de hecho los medios masivos de la burguesía obtienen sus ingresos fundamentales de la publicidad y de la venta directa de espacios para terceros. Esta política de ingresos, sin duda, condiciona los contenidos y la coherencia interna de programación. El rating pasa a ser la medida de supervivencia.

Pensamos en el trabajo voluntario y la militancia social como factor dinámico y creador de valor social. Reivindicamos el autofinanciamiento a partir del aporte genuino de quienes adhieren al proyecto, tanto personas como organizaciones sociales. Siempre que esto no condiciones en manera alguna los contenidos de la programación. No se puede aceptar aportes de patrones u organizaciones que claramente tengan objetivos a favor de la explotación de los trabajadores.

*Pensamos
en el trabajo
voluntario
y la militancia
social como factor
dinámico
y creador de valor
social*

Los contenidos. Motivo de ser de un medio, nos obliga a pensar en algún mecanismo que dé coherencia interna a un discurso compuesto por los temas, notas o programas que aborda un medio de comunicación. El terreno de los contenidos es un espacio en la búsqueda de lo popular, las necesidades organizativas y de constitución de discurso de los sectores en lucha, la búsqueda de unidad ideológica de sentidos, la apertura a la diversidad, la provocación, la crítica social, la autocrítica, la necesidad inmediata con la búsqueda y experimentación de las formas, son algunas de las tensiones a resolver. Aspectos indispensables a la hora de planificar la programación.

La participación popular. Al ser la televisión un medio unidireccional (un emisor para muchos receptores) pensamos que hay que hacer todo lo posible por generar formas de participación de los televidentes y de los sectores sociales en conflicto. La presencia física en estudios para transmisiones en vivo de los protagonistas de las luchas, como la presencia de la producción de la TV en el lugar de residencia, trabajo o desarrollo de las organizaciones, de los compañeros y compañeras, tiene que ser prioritaria. El correo electrónico, la cámara web, el teléfono y otros medios punto a punto tienen que ser aprovechados al máximo. Solamente podemos considerar como comunitaria una experiencia que incluya gran participación de los sectores sociales con los que pretendemos comunicarnos. Si no existe este intento reproducimos autoridad e inmovilización.

La adaptación y apropiación tecnológica. Si bien todavía es muy grande la dependencia proveniente de la producción mercantil de las grandes corporaciones, debería ser un tema prioritario la producción por nosotros mismos de los equipamientos necesarios. Dentro de esta política es muy importante la adaptación, resignificando los objetivos originales para las cuales fueron diseñados y fabricados, gran parte de los equipamientos, transformándolos en boomerang contra la ideología dominante.

La integración a los movimientos sociales y políticos. Para nosotros es necesario que el colectivo que lleva adelante la TV comunitaria esté integrado a los movimientos sociales y a los procesos de lucha. El ideal es formar parte de las organizaciones y contar con el acuerdo político del sostenimiento de la experiencia. El otro objetivo es que los sectores en lucha se transformen a la vez que protagonistas, en productores de sus propias realidades y mensajes, a ser emitidos por el medio.

Consideraciones estéticas. Se requiere optimizar las posibilidades expresivas con los límites de recursos con que se cuenta. Trabajar conscientemente para romper con los moldes establecidos por la cultura hegemónica, pero a la vez ser lo más claros y concretos en las ideas que se proponen en cada informe y programa emitido. De igual forma, con la calidad de sonido e imagen, que por lo menos deben equipararse con los estándares de recepción que la gente esta acostumbrada a ver y escuchar.

La formación permanente. Habría que intentar que todos los participantes se formen en lo ideológico y en la técnica audiovisual para contar sus historias. Esta formación debería ser permanente y para todos los integrantes, sea cual fuere la actividad que realizan dentro del canal. Esta es la única forma de sostener la experiencia y reproducirla en cada lugar donde grupos de compañeros y compañeras estén dispuestos a llevarla adelante.

En red. Por necesidad ideológica pero también práctica, la fundación de un canal de TV no puede concebirse sin aspirar a la multiplicación de la experiencia. Una experiencia particular se puede defender siempre y cuando generemos un gran debate sobre la necesidad y el derecho a nuestras propias palabras e imágenes, siempre y cuando sea la punta de lanza de una multiplicidad de experiencias parecidas.

6. Lo legal y lo legítimo

Aunque hoy sea ilegal, reivindicamos el derecho a ejercer la práctica comunicacional por TV como parte de la lucha emancipatoria. Ante esta situación, de hecho, la única forma de sostener la experiencia es a través de la construcción de legitimidad por parte de los mismos sectores sociales que se apropien del contenido y transformen en herramienta de lucha las emisiones de canales de TV comunitarias. Por lo tanto, consideramos indispensable lanzar emisiones de canales comunitarios, aún antes de contar con legalidad (a sabiendas de que esto es poco probable). Esta acción es indispensable tanto para constatar y construir legitimidad entre sectores y movimientos sociales, como para pelear una posible instancia de legalidad. La apertura del debate sobre el derecho que tenemos como trabajadores a nuestras propias formas de comunicación también nos parece un objetivo importante. Una lucha desigual dada la discrecionalidad con la cual el gobierno actual se maneja beneficiando a los grandes grupos económicos, por ejemplo, prorrogando por diez años las licencias de las señales a los canales de televisión de aire y las radios comerciales sin ningún tipo de concurso público o evaluación de la prestación del servicio, brindado la privatización de los mismos

Por esto pensamos que sólo se puede reivindicar nuestro derecho a ser emisores de televisión desde la propia existencia de la experiencia de canales comunitarios, no esperando que una ley nos ampare antes de empezar a transmitir

a través de un decreto de necesidad y urgencia (527/05).

Por esto pensamos que sólo se puede reivindicar nuestro derecho a ser emisores de televisión desde la propia existencia de la experiencia de canales comunitarios, no esperando que una ley nos ampare antes de empezar a transmitir. Y en esto tomamos como ejemplo la lucha de muchas de las fábricas recuperadas por sus trabajadores/as, que si hubieran esperado legalidad para romper los candados y entrar a producir todavía estarían desocupados/as, mientras hoy muchas cuentan con legislación (expropiaciones temporarias y definitivas) que no existían antes de las tomas de empresas. Legislación que fue arrancada con mucha lucha al estado.

De todas formas, el único reaseguro de permanencia en el aire de experiencias con estas características es la legitimidad que le den compañeros y compañeras organizados y movilizados en función de la defensa del canal de televisión.

7. Objetivos y metas

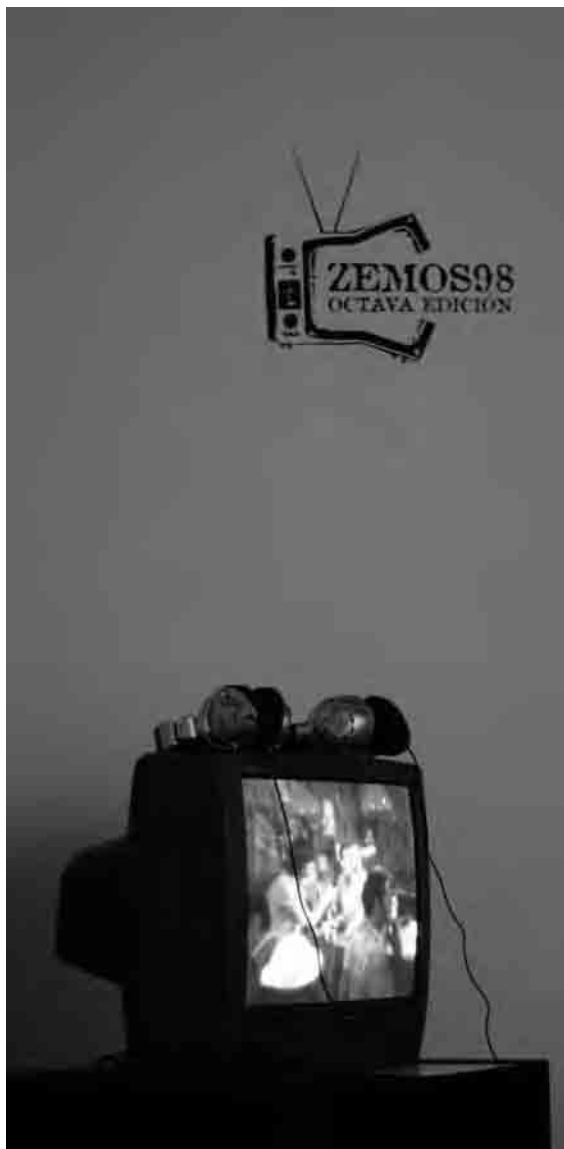
Estos nuevos medio de comunicación deberán registrar, reflejar y difundir los procesos sociales de la clase trabajadora y los sectores oprimidos. El objetivo político fundamental es que la audiencia, compuesta por muchos de los protagonistas de luchas y resistencias (activos y aún potenciales) se apropien del medio y lo usen como herramienta. Si se logra esta práctica, el mismo medio puede pasar a ser un protagonista mas, convocando a las acciones directas, generando ámbitos de encuentro, vínculo y debate, resultando un polo crítico de las propias prácticas de los sectores populares. El medio puede transformarse en organizador político, en arma ofensiva, en herramienta constituyente de una nueva subjetividad asociada a los intereses y expectativas de la clase trabajadora y sectores explotados y oprimidos de la sociedad.



“La televisión es una apariencia de humanización”

Conversación entre Carles Ameller y Leo Martín

Carles Ameller es profesor titular de Cine, Vídeo y Arte electrónico en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Coordinador de la Mediateca de Imagen y del Laboratorio Mèdia de la Facultad de Bellas Artes de Barcelona. En 1977 co-fundó el primer colectivo de vídeo independiente del Estado español: Video-Nou, que en 1979 se constituyó como el Servei de Vídeo Comunitari (SVC).



Leo Martín: Entonces, cuéntanos, primero empieza a hablar un poco de la experiencia de Video Nou. De qué suponía eso, el estar trabajando en ese círculo.

Carles Ameller: Bueno, Video Nou es una experiencia que si se mira desde un panorama internacional es ligeramente tardía, con respecto a cómo esto surge, este tipo de iniciativas surgen a inicios de los años setenta en Estados Unidos, Canadá, pero poco a poco van llegando ciertas informaciones aquí y se va produciendo una cierta expansión del fenómeno; en realidad a nosotros nos llega gracias a la experiencia puntual, dos experiencias puntuales de Muntadas hechas en territorio español, en Cataluña concretamente, en Cadaqués y en Barcelona mismo. Y luego a través de experiencias que ya habían sido mediatizadas en el Cono Sur de América; es decir, concretamente en Venezuela, en donde también ya habían sido transferidas estas experiencias desde el norte y nos llegaban a nosotros. Porque en ese momento quizá ellos estaban incluso, podríamos decir sin rubor, más avanzados que nosotros. En realidad, se tiene que entender que esto es porque se da a nivel de contexto una situación que política y socialmente permite que se desarrolle. Es evidente que estamos hablando de los años de la transición, del 76, 77 y 78, que son los años en que todo esto empieza a llegar realmente a España, y a Barcelona más concretamente.

LM: Pero en el sentido de la producción misma, de la comunicabilidad que buscábais, ¿cómo se producía y cómo se llegaba a los demás?

CA: Lo que ponemos en práctica es una combinación de las ideas principales que hay en estas experiencias que vienen de fuera y que básicamente consisten en lograr una comunicación, en primer lugar, de carácter independiente, en el sentido de que no pertenece a ninguna de las estructuras establecidas hasta ese momento, sea por la vía de los partidos políticos, sea por la vía de las instituciones, aunque fueran incipientes las instituciones democráticas (que se empezaban también a desarrollar en ese momento). Es decir, no pertenece al campo de la experiencia y del cine político, por ejemplo, y en cambio sí a esta otra área que se alimenta primero de todo, del background de la contracultura del momento y, por otra parte, de ideas sobre la comunicación que tendrían que ver con lo que podríamos llamar la comunicación horizontal, para distinguirla radicalmente de la comunicación organizada más verticalmente; es decir, desde los poderes propiamente dichos. Por otra parte, lo que nos proponemos es que cultura popular, vida cotidiana, se introduzcan como temas

principales también en la propia temática de la comunicación misma.

LM: ¿De dónde sacábais la pasta para producir?

CA: ¿Para producir? Pues...estábamos iniciando un camino, a lo que recurrimos es a aquellos que nos abren mínimamente la puerta; es decir, por ejemplo, pues hay una fundación que se llama Serveis de Cultura Popular, que todavía creo que existe, que en ese momento se dedicaba un poco a estudios sociológicos de alguna manera. Era un brazo, en realidad, de la Fundación Bofill, que todavía existe. Y ellos, por ejemplo, fueron uno de los primeros en darnos un mínimo de financiación para lo que acababan siendo los proyectos pilotos, de esa etapa, en torno a los años 77 y 78. Concretamente, el proyecto de Can Serra se hace en esas condiciones y el programa de Ateneus también, aunque queda cortado muy rápidamente.

LM: O sea, usábais un poco la estructura económica en esa...

CA: Sí, realmente precario...

LM:...esa solicitud de ayudas que muchas veces no llegaban

CA: ...ayudas de este tipo, sobre todo soportes a nivel de una cierta apertura por parte concretamente del Instituto del Teatro, que nos dejaban sus locales, por ejemplo, porque confiaba en nuestro proyecto, de hecho algunos habíamos salido de ahí, en cuanto a coincidencia en una etapa de formación, y eso también facilitaba todo un poco. Luego la cosa ya más adelante sí que adquirió, con el proyecto y desarrollo de Video Comunitari, otra dimensión, puesto que se consiguió un convenio con el Ayuntamiento de Barcelona. Entonces eso sí que financiaba una parte de la actividad, la más social, digamos.

LM: Supongo, con el acuerdo con el ayuntamiento, ¿se ve también formalizado en equipo, es decir, os dotáis de una tecnología más avanzada?

CA: Sí, también avanzamos en ese terreno. Eso sería inevitable en el caso que estamos aquí tratando, siempre estás pendiente de una tecnología que no acaba de evolucionar. Empezamos con formatos que eran los que había en ese momento, que era la cinta abierta de media pulgada, luego entre el U-matic y el VHS, que empezaba a circular, pues también nos adaptamos a esos formatos y, lógicamente, eso siempre significaba una parte de inversión, en recursos de este tipo, pero al mismo tiempo también mi-

Lo que nos proponemos es que cultura popular, vida cotidiana, se introduzcan como temas principales también en la propia temática de la comunicación misma

rábamos establecer acuerdos con otros centros, por ejemplo del sur de Francia, para determinadas producciones. Es decir, ellos llevaban más avances, tenían más recursos, es la época en la que se hablaba de los centros de recursos. En Francia, especialmente, se creaban los centros de recursos, que se centralizaban un poco y regionalmente daban servicios, algunos más que otros, a ese tipo de actividades más vinculadas con la sociedad.

LM: Lo digo porque, por un lado, hemos empezado a tratar ya el asunto de la producción. Tanto de contenidos como la producción económica, es decir, los recursos que se necesitan para producir en esa época determinada. Por otro lado, nos damos cuenta de que una de las cosas que comienzan a parecer relevantes es la transformación tecnológica, es decir, los recursos entendidos en relaciones a transformación tecnológica, el equipo necesario en cada una de las épocas. Yo creo que eso nos va a abrir una línea después de ver cómo todo eso se ha ido transformando. Y, por otro lado, ahora se abre el asunto de la distribución; es decir, una vez que se produce el material, con todos los problemas de la época tanto tecnológicos como económicos, ¿cómo se distribuye?

CA: El tema de la distribución tiene dos niveles: primero, las producciones que hacíamos más relacionadas con lo que nosotros llamábamos intervención-vídeo, con las que realmente innovábamos en términos de comunicación dentro de una comunidad determinada, con un proyecto concreto, en donde la comunicación se tenía que producir sobre todo ahí, en el propio contexto, y procurar que la producción y la recepción estuvieran en una circularidad, en contacto plenamente, ahí el problema de la producción no existe propiamente, porque se tiene que producir de esta manera para que sea eficaz y completa. Luego, eso provocaba que evidentemente, más allá del contexto en el que eso se había producido, pudiera aspirar a que parte de todos esos contenidos sí que eran extrapolables a otras situaciones de carácter similar y, por tanto, esos documentos los conservábamos con esa intención de darles una posible difusión en contextos concretos, pero diferenciados. Éste es un aspecto del asunto, pero estamos hablando de un tipo de experiencias que no sólo eran estas, sino que también había documentales, trabajos cercanos a las experiencias artísticas de la contracultura, etc. que se convertían al final en documentos o trabajos que lo ideal era que circularan. Entonces, para ello, siempre creamos una base documental en el Servei de Vídeo Comunitari, editamos un catálogo y procuramos que eso circulara en algunas ocasiones. Lo hacíamos a través de las convocatorias, muestras, festivales que pudiera haber y, al mismo tiempo, procurábamos llegar a acuerdos de distribución

con otros centros de características similares al nuestro, como por ejemplo Video In de Canadá, en el que algunos de nuestros trabajos los tenían ellos en su depósito y nosotros teníamos algunos de los suyos. Aparte de dar información de que eso existía y venir a nuestros locales a visionarlo (porque en ese tiempo no había tanta infraestructura - el vídeo doméstico justo empezaba, empezó en el 82 a efectos sociales en España -), pues tenías que organizar la difusión, no existía el concepto de distribución. El concepto de distribución apareció como una necesidad más importante a partir del 84 en España. En esa época lo que nos identificaba muchas veces era que nosotros éramos los que producíamos (como Dziga Vertov, que producía en su camión con su laboratorio y al mismo tiempo tenía las pantallas, el proyector...), pues nosotros con el televisor, el magnetoscopio de cinta abierta montábamos la paradita donde fuera y exhibíamos el trabajo que se estaba haciendo, fuera en una fase de su proceso de producción o fuera porque estaba en las etapas finales. Por tanto, había más problema de difusión, que de distribución. No llegamos a entrar en una etapa de distribución con material de Video Comunitari. Nosotros terminamos la experiencia en el 83.

LM: Todo esto nos abre una puerta a que efectivamente ahí es cuando España empieza a distribuir producciones videográficas, en los años 1984, 1985...

CA: También aumenta el videoarte, videocreación y, por tanto, se podría decir que es algo no industrial, no televisivo, pero nuestra experiencia fue muriendo y no tuvo continuidad por parte de otros grupos. Lo que provocó en realidad que apareciera la necesidad de distribuidoras para ese otro tipo de producto fueron las producciones más vinculadas a la videocreación.

LM: Quizá en ese sentido, toda la producción videográfica en relación a lo que después se llamaría "activismo" dentro del vídeo, es cierto que hay una cancelación en España en esos años. No se llega a desarrollar, ¿verdad?

CA: Se crearon 3 iniciativas de distribución. En esos años: Madrid tuvo 2 iniciativas y en Barcelona hubo otra y ninguna prosperó. Fueron mal planteadas, fueron voluntarias, pero no consiguieron el apoyo necesario y no se pudieron sostener mucho tiempo. Luego hubo un gran vacío, no quedó nada, excepto el espacio que fueron ocupando determinadas instituciones...

LM: Eso suponía pérdida de autonomía, de independencia, ...

CA: ...determinadas instituciones, por un lado el Museo y Centro de Arte Reina Sofía (en 1987 empieza la vocación) y luego La Caixa, por unas iniciativas a finales de los 80. Pero no es lo mismo: no son distribuidoras ni productoras independientes, compran material y los difunden.

LM: Hablábamos antes de esos límites tecnológicos a los que os tenéis que enfrentar, porque no podemos hablar de la tecnología escindida de otros procederes. Los límites tecnológicos que ofrecía el vídeo creo que es un factor clave para entender la cancelación del desarrollo del vídeo de aspecto más social (ese vídeo móvil que va a los eventos, graba, nos documenta, muestra otra visión...).

CA: Introduzcamos un elemento para entendernos mejor: el concepto de televisión. Vídeo y televisión siempre han estado hermanados y, a veces, han querido separarse más por decisión estratégica y política que por otra cosa. Quien producía vídeo siempre tenía la esperanza de realizar televisión o de ocupar un lugar en la misma, incluso eso era como un lugar de experimentación para nuevos formatos posibles, había com una utopía para conseguir ocupar algún espacio televisivo con ese tipo de producciones. Eso dura hasta mediados de los 90, hasta que se reconoce que en todo caso se accederá a lo que se entiende por televisión institucionalizada; luego con las privadas pasa igual, eso no genera espacios para satisfacer esas necesidades ni esa demanda. En cambio, Vídeo Nou participó en paralelo en los inicios de los que sería la televisión local (inicios en el 82), no regulada, con condicionantes parecidos, tiene otros retos generales delante suyo, que no son los que nosotros dábamos como centrales: intenta jugar con el espacio de comunicación de una pequeña comunidad, pero las dependencias de las fuerzas internas que se ponen en juego, políticas, instituciones del ayuntamiento, hacen que en seguida derive hacia otras cuestiones. Además, el hecho mismo de que programar el tiempo implica también otro tipo de prioridades marcaba la diferencia.

Pero dentro de la lógica de ese proceso de comunicación del que hablaba antes había un elemento: lo que generamos también era un proceso de educación y formación. El uso de los códigos audiovisuales no era tanto que los cuestionásemos, sino que los trabajábamos y creábamos cursillos con algunos de los participantes que en ese contexto habían mostrado cierto interés por esa teconología, era un aspecto más de intervención.

LM: ¿Cómo se trasladan esas prácticas a nuestros días? Creo que no se van a dar tanto en el espacio físico (pero es necesario que se sigan dando), sino en un espacio público virtual (internet). Por ello en los 60 y 70 las prácticas se ven canceladas y/o ralentizadas y en los 80 hay un avance (vídeo autónomo, independiente, familiarizado con la historia del arte y la conceptualización, referente a la artisticidad...) ¿Cuáles son las claves que se dan en ese vídeo más relacionado con lo social y sus fases? En una primera fase hay un primer intento por relacionar esa nueva tecnología, que dotaba a la población civil el poder de hablar de lo que le rodea, sin tener sólo una visión que era la que ofrecía el estado y/o las empresas privadas. En una segunda fase, en la década de los 80 y parte de los 90, tiene lugar la cancelación del proyecto como tal, descubriendo sus límites (a raíz de los problemas de la capacidad tecnológica de distribución y producción con agilidad, etc.). Y una tercera fase a partir del desarrollo tecnológico (internet, cámaras, vídeo), donde los límites desaparecen y aparece una nueva posibilidad de relanzar los proyectos.

CA: En ese tiempo somos hijos de una determinada escasez de medios, aunque están ya en fase de crecimiento (en Japón hay una apuesta de supervivencia económica. No son los Estados Unidos quienes lo impulsan). Es extensible, desde un punto de vista comercial, empresarial y social. Va adquiriendo unas dimensiones mayores hasta llegar a los 90, donde ya los medios de producción son cada vez más asequibles. Eso, junto a internet, cambia el panorama radicalmente.

LM: Eso antes se daba sin internet, pero los que tenían acceso a eso era una pequeña élite que a principios de los 90 se empieza a derrumbar, porque aún internet no ofrece posibilidades videográficas. Es reciente la web 2.0. que posibilita imágenes a tiempo real. Ahora sí se abren posibilidades que enlazan conceptualmente y poner en práctica postulados de los 60, definen esa ilusión con la que comienza esa “revolución videográfica”. Las bases políticas de lo social se dan con internet hoy.

CA: Pero lo da sobre todo la cantidad, en el sentido revolucionario de la cantidad que Mao podía expresar (cantidad igual a calidad)...o no...porque también hay una perversión...

El arte parte de la humanización, la televisión es una apariencia de humanización, solo quieren manejar los sentimientos de la audiencia, hacerlos cercanos desde el espectáculo.

LM: Hoy, con fenómenos como youtube (macroserveridor de imágenes del mundo), pensar que miles de personas se intercambian vídeos, y no se conocen. Además vídeos que proceden de lugares distintos (televisión, vídeos personales...).

CA: Lo que funciona realmente es el impulso de la comunicación/necesidad y uso de la comunicación en términos intersubjetivos (afecto y relación, compartir) y, por otra parte, es imprescindible que se puedan generar espacios en donde dentro de la gran malla de acontecimientos de todo tipo sean direccionadas y focalizadas sus vinculaciones por otros motivos... porque pertenecen a grupos, por afinidad cultural...hay un espacio para esa comunidad colectiva y comunitaria.

LM: Entra en juego el concepto de la ecología mediática. Ante la amalgama de impulsos videográficos, ¿cómo desarrollamos comunitariamente un dispositivo ecológico, de distinción? Todos los intentos que se dan de definir, instaurar, privilegiar unos contenidos frente a otros, socialmente no se aceptan bien. Cuando una multitud en abstracto comienza a relacionarse con los contenidos es cuando el fenómeno ecológico se da.

CA: Fenómeno comunicación de masas, sentido vertical por repetición (agencias de noticias: repetición de un mismo mensaje, como en los años 60)

LM: Dos formas de reproducir una noticia: la no crítica y la crítica ante la información de un monocal (contrainformación hasta los 80, comienza ya a no funcionar). Hoy es el peor momento histórico en el que podemos hablar de otro campo de elaboración-producción de información, es un campo no tan rígido, sino más horizontal.

CA: Una de las fantasías que nosotros teníamos en el movimiento de los 60 y 70 era que proyectábamos que en el fondo si nosotros éramos sensibles a esas cosas todo el mundo lo era: eso es una falsedad. No todo el mundo es o se siente en el lugar del productor (en sentido genérico: creador). Sino que hay que quien por la lógica de cómo está todo distribuido se ve sólo como receptor, como consumidor. Creen que no tienen esa necesidad ni ningún sentido político.

LM: Creo que esa distinción entre productor y receptor, el desarrollo tecnológico y la imposición mercantil de una tecnología concreta en unas sociedades determinadas modifica esa relación. Benjamin cuando hablaba de la reproductividad técnica no imaginó que estaría impulsada por el capitalismo. Los terrenos de consumo actuales impulsan a la producción (tecnología punta con técnica insertada: móviles con cámaras...).

CA: La propia tecnología pretende evidenciar y materializar todos los actos de comunicación (dejan rastro), pero muy en lo básico (antes las cartas, ahora el mail queda en la memoria).

LM: Cada vez la gente tiene más esa herramienta para mostrar-reproducir lo que quiera. Pero, ¿cual es nuestro papel?

CA: Lo que parece difícil aceptar, desde un punto de vista de emancipación política, es que haya algún ente o persona que regule qué es lo importante y qué no lo es (vicio del modelo anterior, etapa anterior). Hay que evitar eso. Tenemos que enfrentarnos al ruido, ahora hay mucho más, pero al mismo tiempo hay un problema en la medida en que no parece nada correcto que haya determinados individuos que digan qué es lo importante. Debería haber una autorregulación, funionaría pues por afinidades (principalmente de carácter estético y ético).

LM: Pero en este sentido la televisión como sistema de distribución de información a un imaginario se enfrenta a un límite (no produce interacción) y es por eso por lo que cada vez nos enfrentamos a unos cambios estéticos y de contenidos muy grandes (TV de los 50 versus TV actual). La televisión intenta ampliar su terreno acercándose a lo real (a los más bajos instintos). Como espectador toleramos mucho menos, ya que tenemos cancelada la interacción con ese medio y nos estamos empezando a costumbrar a tenerla en otros (internet, por ejemplo). Eso lo vivimos como un límite. Ante una prematura muerte, la televisión apuesta por volcar su producción en un terreno semiótico relacionado con las realidades más directas (la ficcionalidad, ya que no podemos interactuar con ella, la toleramos menos). Esa ampliación está siendo muy peligrosa (en terrenos poco explorados, las desgracias, la intimididad...)

CA: La intimididad precisamente también ha sido un campo muy explorado desde el terreno artístico, pero no lo ha convertido en un fenómeno de espectáculo.

LM: Cuando se producía antes en el arte no lo entendíamos como una acción de mal gusto y hoy sí. ¿Es que ha habido cambios en los contenidos?

CA: Cambian los enfoques, son identificables en cuanto a territorio pero no en cuanto a formato. No tienen nada que ver. El arte parte de la humanización, la televisión es una apariencia de humanización, solo quieren manejar los sentimientos de la audiencia, hacerlos cercanos desde el espectáculo.

LM: Si derramamos una lágrima hoy es por algo que está pasando ante nuestros ojos, mientras que antes era ante una interpretación, algo falso (Gran Hermano, OT) y ahí ocurre una apariencia de interacción (identificación). Antes no se veía. Eso demuestra una crisis de ese sistema, un avance violento en respuesta a la competitividad que aparecen en otros terrenos de producción e información. La ampliación ante la amenaza que supone internet para la televisión y, por otro lado, la actuación de la televisión en internet. De nuevo los poderes establecidos estatales y empresariales (estos últimos abundan más en la actualidad) están haciendo lo suyo, pero tienen una complicación que nunca existió en la televisión, cuando se estableció como sistema de comunicación en el mundo. Algunos creyeron que todos debían participar, pero nunca supuso un problema.

CA: Lo que podíamos aportar en aquel tiempo desde la comunicación más alternativa o artística era un grado de subjetividad mayor que permitía acercarse a la realidad de otra forma y si eso tenía lugar en la televisión se podría vislumbrar eso y hacerlo comparable con esa otra comunicación que dominaba este medio en todas partes. Las televisiones locales y por cable lo permitieron más, pero por dificultades políticas o técnicas no se podía hacer.

LM: Siempre había un eslabón que se perdía. Tú podías fabricar tu imagen, pero al introducirla en la televisión volvías a perder el control sobre ella. Eso hoy con internet no sucede, puedes tener el control absoluto sobre tu producción.

CA: Pero en determinados contextos, en internet en general y en determinadas experiencias de televisión en concreto, pero ya no estamos hablando de la macrotelevisión, de la televisión que impera.

LM: Pero al menos tiene lugar, antes no existía o eran experiencias puntuales, anecdóticas.

CA: Los continuadores de Video Nou mantuvieron la misma línea y llevaron a cabo la televisión esporádica. Ya existían los emisores fabricados a pequeña escala y se podían comprar en España o Italia y emitir en un radio corto (esto es sobre 1985/1986). Fomentaron ese tipo de experiencia durante esos años y ha acabado siendo telestreets (aunque esto último tiene un carácter marcado más político). Eso no se puede entender sin que en Italia las televisiones públicas y privadas estuvieran bajo el mando de una misma persona: esto hace que se busquen todos los recursos para responder ante ello. Además los que lo llevan a cabo piensan que ese papel les corresponde y se autoidentifican como productores y como agente políticos. También quieren que el acto se expanda y su postura tome fuerza como conciencia ciudadana.

LM: Esta relación competitiva en términos sociales tiene un momento clave: el 11-M y el 13-M: eso debe ser la posmodernidad, antes sólo gritaban cuatro. El pueblo contra la manipulación mediática (creada por unos intereses, esta vez estatales). La gente tiene más recursos que la televisión (mails, blogs, webs), así van conformando una verdad ante un acontecimiento mucho mayor que la que nos da el estado.

CA: Lo más avergonzante era la situación crítica en la que estaba el gobierno en ese momento.

LM: Aunque hoy estamos ante unos cuerpos sociales que cada vez permiten menos esa manipulación, hay que ser optimistas.

CA: Es un gesto de un sentimiento, no articulado, sin continuidad, pero al mismo tiempo con todos los riesgos que lo implican, tomarlo por la vía negativa (pasar por móviles e internet por ejemplo actos violentos).

LM: Hay que insistir en la búsqueda de la ecología...

CA: Qué límites hay en la propia autorregulación, yo no lo sé, pero hoy por hoy hay cierta sensación de desbordamiento. Pero esto, debemos aplicarlo más a la lucha diaria, no sólo en momentos concretos y trascendentes.

En el futuro o ahora en nuestro presente, una madre se sentará a ver la televisión y su hijo estará en su habitación jugando a videojuegos que comparte con un chico japonés y chateando con unos colegas

LM: Otro ejemplo: las sentadas. Son citas anónimas (vía e-mail). Algo causado por el mismo mecanismo fue el macrobotellón (vía e-mail). La televisión oficial definió ese acontecimiento a priori bajo una connotación determinada (violencia, disturbios). Ahí se volvió a entablar una lucha que llevó a unas respuestas determinadas (respuestas diferentes por parte del poder). Con las sentadas existe ese contagio vírico, se produce el acontecimiento, pero la televisión no dice nada, para no potenciarlo (puede ser algo mucho más importante y preferen silenciarlo). En el medio oficial aparece de manera anecdótica, cuando en realidad mediante internet la gente está “enganchada” a esta red de protesta de la vivienda. Esto lo permite la interacción de la tecnología que está en sus vidas cotidianas y esto es imparable por el estado. Lo que define nuestros días es la competencia social de cómo producir acontecimientos. A partir del 13-M las nuevas expresiones sociales vienen por ahí, la televisión está asustada y utiliza tácticas de enganches (morbosidad, mandar sms a los programas...)

CA: La televisión sigue viviendo y alimentándose de una audiencia pasiva porque fue productora de una audiencia pasiva, pero cada vez las generaciones aceptan menos esta actitud. Hay quien ya casi no ve la televisión, porque cada vez le atrae menos.

LM: Ahí podríamos hablar de los modos de vida: la televisión está en nuestro imaginario, nuestros recuados, podemos asociarlo a la hora de hablar con alguien de nuestra generación, etc. En el futuro o ahora en nuestro presente, una madre se sentará a ver la televisión y su hijo estará en su habitación jugando a videojuegos que comparte con un chico japonés y chateando con unos colegas. Está expuesto a impulsos que su madre nunca conocerá, a imaginarios a los que su madre nunca accederá y que otro chico de su propia edad tampoco, porque eso depende de los gustos que tengas. Ahora el niño ve una cosa, y el hermano ve otra. Esto nos libera, nos otorga diversidad, pero también nos individualiza, se abre una brecha social, comenzamos a no tener nada en común. ¿Cómo se piensa en común a partir de esto, si tenemos la misma edad y no tenemos nada que ver, porque nuestros imaginarios hayan sido diferentes? Siempre hay que pensar en común porque siempre habrá algo que nos afecte a los dos.

CA: Algunos apuntan que hay un intento después de la crisis del humanismo renacentista que hemos ido viviendo y que murió con el siglo pasado. Eso no impide que sea necesario un nuevo humanismo y, de alguna forma, lo que intenta es abordar eso: por

una parte aquello que podría ser lo común serían los elementos más básicos. Todos deberíamos hacer un esfuerzo en reconocer eso y preservaríamos ese territorio como lo común. Por otro lado, las referencias irían más allá de lo humano, el resto de los seres vivientes (animales, plantas...), porque si no se "humanizan" iríamos a un no-reconocimiento y si no reconocemos nuestra responsabilidad en ello lo anulamos, sería la autodestrucción en el fondo.

LM: La imagen está constituyéndose como un elemento hegemónico para la construcción del mundo.

CA: Pero a veces hay crisis de representación. Construir una imagen para que sea representativa es ya un problema, y una vez construida no hay unos códigos para el intercambio de reconocimiento. Por ejemplo el director de cine Kaurismaki se queja de que se ha producido una escisión entre él como productor de arte y el público. La densidad de la imagen se ha reducido, o se ha expandido, pero se ha hecho más superficial, quizás forme parte del fenómeno de la explosión de imágenes, aunque también sería distinguible. Al fin y al cabo es el problema del vínculo que siempre se puede crear entre lo que acontece y lo que lo experimenta. Si el que lo produce y su contexto están ligados, la ruptura es de forma menor. Pero en el momento en que no es así, el territorio para que se produzca la experiencia dependerá de compartir niveles de conocimientos, experiencias, ideas, sentimientos, que te permiten identificarte con eso que estás viendo. El cine lo ha hecho de una forma, la tele de otra e internet de otra. Pero si lo ves como un fenómeno que se va generalizando ves que aumenta la sensación de que hay menos capacidad de vínculo, que forma parte de ese proceso de individualización.

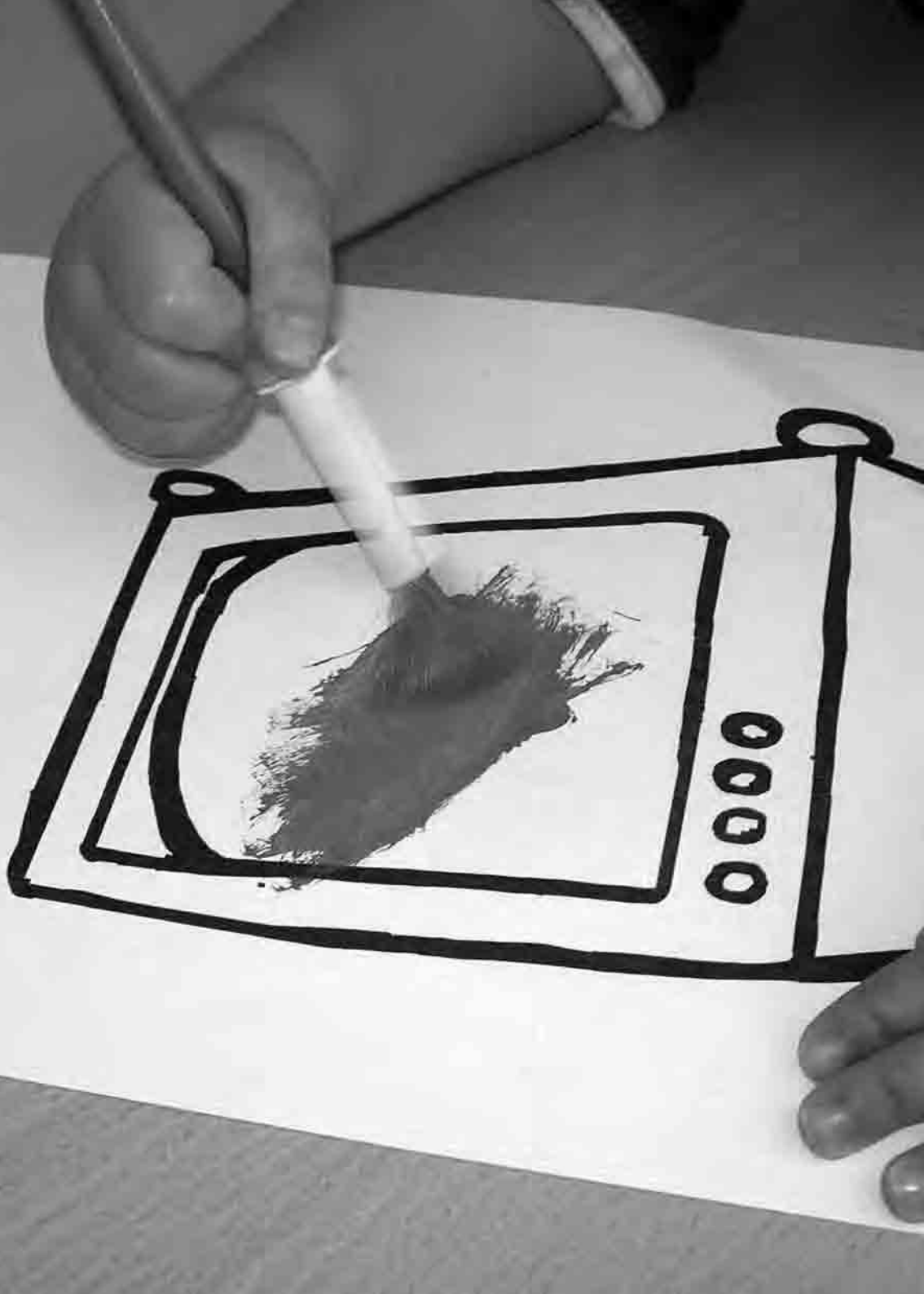
LM: ...por una parte sí, pero por otra estamos en una época en la que los vínculos están generando expresiones de las que jamás habíamos sido testigos (ejemplo: manifestaciones a nivel mundial). Estamos en un período de transiciones, de un paradigma a otro. Éste se está creando, pero se notan ya las diferencias con el anterior.

Construir una imagen para que sea representativa es ya un problema, y una vez construida no hay unos códigos para el intercambio de reconocimiento.



archivo de otras TVs





Una televisión que manipula, una televisión que educa.

Algunas notas sobre televisión e infancia

Beatriz Rodríguez Pérez

<http://igualmente.blogspot.com> | bea@zemos98.org

Técnico Superior en Educación Infantil y Diplomada en Educación Infantil por la Universidad de Sevilla. Pertenece al colectivo ZEMOS98 desde su fundación. Experiencia como educadora de primer ciclo (0 a 3 años) durante 4 años. En la actualidad es maestra para la escuela pública en el segundo ciclo (3 a 6 años).



[...]

Después de tanto y tanto trabajar
que a veces las mujeres necesitan
una poquita, una poquita, una poquita, una poquita libertad

María Isabel. Eurojunior 2004. 7 años.

Hay quien está en contra de la televisión, y sobre todo en contra de su programación, desde algunos ámbitos, y parece que desde la educación es uno de ellos, se entiende que la televisión es como un enemigo, que hay que anular, que hay que abandonar. Sin embargo, encuentro que el análisis es muy superficial, hay que pararse a analizar la televisión en profundidad, a observarla para usarla buscando los beneficios que pudiera tener.

Desde su creación hasta hoy día es indudable que la televisión ha influido en la mente, el comportamiento, en los valores, actitudes y demás ámbitos de la vida de las personas, es muy importante, desde la educación, acercarnos los estudios que se han hecho sobre estos asuntos. Debemos partir de la base de que en la actualidad, la televisión, dentro del ámbito familiar, se encuentra en una importante situación de poder que, como decimos, controla nuestro tiempo y por tanto marca nuestro ritmo de vida.

Desde que somos pequeños se produce esta inclusión de la televisión en nuestras vidas, la situación de poder que va adquiriendo con respecto a nosotros marca nuestra infancia, llegando a ser tan importante que condiciona en gran medida el desarrollo del proceso de socialización de nuestros niños y niñas.

El proceso de socialización es cultural y se inicia con el nacimiento, el bebé empieza a observar todo lo que sucede a su alrededor, tiende a imitar a los adultos para reducir su inseguridad frente al mundo exterior, adquiere los valores y formas de comportamiento del entorno en el que se mueve, hasta llegar a conformarse como "ser social" dentro de un determinado grupo con unas normas y pensamiento determinado.

Para bien o para mal, dentro de este proceso la televisión tiene un papel importantísimo, debido a que cada vez más los bebés pasan gran parte de su tiempo sentados frente al televisor y adquiriendo, por tanto: valores, comportamientos, actitudes, pensamientos, ideas del mundo que les rodea, sonidos e imágenes que inundan y alteran su forma de percibir el entorno. Estas horas que pasan los bebés y los niños y niñas en general frente al

**Cuando un niño
está frente
al televisor,
se encuentran
únicamente él
y la televisión,
normalmente
el adulto
no está a su lado**

aparato de televisión es directamente proporcional a la cada vez menos habitable ciudad, las familias temen a “los peligros de la calle” y son numerosos los padres y madres que prefieren a sus hijos en casa, consumiendo televisión.

Paulatinamente se ha ido reduciendo, lamentablemente, el tiempo que los niños/as dedican al juego (tanto individual como en grupo): base de su desarrollo y una de las principales fuente de sus conocimientos. En este sentido el pedagogo y dibujante italiano Francesco Tonucci, en su libro *La ciudad de los niños* hace referencia a que “en las últimas décadas, y de manera clamorosa en los últimos cincuenta años, la ciudad, nacida como lugar de encuentro y de intercambio, ha descubierto el valor comercial del espacio y ha trastornado todos los conceptos [...] La ciudad ya no tiene habitantes, ya no tiene personas que viven sus calles, sus espacios: el centro es un lugar para trabajar, comprar, ir a la oficina, pero no para vivir allí; la periferia es el lugar donde no se vive, sólo se duerme [...] La ciudad ha perdido su vida”.^[1] Tonucci propugna un cambio diametral en la ciudad, utilizando como parámetro al niño y afirmando que “se trata de aceptar la diversidad intrínseca del niño como garantía de todas las diversidades, ya que se supone que cuando la ciudad sea más apta para los niños será más apta para todos.”^[2]

Los niños y niñas pasan muchas horas frente a la televisión, ante lo que cabría preguntarnos **¿con quién comparten estos momentos? ¿qué tipo de programas ven? ¿tienen los programas infantiles un carácter realmente educativo?**. Intentemos responder a las preguntas.

Sobre la primera cuestión, debemos centrarnos en el concepto apuntado por el profesor Agustín García Matilla, lo que él denomina el “tercero ausente” que considero que se da en la mayoría de los hogares actuales. El “tercero ausente” es una figura generalizada en la sociedad contemporánea, se centra en el hecho de que cuando un niño está frente al televisor, se encuentran únicamente él y la televisión, normalmente el adulto no está a su lado, y quizás habría que apuntar que siempre será necesaria la presencia de los adultos para que les ayude a analizar y entender qué es lo que está viendo. Ningún padre o madre pretende que su hijo aprenda a andar sin ayuda, el aprendizaje con la televisión podría asemejarse a este desarrollo pero es algo más complejo. En el estudio^[3] dirigido por los profesores Aparici y García Matilla sobre el “tercer ausente” se plantea que “los niños perciben que sus progenitores no tienen una visión muy clara acerca de lo que se puede ver y lo que no se debe ver [...]”. Según muchos de los testimonios de los hijos, los padres no suelen guiar la ob-

servación y no suelen hacer otros comentarios que no sean 'este programa es una tontería'. Lo que sí se perciben es que, cuando los progenitores tienen interés en ver otro programa, lo expresan con claridad y derivan a los niños a un segundo televisor. Resulta excepcional y es muy poco usual que los padres 'negocien' con sus hijos qué es lo que podría interesar ver en familia."^[4]

Lo que también está claro es que son numerosas las familias que además de "guardar en exceso" a los hijos, usan la televisión como descargo de sus tareas como padres. Es habitual la situación donde para estar tranquilos después del trabajo o poder hacer sus cosas las madres y padres sientan a sus hijos frente a la televisión. Y la televisión es muy atractiva, los niños quedan normalmente cautivados y completamente retraídos ante una "realidad" que no entienden, que es cambiante, y en la que se emiten multitud de mensajes de muchos tipos, ya lo hemos dicho, de la televisión aprenden conductas, actitudes, emociones y más concretamente unas pautas de interacción social, un lenguaje determinado, unos estereotipos y unos roles sexuales, etc. ¿Nos hemos preguntado, como padres, como educadores, si estos son los aprendizajes que queremos transmitir?. En este sentido Tonucci nos invita a hacer "la prueba de observar la mirada absorta de un niño/a frente al televisor"^[5].

Centrémonos en los programas que ven los niños y niñas, existe un dato generalizado que nos dice que los espacios televisivos más vistos y deberíamos entender que mejor valorados por la audiencia infantil van dirigidos a adultos; de ahí surgen medidas que veremos un poco más adelante desde diferentes ámbitos para crear horarios restringidos o las propias advertencias antes de cada programa sobre los límites de edad.

Si analizamos los datos de audiencia ^[6] de la primera semana de mayo de 2006 en Andalucía, los programas más vistos por los niños son: *Pelopicopata* de Antena 3, *Arrayán* de Canal Sur, *Los Simpsons* de Antena 3, *Mirmo* de Canal 2 Andalucía y *Los hombres de Paco* de Antena 3. Sólo dos de ellos son programas de los etiquetados como "infantiles" o más bien "realizados para los niños y las niñas"; estos son *Pelopicopata* y *Mirmo*. Además, es significativo ver cómo uno de los programas más vistos en esa semana por las mujeres y los hombres es igualmente la telenovela *Arrayán*; y que *Los Hombres de Paco* es la serie más vista también entre las mujeres y los jóvenes; y que, finalmente, *Los Simpsons* son los dibujos más vistos también entre los jóvenes. ¿Por qué tres de los cinco programas más vistos por los niños no pertenecen a "su ámbito"?.

Todos forman parte de una sociedad que se ha olvidado o no quiere enterarse de que la televisión es educativa

Los padres y los maestros nos hemos preguntado, ¿por qué ven los niños estos programas no destinados a ellos?, ¿qué lleva a un niño a ver una telenovela como *Arrayán*?, ¿somos conscientes de esta situación?. Sin entrar a valorar positiva o negativamente una telenovela de producción andaluza, que repite los roles que desde otras instituciones, como la educativa, se quieren eliminar (sobre todo en cuanto a roles de género, diversidad, comportamientos...), está claro que los niños se empapan de esos “héroes” y “antihéroes” basados en dichos estereotipos. Es como la canción que hizo furor en el año 2004. Una niña, María Isabel, de apenas 7 años, cantando “Antes muerta que sencilla”, canción machista donde las haya, y todo un éxito gracias a la televisión.

Los máximos responsables son la familia, la escuela y los propios medios de comunicación, todos forman parte de una sociedad que se ha olvidado o no quiere enterarse de que la televisión es educativa, el salto importante es usarla de manera didáctica, porque es un agente muy importante en la socialización cultural de nuestros niños y niñas. En el ámbito que me toca más cerca nos encontramos a una escuela que no trabaja y no contempla dentro de su currículo la manipulación, el conocimiento y el acercamiento sin prejuicios a las nuevas tecnologías y a la televisión. Muchas de las prácticas educativas relacionadas con la televisión quedan postergadas a la búsqueda de momentos de descanso. La televisión genera pasividad, debemos luchar activamente contra esto. Es mucho el trabajo que hay que hacer para aprender a ver y para aprender a analizar la televisión, debería ser un tema transversal en la educación infantil, en la etapa en la que los niños están más atentos y recogen más informaciones de todo tipo.

Si no pensamos que la alfabetización debe ser también audiovisual, seguiremos estando en una escuela anquilosada. Porque puede que en un primer término sea complicado analizar la influencia de la televisión en nuestros niños, pero poco a poco, la televisión va generando en ellos una imagen propia de lo que en el futuro se espera de ellos, que puede no corresponder con el modelo de ciudadanos y personas que deberíamos construir.

Hay intentos de alfabetización audiovisual en la escuela que han obtenido excelentes resultados, pero aún hoy la administración pública los considera propios del ámbito de la innovación educativa y desde mi humilde experiencia pienso que debería plantearse a nivel curricular. Tan importantes son materias como las matemáticas o la lengua, en las que se aprende a contar y hacer cuentas, en las que se aprende a leer y a escribir, como sería la alfabetización audiovisual, en la que nuestros niños, de manera progresiva, aprendiesen a ver la televisión y a hacer la televisión,

a manipular el lenguaje audiovisual, a conocer los medios con la intención, sobre todo, de paliar en la medida de lo posible los efectos que se producen.

En este sentido, y por citar alguno de los grupos más activos ^[7], existe el *Proyecto Grimm* creado por un grupo de profesores y profesoras interesados en utilizar creativamente la tecnología en las aulas, que se está desarrollando en diferentes colegios de España. *GrimmTV*, es una experiencia concreta del uso y la creación de vídeo en el aula y su aplicación en internet que nace a propuesta del *Laboratori de Mitjans Interactius* y del grupo *Acme de la Institució Montserrat* en julio de 1999. Para hacer referencia a una experiencia concreta, en el CEIP Fuente Nueva que se encuentra en San Pedro de Alcántara en Málaga se lleva a cabo dentro de sus aulas la utilización e investigación de los nuevos medios audiovisuales, las nuevas tecnologías de red y, por supuesto, el uso de la televisión como un medio más dentro del proceso de educar a sus alumnos/as para la sociedad actual.^[8]

Toda cadena de televisión se debe a su origen de servicio público, las que son privadas deben cumplir requisitos generales, entre los que están el hecho educativo, las televisiones públicas debieran ser los ejemplos de una televisión más didáctica. Porque un análisis sobre la programación infantil propiamente dicha y la publicidad, que invade toda la programación televisiva, sigue apostando por un tratamiento sexista en muchos aspectos relacionados con el juego y los juguetes. Es prácticamente incuestionable que la presencia de personajes femeninos y masculinos en la mayor parte de series infantiles es bastante desigual. Tenemos que volver a María Isabel porque recuerda que las mujeres “a veces” necesitamos “una poquita” de libertad.

Normalmente, y con el riesgo de generalizar un poco, las series de televisión tienen como personaje principal a un niño: valiente, inteligente y heroico; y como personaje secundario a una niña que cumple normalmente un rol no protagonista. Los personajes masculinos son el centro de la acción, son los responsables de los éxitos y los que salvan en numerosas ocasiones a la niña que se había metido en líos. Un simple análisis nos lleva a ver cómo estos programas fomentan estereotipos femeninos y masculinos que nada tendrían que ver con la sociedad que tenemos que construir, deberíamos fomentar una sociedad igualitaria donde tanto las niñas como los niños tienen las mismas posibilidades para llegar a ser quienes quieran, donde desaparecen los juegos y juguetes sexistas, donde se pretende una educación en igualdad de sexos. En este sentido, me parece clave la figura de la mujer como objeto sexual, también en programas infantiles que están

en el horario que los niños pueden “asumir sin riesgos”, la figura paradigmática podría ser Natalia, también ex-concursante de un programa como *OT*, presentadora de *Megatrix* en Antena 3.

Pero no hay que ser alarmistas, desde los estamentos sociales, algo se ha trabajado. Los valores en los contenidos de la programación infantil como son propugnar la igualdad en todas sus acepciones, educar en el respeto a la persona y los grupos sociales, fomentar y facilitar la convivencia, potenciar la no discriminación, estimular la tolerancia, apoyar la integración y por supuesto promover la no violencia están presentes en un **Código de Autorregulación** sobre contenidos televisivos e infancia. Ahora cabría preguntarse en qué medida está cumpliéndose dicho código.

El código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia está firmado por Televisión Española, Antena 3, Telecinco y Cuatro, se firmó en el año 2004 y tiene un sitio web (www.tv-infancia.es) donde se recogen sus documentos e informaciones más importantes. El código establece unas franjas horarias de protección reforzada para la infancia que abarca de lunes a viernes de ocho a nueve de la mañana y de cinco a ocho de la tarde y durante los sábados y domingos se establece desde las nueve de la mañana hasta las doce del mediodía.^[9]

El Código de Autorregulación me hace preguntarme muchas cosas ¿es la autorregulación una medida real?, ¿por qué las televisiones autonómicas no han firmado dicho código?, ¿y las televisiones locales?, ¿se ha dado la publicidad suficiente al mismo?.

Desde la educación deberíamos conocer estas medidas, transmitir las a nuestros niños y niñas y a nuestros padres y madres y, al menos, empezar a generar un debate sobre el asunto. El propio código establece la posibilidad de la reclamación, podría ser una tarea interesante para trabajar en las Escuelas de Padres y Madres. Yo seguiré apostando por las recomendaciones que hace un par de años elaboré para trabajar con los padres y madres de mi aula de niños y niñas de 1 año de edad^[10]. No hablo sólo de televisión. Desde la dirección del centro privado en el que trabajaba no se vio conveniente iniciar estos temas con los padres y madres. Hoy día, estas recomendaciones personales, me siguen pareciendo válidas y necesarias:

La televisión y nuestros niños y niñas

La televisión, aunque no lo parezca, es educativa, es decir, inculca a nuestros hijos unos valores, unas normas, y una visión del mundo con conceptos de lo que está bien o mal. Estemos de acuerdo o no con esa visión del mundo. De cómo influya ésta, dependerá del papel que como padres y madres tomemos con respecto a la televisión.

Los resultados de "aprendizaje significativo" (frente a la televisión u otro medio audiovisual) se consiguen cuando hay interacción entre el miembro (adulto) de la familia que ve la tele y el niño o niña.

No sentar a los niños/as solos y pasivamente delante de la televisión como si esta fuera una "niñera electrónica", debemos estar con ellos hablando, comentando y preguntando sobre lo que se está viendo.

Se ha estudiado que cuando un niño/a cumple 15 años, ha visto televisión durante un tiempo equivalente a 17 meses. Es decir, ha dedicado un año y medio de su vida a ver la tele.

Los niños pequeños no distinguen entre programación y anuncios hasta los 4 ó 5 años aproximadamente, la televisión simplemente es un todo que les llama la atención.

Los niños pequeños se distraen y entusiasman mucho más viendo los anuncios por su colorido, sonido, cambio de imágenes, es decir, por su mayor atractivo que por los programas infantiles o por la programación en general.

Es en estas edades, a partir de los 2 y 3 años es cuando podemos moldear el gusto por diferentes contenidos, estilos y estéticas de la imagen. Se empieza en estas edades, pero ya no se acaba. Este dato lo conocen bien los anunciantes.

Podemos hacer que nuestros hijos/as vean y se fascinen por el cine mudo, el cine en blanco y negro, programas culturales.... es decir, podemos hacer a nuestros hijos críticos frente al bombardeo de anuncios y a la televisión de masas no pensante predominante en la actualidad.

También podemos educarles auditivamente. Lo haremos escuchando con ellos diferentes tipos de música: oriental, clásica, tranquilizadora o sonidos de la naturaleza, oír cuentos por radio, etc. Muchos de nosotros, adultos ahora, pensamos ¿por qué no

Las películas infantiles de Walt Disney (por citar alguna) son el McDonald's del cine infantil, no son perfectas, están llenas de tópicos anticuados y fomentan el consumismo irracional

me gustará la música clásica? Y os pregunto: ¿recordáis haberla oído a menudo en vuestra casa?. Nos suele gustar aquello que no enseñan desde pequeños.

Las películas infantiles de Walt Disney (por citar alguna) son el McDonald's del cine infantil, no son perfectas, están llenas de tópicos anticuados y fomentan el consumismo irracional. Hay que pensar junto al niño qué está viendo, qué nos quiere decir, qué ideales posee y qué grado de moralidad tiene. En la variedad está el fomentar y desarrollar la imaginación de nuestros niños y niñas. Por eso os recomiendo que busquéis otro tipo de películas y no abuséis de las citadas.

Sentarse con nuestros niños a ver la tele y hablarles es muy difícil después de un día de trabajo, pero es nuestra responsabilidad como padres y madres. Educarles es conseguir que piensen por sí mismos y sean capaces de decidir de forma coherente con sus ideas. La televisión puede ser muy positiva si la usamos como medio de educación y no como fin".

Notas

[1] TONUCCI, Francesco. "La ciudad de los niños". Madrid. Editado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pág 22-23.

[2] TONUCCI, Francesco. "La ciudad de los niños". Madrid. Editado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pág 34.

[3] APARICI, R. y GARCÍA MATILLA A. (Directores), CALLEJO, J., GUTIÉRREZ, A., MATILLA, L., MARTÍNEZ, L. M. y MONSIVAIS, R.I. (Investigadores). "Televisión, Currículum y Familia" Madrid, MEC, 1995

[4] GARCÍA MATILLA, Agustín. "Una televisión para la educación. La utopía posible". Barcelona. Editorial gedisa. 2003. pág. 183.

[5] TONUCCI, Francesco. "La ciudad de los niños". Madrid. Editado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pág 42.

[6] Boletín de la Sociedad de la Información. Andaluciacomunicación.com. 2006. nº 224, página 5. Andalucía. Sofres AM.

[7] Proyecto Grimm. Barcelona, 1998. Enlaces de interés:

<http://proyectogrimm.net>. Es un proyecto que surge de un grupo de profesoras y profesores que hace tiempo decidieron averiguar qué pasa cuando metes un ordenador en clase.

<http://www.grimmtv.com/>. Sitio web del Proyecto Grimm dedicado al vídeo en la escuela.

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/fuentenueva> HYPERLINK "<http://www.grimmtv.com/>". Página web del CEIP Fuente Nueva, que trabaja dentro del proyecto Grimm en San Pedro de Alcántara, Málaga.

[8] Recomiendo también la visita a la web de la Asociación de Educomunicadores AIRE Comunicación HYPERLINK "<http://www.airecomun.org/>" www.airecomun.org. En especial es interesante el trabajo que se presentó en OPEN ZEMOS98 en marzo de 2007, en la sede del festival, "Los niños inventan historias sobre sus derechos".

[9] También el Código de Autorregulación establece como medida adicional, una vez más en el ámbito de lo accesorio, la Alfabetización Mediática como responsabilidad de las propias televisiones. ¿Dónde está ese apoyo a la alfabetización desde las televisiones?

[10] Publicado originalmente en el blog colectivo del Laboratorio de Nuevas Tecnologías y Medios Narrativos del colectivo ZEMOS98 : HYPERLINK "<http://www.narrativemedia.org/>" www.narrativemedia.org

Otra Bibliografía de interés

* FERRÉS, Joan. Artículo: "La construcción de los valores en la televisión". Revista Signos, nº21. 1997.

* JIMÉNEZ, Pedro. "¿Deberíamos construir un nuevo paradigma para la educación en medios?". Creación e Inteligencia Colectiva, Asociación Cultural comenzemos empezemos, Universidad Internacional de Andalucía e Instituto Andaluz de la Juventud. Catálogo / Libro festival audiovisual ZEMOS98_7. Sevilla. 2005 Se puede descargar en formato PDF en <http://www.ZEMOS98.org/festivales/ZEMOS987/pack/pdf/pe-drojimenez.pdf>

* POSTMAN, Neil. "El fin de la educación. Una nueva definición del valor de la escuela". Barcelona. Edit. Eumo Octaedro. 1999.

* RODRÍGUEZ, Beatriz y JIMÉNEZ, Pedro, "Un taller de cine interactivo para adolescentes" Comunicación publicada en las actas de las XVIII Jornadas de Pedagogía Social "¿Construimos alternativas educativas desde los movimientos sociales?". Organizadas por el Departamento de Teoría de la Educación y Pedagogía Social de la Universidad de Sevilla. Sevilla. 2004

* VVAA. "Infancia, televisión y género: Argumentos para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión". Editada en colaboración por el Instituto de Radio Televisión Española y el Instituto de la Mujer.



O
televisi

Otra ión

Fran ilich es autor de la novela Metro-Pop. Ha realizado net.films, cine interactivo e hipertextos. Dirigió 3 festivales internacionales de cibercultura en México Cinemátik 1.0, <net.net.net.mx> y Borderhack. En la actualidad trabaja en el desarrollo de la servidor autónomo Possible Worlds. Ha dirigido dos seminarios de Narrativa Digital en la Universidad Internacional de Andalucía y ZEMOS98.

Pedro Jiménez es miembro del equipo de coordinación de ZEMOS98. Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Sevilla ha coordinado proyectos de narrativa digital y dirigido varios vídeos. Especialista en Educación a través de Internet por la UNED y Doctorando en Proceso de la Comunidad. Forma parte del blog colectivo mediateletipos.net y del equipo de redacción de >> Forward

“Otra televisión es posible si pensamos en algo que no es televisión”

Fragmentos de una conversación con Fran ilich.

Fran ilich <http://possibleworlds.org>

Pedro Jiménez <http://www.zemos98.org> | pedro@zemos98.org



Esta conversación se produjo en el mes de mayo de 2006 en la calle Eduardo Dato de Vitoria-Gazteiz, en el contexto de Televisores. Encuentro sobre experiencias alternativas en televisión, organizado por la Fundación Rodríguez y celebrado en el Centro Cultural Montehermoso.

Fran ilich es uno de los principales colaboradores del proyecto ZEMOS98, él ha estado presente y ha sido responsable de las áreas relacionadas con narrativa y nuevos medios. Desde el año 2000 seguimos construyendo proyectos de medios tácticos, talleres de formación y creación digital en red.

Esta conversación ha servido para volver a encontrarnos después de un año, para retomar viejas ideas y para ver las cosas con cierta distancia. La conversación se produce en dos momentos de la noche, después de que Fran haya hablado en el encuentro *Televisores*, en donde se presentó con un pasamontañas zapatista y habló de sus *net.films*, de su visión de la televisión (hay que recordar que durante mucho tiempo *delete.tv* ha sido su proyecto de *bedroom media lab*) y del nuevo proyecto *Possible Worlds* (<http://possibleworlds.org>), que en sus palabras es "una iniciativa de media socialmente-consciente que funciona bajo la agenda secreta de 'otro mundo es posible'. Es un archivo, una comunidad virtual, una mediateca y un webhosting en un server autónomo cooperativo que en la actualidad aloja webs del *ezln*, *spacebank* (*banca alternativa*) y *weblogs*.

Pedro Jiménez: Este año lo que hemos intentando hacer con ZEMOS98 es reflexionar si es posible otra televisión. Entonces la primera pregunta que se me ocurre es: ¿es posible otra televisión según tú?

Fran ilich: Ok, pienso que es posible otra televisión, si pensamos en algo que no sea televisión... o sea definitivamente la pregunta sería: ¿es posible tener comunicación con millones de personas de otra forma distinta? Seguro que sí. Ahora, no sé si será posible tener una comunicación con millones de personas desde un modelo de producción que está basado en el dinero, en lo profesional y en la especialización. Yo creo que no se puede pensar en una ciudad como las de hoy, sin que haya plazas públicas electrónicas. Y creo que la televisión sería este punto de encuentro, no ya como en la modernidad donde necesitaba un gran guía que le impusiera grandes soluciones científicas y tecnológicas a los problemas sociales, sino un lugar donde se puedan encontrar múltiples ficciones o múltiples voces que no solo sean representación sino que sean acción... Ahora... no tengo idea de cómo sería esta

**Creo que
el primer paso
que vamos
a experimentar es
la fragmentación**

televisión, no tengo idea si sería basada nada más en lo audiovisual, es decir, en un lenguaje cinematográfico o televisual... creo que no.

PJ: ¿De quién sería la responsabilidad de hacerla? ¿De los gobiernos? ¿De los ciudadanos? ¿De los grupos activistas?

FI: Yo creo que el primer paso que vamos a experimentar es la fragmentación. ¿Por qué? Porque después de toda esta monolitización (si es que existe tal palabra), lo que viene es crear un montón de munditos... Y lo estamos viendo con internet y no nada más con internet, sino con el mundo del mercado, y no nada más con el mercado, por ejemplo con la moda. Que no nada más es un mercado, sino que también, en cierto modo, es algo que muestra mediante signos las formas de pensar, la identificación entre grupos de gente... por ejemplo, el hecho de que se crea que las contraculturas sirven para vender: tiene mucho que ver con el enfoque capitalista que existe en el mundo. Es porque todavía estamos adentro de ese paradigma, lo cual no puede cambiar muy pronto, pero ya estamos viendo fragmentación. Creo que la televisión que sigue - o eso que siga - va a ser algo menos basado en ratings, y más basado en comunicación real: en identificación, en diálogo y creo que va a ser menos basado en 24 horas de programación de corrido y más basado en momentos, en instantes, una televisión más atemporal. Una televisión menos fluida donde no siempre tiene que haber esas estructuras dramáticas o ese ritmo que está impulsado por el consumismo... para poder seguir vendiéndote más cosas. ¿Quién sabe si todavía habrá nueva materia prima que explotar? no se sabe ¿no? entonces creo que lo que sigue es generar estos espacios de resistencias... pero no necesariamente enfocados a la resistencia, sino hacia la comunión, hacia la comunidad.

Y creo que esto tiene que ver con cosas mucho más grandes, como el mundo que crearon nuestros antepasados inmediatos, tal vez del siglo XVII o XVIII hasta acá. Este mundo está basado en una pelea directa con la naturaleza, se sabe que todas las especies vivas que existen, existen porque pudieron adaptarse a la naturaleza y adaptar su tecnología a su relación con la naturaleza. Y el humano no está haciendo eso, está en un enfrentamiento directo: ciudades insostenibles, etc... creo que va por ahí que tenemos que encontrar modelos económicos que se den por sí mismos y que no sean un esfuerzo.

PJ: Y partiendo de esa idea que me parece muy interesante, ¿cómo ves tu trabajo? Por ejemplo en proyectos que puedan ser muy diferentes pero al mismo tiempo forman parte de una misma cosa que eres tú, como sujeto creador, no sé.. se me ocurre *Telenouvelle Vague*^[1] como un punto frente a tu novela juvenil *Metro-Pop* como otro punto, frente a *big b[o]ther*^[2] como otro tercer punto, es decir... ¿en qué se relaciona todo eso y cómo ha evolucionado ese tipo de proyectos con esa idea de la naturaleza?

FI: Digamos que mi relación con la creación, con el arte, siempre parte de un aspecto político en cuanto a que respondo a las necesidades de mi espacio y tiempo. Para mí la creación tiene que estar vinculada estrechamente, humanamente, a un momento, a un espacio y a un tiempo... Y he estado respondiendo a diferentes facetas: *big b[o]ther* con la estructura narrativa que impone un *weblog*, ¿qué se puede hacer? ¿cómo podemos subvertirla? Meter a 13 personas durante un mes a platicar, a generar un espacio... y bueno, ahí tienes también que está respondiendo al fenómeno de los reality shows que creo que para entonces ya estaban bastante diseminados, sobre todo en Europa, algo menos en América, pero ahorita ya también en América, entonces... creo que en el caso de *big b[o]ther* era utilizar el *weblog* para otra cosa... En el caso de *Telenouvelle Vague* es lo mismo, es una telenovela pero responde a las necesidades de una televisión revolucionaria. Es un homenaje que hago a Godard, porque Godard en cierta manera es casi el "escritor-crítico que escribe con medios", bueno... que escribe con cine, sí, es una persona que tiene una sensibilidad y un entendimiento acerca de nuestro tiempo, de la vida en ciudad y de la narrativa, y que sin embargo decide: "no, yo no quiero ser escritor y no quiero ser crítico, sino que quiero hacer cine". Y hace un cine que de una forma muy marginal siempre está respondiendo a su momento. Entonces, *Telenouvelle Vague* llegó en un momento en que yo dije "tengo que centrarme en mi realidad mexicana o latinoamericana"... Y trabajar desde ahí, esto mismo para muchos puede ser muy criticable porque soy de América del Norte, vengo de la frontera Tijuana - San Diego, soy muy *gringo* para mucha gente de América Latina y para mucha gente mexicana como que no tengo el *feeling* mexicano pero... también vi telenovelas y creo que las telenovelas o el melodrama francés o la novela italiana o la balada hispana, romana o italiana, de miami: son como lenguajes fundamentales de comunicación en el lado que a mi me tocó vivir... me interesaba mezclar esas dos cosas y trabajarlo en el espacio que a mi me interesa más que es internet.

Para mí la creación tiene que estar vinculada estrechamente, humanamente, a un momento, a un espacio y a un tiempo...

PJ: ¿Y la ficción qué papel juega en esa fragmentación? Porque la ficción sí une, un libro sí se distribuye por las comunidades diferentes, misma ficción que genera cualquier libro... une, une inconscientemente los pensamientos de un país, de un territorio, de una generación, de una comunidad ¿Qué papel debería jugar, entonces, la ficción en ese cambio del que hablabas antes? ¿Debería ser también una ficción fragmentada, no lineal, completamente desestructurada? ¿o todo lo contrario?

FI: Quizás en uno de los momentos más desesperados de mi vida en cuanto a... a colgarme con las uñas del *tecnoformalismo narrativo* ^[3], caminaba por Tijuana con Mark Dery me dijo: "¿Sabes qué Fran? Nadie quiere anarcosindicalismo en sus novelas, nadie quiere... y perdóname, yo sé que tú quieres hacer algo diferente, que estás haciendo algo diferente, qué buena onda... pero nadie quiere eso, todos quieren un final... ¡no quieren ir a trabajar cuando van a leer una novela o van a ver a una película! Y quieren tener una experiencia transformadora y por eso está el poder catártico del drama aristotélico ¿no?" Bueno, pero también el drama aristotélico tiene que ver con el poder, me parece que bueno, hay que trabajar tácticamente el asunto de la ficción... definitivamente una agenda secreta que funciona... la agenda secreta es la agenda secreta y no puede decirse ¿no? Pero la manera en la que hay que responder es según el momento... según el espacio y el tiempo, la situación y creo que por ejemplo también es muy importante saber que no se puede dejar de ser temporal. Eso en una novela por más que se quiera va a responder a un momento y a un espacio. Y después, diez años que vuelvan a ver esa novela o que la vuelvan a leer, pues va detonar cosas nuevas y tal vez algún virus viejo que se quedaba guardado va a revivir. El caso, por ejemplo, de la conquista de México cada vez que una generación nueva la descubre, encontrará nuevas cosas... y eso es increíble. En el caso específico de *Metro-Pop*, en el momento en el que la publiqué tuve muchas críticas o incluso antes de que la publicara y que la leía, como en este circuito literario de jóvenes escritores, me criticaban bastante, "eso no es una novela, eso es un ensayo, eso es crónica"... Y yo decía "sí es que en la novela cabe todo", y finalmente trece años después de publicarla... en este año se vendieron algún par de decenas de miles de copias y se hizo libro de texto en tercero de secundaria en México y la siguen leyendo, siguen despertando cosas, aunque ella sea muy de los noventa, muy de Tijuana, muy generacional.

PJ: Haces un homenaje a Godard con la realidad mexicana muy concreta. Hay problemas de traducción que también me parecen muy interesantes... hay momentos en que los personajes ni siquiera se entienden y hay cosas que no se entienden, subtítulos en inglés, partes en castellano... ¿Qué relación hay en tu trabajo, llamémosle entre el primer mundo y el tercer mundo, aunque no sea una forma muy “divertida” de llamarlo?

FI: Mmm... Yo creo que es un punto super clave, por un lado cómo la traducción de lenguaje... el asunto del lenguaje que es tan profundo que llega a significados tan esenciales que se vuelven cosas completamente distintas. Puede ser algo super cómico o algo super triste, dependiendo del lado en el que te encuentres, entonces... me interesa bastante mostrar estos personajes que no se entienden entre sí, esta sueca tecnomística que viaja a América en busca de la intuición y encuentra un movimiento revolucionario de indígenas urbanos que 500 años después siguen peleando por las tierras a las que llegaron hace 700 años, y cómo se hace toda esta relación donde la misma cosa tiene diferentes significados. Donde no todos podemos leer todo... es un mundo muy complejo. Y eso me interesa bastante... Burroughs decía que “el lenguaje es un virus” y el problema es que es un virus benigno, entonces ¿cómo descubrimos a los virus? Es porque empezamos a funcionar mal: “¡oh hay un virus!”. Si un virus se logra insertar en su huésped y funciona para bien y se hace parte del huésped entonces lo más probable es que nunca nos enteremos que existe. Además, un virus siempre tiende a destruir o transformar a su huésped... entonces eso es muy importante: a dónde lleva el lenguaje a las diferentes culturas... y ahora con la globalización es un aspecto muy clave, porque tienes una globalización donde unos pocos están viviendo de unos muchos, pero esos pocos no están desarrollando, no están aprendiendo a hacer las cosas que “les resuelven” esos muchos, entonces es una situación de abuso, donde a los pocos no les conviene dejar a los muchos porque luego ¿qué va a pasar? por un lado tenemos culturas muy fuertes que tienen que ver con cierto clima, cierta fauna, cierta comida, ciertos hábitos, entonces.. ahí podemos preguntarnos ¿fue casualidad? por ejemplo en el caso de la biopiratería, donde cierta clase de nativos, o de indígenas, tienen acceso, a plantas, a medicinas, desde hace muchos años y no tienen copyright, no tienen patentes, y sin embargo se supone que tendrían que tener derecho sobre esas tierras, sobre esas medicinas. Y si ellos no las cuidan... van a dejar de existir... no sé, es algo muy complejo y definitivamente eso tiene que ver con la narrativa dominante del mundo.

[Se unen Josevi Soria, de SinAntena, y Fito, de Fundación Rodríguez]

PJ: ¿Sigue existiendo la ciudad “i”? ^[4]

FI: Sí, sin duda, sin duda. Por ejemplo, ahí tienes el ejemplo perfecto de que justamente la ficción crea la realidad, en los noventa toda una serie de escritores jóvenes en Tijuana, empiezan a tener esos diálogos, llega esta gente de San Diego, chicana, a mostrarnos su literatura, pero era muy mexicana, entonces... prácticamente fueron rechazados. En Tijuana había por un lado esta gente seguidora del Realismo Mágico, de la literatura tradicional mexicana y fueron eliminados por completo, y tenías por otro lado esta “Tijuana - Barcelona” y esta “Tijuana - Traffic” y ahí se mezcla todo, y dentro de Tijuana la visión que perdura es la “Tijuana - Barcelona” y a los pocos años se empieza a vender hacia fuera, en una mezcla extraña de eso... Entonces ahora tú vas a Tijuana y desde que llegas al aeropuerto empiezas a ver esta Tijuana que hace 10 años estaba completamente en libros que eran irreales, donde leías de nuevas subculturas, de fiestas... que no existían en la vida real... y eso ya existe. Pero creo que ese es un tema que se tiene que debatir, ¿no?. Porque es una Tijuana que es completamente absurda, es la Tijuana que primero escriben, y empiezan a insertar en las cabezas de todos los demás, se la empiezan a creer... y se empieza a construir. Ese virus lleva en sí mismo la destrucción de su huésped, ¿qué pasa? que esta generación de artistas y escritores te dice hoy en día: “que Tijuana ya está arruinada, ya nadie cree en esa Tijuana, ya no fue... ya no sirve el mito” porque viene la gente y cuando ve la ciudad dice “¿qué es esto?”.

PJ: Volviendo al tema de la televisión ¿Alexander Astruc y su planteamiento de la *caméra-stylo* ^[5] podría servir para esa nueva televisión posible de la que hemos hablado antes?

FI: Sí, yo creo que de hecho él sería la base de toda esa nueva televisión, ¿quién dijo en los últimos días que “no funcionaba el aspecto del vídeo activismo porque la tecnología dejaba de crear deseo”?

Fito Rodríguez: Mmm ... es de un texto de Laura Baigorri... ^[6]

FI: Yo creo que ahí se resume la historia de los últimos mil años, y que lo resumes exactamente en la pluma, osea todos tienen acceso a una pluma desde por lo menos 100 años, 150 años; y al papel, pero eso no quiere decir que la gente esté escribiendo o que exista un mundo más literario y si seguimos cayendo en

la ideología de la tecnología para resolver problemas sociales... pues no va a funcionar, porque los asuntos fundamentales y básicos no se resuelven... simplemente los estamos posponiendo... guardándolos para que una computadora con más RAM, más memoria, más capacidad, el streaming, internet, los satélites... lo resuelvan ¡y por ahí no va la cosa! la cosa es mucho más humana, mucho más natural, tiene más que ver con el medio ambiente, con la comunicación, con el cuerpo...

FR: Sin caer en el determinismo tecnológico, hay que saber de tecnología, para conocer los códigos, para “que no nos la metan doblada”... siempre va a haber *hackers* ¿no? porque son necesarios... siempre han habido *hackers*.

FI: Sí claro, sí, de hecho, creo que lo importante de las computadoras, o de la tecnología, en este momento, es que son como plumas o bibliotecas que por fin se están abriendo a todos. Es decir, a las personas que pueden pagar más de 300 dólares por ese tipo de cosas. Y creo que eso es lo importante, el asunto de los *hackers* a nivel tecnológico y humano es tan importante... Por ejemplo David Casacuberta^[7] lo tenía clarísimo hace unos seis años cuando decía “el hacktivismo es un humanismo”... Claro, totalmente. Y es importante saber leer el código, cualquier cosa que esto quiera decir, y es muy importante saber usar la tecnología, no ser usado, pero... también es importante no seducirnos por ella, no terminar en un discurso monástico en latín, sino es importante poder hablar el idioma de todos.

Josevi Soria: Pero... también entiendo que la tecnología y la televisión se basa en la cultura oral y entonces es mucho más fácil para todos... es mucho más difícil escribir, que es una cosa que tienes que tener como un cierto duende.. y la cultura oral es mucho más sencilla, todo el mundo habla, y eso es en lo que se puede apoyar la televisión.

FR: *Sí, pero si realmente la televisión tuviera una relación digna y legal con la palabra, pero es que yo creo que no la tiene, está tapada por la imagen,... hay cosas, el testimonio, las opiniones de la gente, la voz y tal que no son las de los talk shows que están tapadas por la imagen, incluso eso, incluso los programas que se dicen a sí mismos que son de hablar, están tapados por otro tipo de cosas, por cómo están dirigidos, por cómo están puestos en escena,... hay un mal de imagen.*

FI: Yo lo que diría en este sentido, por regresar al inicio de la conversación, sería que por un lado el lenguaje audiovisual es muy sofisticado porque te puede sugerir cualquier cantidad de cosas

Creo que lo importante de las computadoras, o de la tecnología, en este momento, es que son como plumas o bibliotecas que por fin se están abriendo a todos

con un plano, con un *travelling*... es increíble cómo todos sabemos leerlo... en solo 40 o 50 años se desarrolló un lenguaje muy sofisticado que cualquiera puede leer, sin necesidad de ir a una escuela. Ahora el problema está en el acceso a los medios de producción y a poder hablarlo o escribirlo. Si bien hay gente que puede aprenderlo con una camarita, bla, bla, bla... editándolo rápido... no es lo mismo que poder hablarlo nativamente, y claro, escribir con la pluma fuente es un idioma cifrado, es un idioma en un código menos instantáneo. Pero no se te olvide que el audiovisual es editado, no siempre ocurre en tiempo real, entonces ahí hay como un aspecto que trata de poder entender el código, que es otra vez el asunto de los hackers.. otra cosa también importante y que mencionabas, la oralidad es quizás lo más importante, aunque también ahí viene un aspecto complicado, porque la oralidad te permite una comunicación de todos con todos, por eso quizás Sócrates, en su momento, se dio cuenta del problema, al que se enfrentaba la civilización, o el mundo conocido, cuando empezaba a entrar la palabra escrita, sí, lo que sucedía era un problema de fragmentación de tiempos, se volvía la vida menos basada en la experiencia, más basada en ideas. Y en los tiempos de Sócrates la palabra, la forma, la escritura tenían todo que ver entre sí... Eran en sí el discurso... la televisión te impone ya a una estructura que tiene que ver con una ideología que es la del mercado, la de vender en centros comerciales y, sin embargo si volvemos a los tiempos de los primates, o en algún momento no muy específico de la evolución ¿cómo fue que pudimos, los que nos convertimos en humanos, implementar a nuestro cuerpo tecnología orgánica y celular, que permitiera estructura palabras y que algunos primates no pudieran hacerlo? entonces, creo que ahí hay una cosa que es clave, que tiene otra vez que ver con la ideología de la tecnología, porque no hemos integrado nuestras ciudades en nuestro medio ambiente. es decir, son imposiciones sobre la naturaleza, pero no han logrado integrarse por completo a ella...

PJ: Has hablado esta mañana de tu apoyo a “la otra campaña” y al EZLN y quería preguntarte ¿necesitan una televisión en Chiapas? o ¿no?

FI: Yo creo que sí, porque la televisión cada vez llega más allá y ellos, por un lado, no encuentran reflejo de sí mismos. Les enseñan a que son feos, les enseñan a que no hablan el español bien, les enseñan a que no piensan bien, a que no tienen esos valores de cualquier mexicano, les enseñan a que se tienen que ir a los Estados Unidos, a que tienen que aceptar su trabajo, a que tienen que ser empleados, que barren la casa, que cobran poquito dinero, se tienen que sentir orgullosos de eso al final del día ¿no?... entonces yo creo que sí necesitan una televisión, pero que tiene

que ser una televisión que surja de un diálogo y de un análisis de lo que está sucediendo ahí. Por ejemplo una experiencia muy importante, es la educación zapatista, las escuelas zapatistas... donde, desde fuera quizás no tenga nada de revolucionario, pero el hecho de que unos mayas o unos descendiente de mayas puedan estudiar en su propio idioma donde algunos conceptos que nosotros, mestizos o europeos, tenemos y que para ellos no existen, hay palabras e ideas que ellos no tienen y que no necesitan... entonces por un lado, por otro, la forma en que ven la historia de México. En la primaria, los primeros tres años, te enseñan que en "el pasado México estaba compuesto por unos carnales que eran unas tribus, que hicieron unas pirámides, que encontraron un nopal, y un águila, que fundaron una ciudad, que llegaron los españoles, que Tenochtitlan se convirtió en Ciudad de México, que se hizo el país México este que conocemos...y que después del siglo XX, con la revolución mexicana, el mestizo se convierte en el mexicano mezcla de 2 mundos, antes éramos criollos (hijos de los españoles)...” y nos enseñan que los indígenas son algo del pasado, que desapareció hace 500 años, cuando la conquista... Pero no, los indígenas son el presente, tanto como los mestizos, o los criollos y esta es la lucha por eliminar a los indígenas, quitarle sus tierras, quitarle sus medicinas, para quitarle su agua... quitarles lo poco que les queda.

PJ: ¿Y cómo se produciría esa televisión de proximidad indígena?

FI: Yo creo que, por un lado, está *Promedios* que produce documentales y se venden en todo el mundo y luego hay dos experiencias muy diferentes. Por un lado los cineastas de las ciudades que van a generar talleres para ellos beneficiarse, que es un caso muy común y, por otro lado, la experiencia oaxaqueña ^[8]. Hay toda una serie de producciones oaxaqueñas que son tan crudas, tan sexuales, tan fuertes, y que te enseñan realmente otro mundo, no sé si otro lenguaje cinematográfico, probablemente sí, sí otra concepción del tiempo y del espacio definitivamente... y la visión que algunos de ellos han podido generar es como tan contundente que sientes que estás viviendo sus pasiones,... una que vi hace unos 7 años, tal vez, en el 99, era sobre un problema de tierras, iba sobre una especie de jefe sindical, el jefe sindical les pide dinero, tiene mucho dinero, luego va hablar con la gente a la ciudad, la gente de la ciudad le dice "estás pendejo, danos el dinero, y quédate con este dinero y ve y dile a esos pinches tontos indios que no..." este indio se regresa, se pelea con su familia, como tiene mucho dinero, se casa con una de las mujeres más guapas del pueblo... pero todo contado desde una óptica indígena increíble. Es un poco como la literatura groenlandesa que real-

mente es otra cosa, que no tiene nada que ver con el drama, no sé con qué tiene que ver... donde de repente el amor es canibalismo y a los que aman se los comen, o donde el asesino realmente no mata por matar, sino por hambre o por frío.

PJ: Pero sin embargo la imagen de Marcos es como muy televisiva. De cara al exterior el EZLN ha jugado mucho con esa imagen. De hecho hace unas semanas ha estado en la televisión, una entrevista en la CNN ¿no?

FI: Claro... pero Marcos es para tí y para mí ¿no? Si tú vas con ellos... a ellos les encanta Ramona, les encanta Moisés... y realmente cuando te digo les encanta, es que tú estás con ellos y tienen los "monitos", como los gi-joes de ellos... ¿sabes? que están hechos en estambre y tú los ves todos iguales, con un pasamontaña y sus estambritos ahí... y te dicen (pone voz aguda) "no, esta es Ramona, porque tiene las trenzas, y ella luchó porque nunca se casó y bla bla bla" y tú dices "órale, tienen toda una mitología"... donde Marcos es el blanco, bonachón, es un poco como Jesucristo para ellos, pero no es el Marcos que nosotros vemos, no. Es como el mestizo de buen pedo que llegó y se quedó con ellos, pero no es, no es... no sé si casarían con él, digamos... o sea, va un chico que estaba en el colectivo de Piezas del Rompecabezas, un chico de pelo rojo y se reían de él, y le decían "nah, te pintaste el pelo..." se cagaban de la risa... a mí no se creían que era mexicano, me decían "¿dónde queda el país Tijuana?"... no, "yo soy mexicano..." (voz aguda) "no, tú no eres mexicano"... y las distancias geográficas las entienden radicalmente diferente a como las vemos nosotros que podemos con cierta facilidad subir a un avión...

[Tras la cena, continuamos la conversación en la habitación del hotel]

PJ: Esta mañana decías que durante un tiempo te impulsaba hacer una cosa porque cambiaba de formato o porque era una cosa nueva y que ahora no... ¿qué es lo que te impulsa ahora?

FI: Me interesa bastante la pasión y la inspiración... Me parece que el arte de medios o el arte en internet, o el arte electrónico puede ser muy poco pasional, como tiene tanto que ver con los mundos de la ingeniería, con los mundos electrónicos, con los mundos racionales, con los mundos de la administración de tiempo, de recursos, económicos... de gestión cultural... puede ser un arte totalmente racional... quiero decir de alguna manera me había creído este rollo de que el arte tiene que ser inteligente, y tiene que ser racional y que los bohemios pertenecen al pasado... De

repente cuestionándome ¿quién asegura que realmente la transparencia es mejor que su contrario? ¿quién dijo que realmente ahora las cosas son más rápidas que antes? evidentemente no, es sólo que nosotros estamos atrapados en este nodo vertiginoso... y tenemos vértigo ¿no? entonces realmente sin inspiración no hay nada más... no haces tantas cosas... (voz aguda) "Oh quiero descifrar el *linux*"... no es la misma inspiración de "puta madre estoy enamorado" el amor sigue siendo la mejor droga, la que te lleva adelante, lo que te hace no dormir ¿no?... Y en ese sentido quizás el *net art* no tocaba tanto esos temas... tienes a Olia^[9].. tal vez alguien más, no me viene a la cabeza ningún nombre en este momento... ¿Quién más? ¿quién toca el amor tan fuerte como Olia? Y este... no puede ser que esos temas hayan desaparecido porque si esos temas desaparecieron es que realmente hemos perdido... ¿en qué nos convertimos? ¿no? Yo creo que no han desaparecido, que es un hecho de que no han desaparecido realmente, y que lo que sigue moviendo al mundo, y para la mayoría siguen siendo importantes las fechas como el 14 de febrero, el 10 de mayo ¿no?. Sigue siendo la música pop de *Sony Music*, sigue siendo la música popular como... no sé, el flamenco y tal... todo eso... las telenovelas, el cine de *Hollywood* tradicional, las cosas de siempre. Y no sé, el tecnoformalismo no nos está permitiendo que nos comuniquemos mejor, a lo mejor nos está volviendo famosos, sí, en algunos *ghettos*.

**Efectivamente
el remix
es importante...
pero el remix
nada más
es un truco,
un truco del dj,
el dj es un mago,
es un chamán...**

PJ: ¿Qué es la narrativa?

FI: Bueno digamos que la narrativa es básicamente acción que ocurre sobre tiempo, una sucesión de acciones que siguen cualquier estructura, cualquier forma. La ficción puede ser una mentira, o cualquier otra cosa, que puede plasmarse sobre la realidad misma. Y por otro lado tienes géneros como la novela, que es el que más me interesa, pero... no sé, queda mucho por hacer en cuanto a mezclar géneros.

PJ: ¿Cómo has evolucionado en tu visión del realismo?

FI: Yo creo que ahora la narrativa está en la realidad o tendría que estar en la realidad, con trabajos como *NikePlatz*, como CNN, como FOX, con los trabajos que verdaderamente están creando la realidad, la bolsa de valores, el 11 de septiembre, creo que ahí está la clave de todo... *Al-Jazeera*, *Telesur*... la *Televisión Intergaláctica Zapatista*...

PJ: ¿Hasta qué punto el *remix* que plantea Paul D. Miller aka Dj Spooky, el *sampling*, la remezcla... el tomar la realidad para convertirla en otra cosa es también narrativa?

FI: Yo creo que el remix es un elemento clave de la narrativa hoy en día, como el *cut&paste* que se integra en los setenta ¿no? principalmente con la literatura de Burroughs... efectivamente el remix es importante... pero el remix nada más es un truco, un truco del dj, el dj es un mago, es un chamán... es alguien que sabe qué hacer para cambiar la fiesta hacia un “buen rumbo” o hacia un “mal rumbo”... pero él está conectado con la gente ¿no? Cuando estamos *Remezclando la realidad con los narrative media*^[10], quiere decir que estamos usando los medios narrativos para cambiar la realidad, que es regresar a la vieja noción del escritor comprometido de Jean Paul Sartre, ¿qué digo?, es una noción muchísimo más vieja... pero ahora utilizando el remix, que quiere decir muchas cosas, empalmar una serie de canales que también quiere decir mezclar medios... atacar desde varios flancos...

Notas

[1] Una telenovela por episodios en homenaje a Jean Luc Godard, disponible por capítulos en <http://possibleworlds.org> fue producida en 2005 para <http://www.56k-bastard.tv/> a Pro Helvetia and Xcult Project

[2] Weblog colectivo que durante mes de febrero de 2003 acogió a 13 media-activistas invitados por Fran ilich a participar en lo que él mismo denominó text-based reality show. Sigue on.line <http://bigbother.walkerart.org/> Este proyecto formó parte de la exposición How Latitudes Become Forms – Art in a global age del Walker Art Center de Minneapolis. Estados Unidos.

[3] En la conferencia de la mañana el propio Fran definió el tecnoformalismo, como esa parte de su obra en la que estaba enfrascado en debates tecnológicos, intentando cambiar constantemente de formato, de pasar de un medio a otro sin plantearse una narrativa más cercana a lo real, a su realidad. Esto le provoca una grave crisis y salir de ahí será lo que le lleve también a la situación actual. Es un concepto que aparecerá más veces a lo largo de la conversación.

[4] "Tijuana y San Diego son una sola ciudad, que como Berlín, se dividió por accidentes y designios del destino. Tijuana y San Diego es la misma ciudad, la ciudad i, el punto que une al primer y tercer mundo. La frontera se impone como un vórtice dimensional tragándose a los viajeros sin papeles" fragmento de Fran ilich, *Metro-Pop*, Ediciones SM, 1993-1997

[5] "[...] Por ello llamo a esta nueva era del cine la era de la Cámara stylo. Esta imagen tiene un sentido muy preciso. Quiere decir que el cine se apartará poco a poco de la tiranía de lo visual, de la imagen por la imagen, de la anécdota inmediata, de lo concreto, para convertirse en un medio de escritura tan flexible y tan sutil como el del lenguaje escrito." Nacimiento de una nueva vanguardia: la "caméra-stylo" de Alexander Astruc en <http://www.fueradecampo.cl/documentos/astruc.htm> Originalmente publicado en *L'Écran Français* Nº 144, 30 de marzo de 1948. Stylo en francés es el apócope *stylographe* y puede ser traducido por pluma o bolígrafo.

[6] La cita, algo sui generis tal y como la dice Fran ilich, pertenece al Critical Art Ensemble, "Plagio utópico, hipertextualidad y producción cultural electrónica", en *Tecnología y disidencia cultural*, Arteleku, Donostia, 1996, está recogida en el texto "El futuro ya no es lo que era. De la Guerrilla Television a la Resistencia en la red" de Laura Baigorri. Se puede consultar online en <http://aleph-arts.org/pens/baigorri.html>

[7] Mensaje de Correo Electrónico en la lista pública, de la que tanto Casacuberta como ilich fueron moderadores, [nettime-lat] <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-lat-0206/msg00009.html>

[8] Gentilicio del Estado Libre y Soberano de Oaxaca o simplemente Oaxaca. Una de las 32 entidades federativas de México, se ubica al sur del país.

[9] Olia Lialina es netartista, crítica y curadora de arte de red. Probablemente, Fran esté pensando en la obra de Olia My boyfriend came back from the war (<http://www.teleportacia.org/war/>). Más información en el artículo Storytelling en el net art [http://www.zemos98.org/spip/article.php3?id_article=59].

[10] Taller que dirigió el propio Fran ilich en el contexto de UNIA arteypensamiento con motivo zemos98_6. Del 8 al 12 de marzo de 2004. Más información sobre el taller en www.narrativemedialab.org y en <http://www.unia.es/arteypensamiento04/estetica/estetica01/frame.html>

Internet, el canal del telespectador

Eva Sanagustín www.evasanagustin.com

Eva Sanagustín Fernández es Licenciada en Comunicación Audiovisual y es Técnico Superior en Realización de Audiovisuales. Descarga sus ideas sobre televisión, publicidad, internet y cine en [downloading + media](http://downloading+media) (www.evasanagustin.com/workaholic) y administra TeleWiki, enciclopedia de televisión (www.evasanagustin.com/telewiki).



Internet es el medio de comunicación más joven. Apenas hace 10 años que comenzó a popularizarse en España. Pero aún así y a pesar de no llegar aún a toda la sociedad, está haciendo que los medios de comunicación existentes, y dominantes hasta el momento, tengan que actualizarse y ponerse al día de la nueva realidad que internet provoca.

Por un lado, internet ha añadido a la prensa, la radio y la televisión adjetivos como “tradicionales” o “convencionales”, marcando una clara línea divisoria tanto de tiempo como de forma. Les ha obligado a que adopten, precisamente, un nuevo formato y el adjetivo “online” para poder mantenerse en el mercado de la información y de la comunicación.

Por otro, están cambiando los hábitos de consumo, acercando la población a la pantalla del ordenador (y cada vez más a la del móvil). El acceso a internet desde el hogar aumenta cada vez más, orientando su uso hacia el ocio y el tiempo libre donde el consumo de prensa (ejemplo de información) y televisión (ejemplo de entretenimiento), se resienten.

Modificación de los hábitos de consumo

Según el informe de la Fundación BBVA sobre los hábitos de navegación de los españoles, el 30% de los internautas lee habitualmente periódicos en internet. Para contrarrestar este efecto, los diarios online ofrecen ediciones digitales con noticias actualizadas constantemente y otros servicios de valor añadido con el objetivo de ampliar la confianza del lector del formato papel a la edición en internet.

En el caso de la televisión y según la 8ª Encuesta AIMC a usuarios de internet, un 67,7% de internautas reconoce que ha disminuido el tiempo que dedica a verla por utilizar internet. Se señalaron otras actividades, pero la televisión se confirma como el medio de comunicación más perjudicado por la llegada de internet. Aunque no esté acostumbrada a sufrir competencia de otros medios (como le ocurre a la prensa), la televisión se ha visto obligada a introducir algunos cambios en su habitual comportamiento, además de añadir servicios a sus respectivas páginas web (tomando ejemplo de los diarios online). Así, la mayoría de las veces los cambios han sido, no para retener a la audiencia televisiva, sino para buscar una nueva en internet.

**Un 67,7%
de internautas
reconoce que
ha disminuido
el tiempo que
dedica a verla por
utilizar internet**

La audiencia en internet

Internet está formada por millones de páginas web por lo que podemos decir que es imposible medir la audiencia real de cada una de ellas de la misma manera que lo hacen los audímetros. Aunque AC Nielsen está empezando a plantearse con su Anytime Anywhere Media Measurement (A2/M2) y Google también quiere monitorizar nuestros ordenadores, aún tardará en poder estar disponible para todo el Mundo. Actualmente disponemos de estudios (como el Estudio General de Medios y la OJDInteractiva), y rankings (como el de Alexa o Technorati) basados en complicados algoritmos que pueden orientarnos por ejemplo sobre las páginas más visitadas o enlazadas pero nunca de una manera tan exhaustiva como los datos ofrecidos por Sofres en España.

Para saber quién visita qué páginas, cuándo, para qué y desde dónde, hace falta la predisposición y voluntad del usuario para responder encuestas o formularios de registro (los contadores individuales no ofrecen datos como la edad o la profesión). El informe sociodemográfico de Red.es permite hacer un perfil del internauta en general: joven soltero estudiante (varón de 15 a 24 años) con tarifa plana ADSL.

Es a ellos a quien la televisión tiene que “venderse” si quiere seguir siendo líder de audiencia, aunque sea en otro medio diferente.

Características de internet comparadas con la televisión

Internet, como la televisión, no se detiene nunca: las dos están accesibles 24h al día, los 365 días del año. Pero sólo internet tiene una respuesta inmediata y personalizada a cada usuario y sólo la televisión es un servicio público gratuito que llega prácticamente a toda la población.

A la pregunta del Estudio General de Medios relacionada con la frecuencia de consumo de internet, sólo el 21,7% del total de encuestados respondió que sí se había conectado el día anterior (con independencia del lugar). Según el informe de Red.es este porcentaje sube hasta el 48% si se pregunta por los tres meses previos. Es muchísimo más que hace 5 años pero sigue quedando muy lejos de la audiencia de televisión.

Por ejemplo, nadie pone en duda que el día anterior sí se haya visto algún minuto de televisión, sólo se cuestiona qué y cuánto. Según Sofres, el consumo televisivo medio en mayo fue de 208

minutos. Esto supone más de 3h al día por persona dedicadas a ver la televisión, un acto pasivo prácticamente sin ninguna relación entre el mensaje enviado por la cadena de televisión y el telespectador que está obligado a aceptar sus condiciones.

En cambio internet ofrece una comunicación descentralizada (many to many) en la que no hay un único emisor sino muchas personas manteniendo muchas conversaciones, dialogando al mismo nivel, entre iguales y de manera simultánea. Esto tan básico en internet, resulta opuesto en el caso de las cadenas, entendidas como emisoras, que tienen que adaptar su propio discurso, un monólogo jerárquico, a esta manera revolucionaria de entender la comunicación.

Dentro de esta comunicación, internet se ha abierto camino como un medio más al que hay que escuchar si se quiere oír la voz del telespectador.

Internet vista en televisión

Para empezar, las cadenas de televisión han tenido que incorporar internet como una proveedora más de hechos noticiables (en ocasiones incluso la única o única fuente de información). Evidentemente, los informativos prestan atención a hechos tanto positivos como negativos, algo que sin duda favorece tanto como desprestigia internet. Pero aunque podría parecer lo contrario, la televisión utiliza la mayoría de las veces un tono positivo para referirse a internet.

Cultura y educación siempre se encuentran favorecidos, al igual que las empresas y organizaciones, la Administración Pública y las informaciones relacionadas con el ocio y el entretenimiento. Por el contrario y como es lógico esperar, la violencia, el sexo, la adicción a internet, la piratería y los ataques de virus o hackers son tratados exclusivamente con un tono negativo.

Pero internet está también presente en otro tipo de programas más allá de los informativos, en algunos programas, como El gran test, se usa como complemento a la emisión igual que se incluye la URL de la serie al final de un capítulo de una serie. Estos casos son escasos y no son comparables con los programas de zapping, el uso más habitual de internet en televisión.

Los responsables de estos formatos han encontrado en internet una fuente inagotable, sobre todo de vídeos caseros. Igual que usan imágenes de otras cadenas, los programas de zapping (y

*internet
se ha ido
convirtiendo poco
a poco
en un canal
de televisión más,
el canal de los
propios usuarios*

también otros programas desde los antiguos Más te vale o Pecado original al actual Buenafuente) utilizan los recursos de los telespectadores para proveerse de contenidos.

Desde este punto de vista, internet se ha ido convirtiendo poco a poco en un canal de televisión más, el canal de los propios usuarios. Aún no tiene la suficiente fuerza como para competir con el resto de canales, sobre todo porque, aunque la inversión publicitaria online vaya en aumento, se centra aún demasiado en los medios tradicionales (la previsión es del 12% para este año).

Cadenas de televisión: breve panorama actual

En España, las cadenas de televisión convencionales, tanto públicas como privadas, se financian básicamente mediante la publicidad. Para poder satisfacer las necesidades de los anunciantes, trocean tanto la parrilla televisiva para segmentar a la audiencia como los programas para emitir sus anuncios. Los telespectadores se consideran receptores de impactos publicitarios mezclados con algún tipo de programa (un 22,7% respecto al total de programación), no hay interacción de ninguna clase.

Televisión Española, Antena 3, Telecinco, Cuatro y La Sexta son las principales cadenas que se reparten la audiencia (el deseado pastel) básicamente en función de su programación, es decir, de sus contenidos. La producción propia se combina con la compra de derechos de series y programas al extranjero para configurar la oferta más atractiva para el target de la cadena (y de los anunciantes). El nivel de atracción se demuestra a diario (prácticamente al segundo) en forma de share y haciendo líder de audiencia a la cadena con más millones de personas frente a su canal, viendo el mismo programa y los mismos anuncios.

Pero a pesar de las cifras millonarias de telespectadores, es cada vez más difícil representar a toda la sociedad en los personajes de una misma serie. Sencillamente, cuando alguien de la casa no quiere ver lo mismo que el resto, acude a otro televisor o directamente realiza alguna otra actividad. Y si no se ve atraído ni representado, el telespectador busca un lugar alternativo donde su individualidad se tenga en cuenta y pueda manifestarla, por ejemplo, la pantalla del ordenador.

La misión de una cadena, tanto la que ha visto como perdía una parte de su audiencia o como la que se aprovecha de la pérdida de otra, es ofrecer al telespectador frustrado otros productos que

sí coincidan con sus expectativas. La opción más fácil es potenciar la presencia en la web de programas o series que se emiten otros días, lo cual también es beneficioso para ella porque repercute en la fidelización y mejora su comunicación.

La presencia online de las cadenas

La página web de una cadena se ha convertido en su mejor herramienta comunicativa, mejorando mucho la época en que sólo podían ofrecer la parrilla en medios escritos. Es la mejor opción para conocer de primera mano su programación y lo mínimo que pueden ofrecer para interactuar con su audiencia. Depende de ellas dar un paso más allá y ofrecer servicios de valor añadido para los usuarios de internet, igual que lo hace la prensa. Emisión en directo, vídeos, imágenes, información exclusiva, foros, chats, blogs... su oferta es diferente en cada caso y cada cadena hace su apuesta por tener una presencia en internet.

El caso de RTVE: dos canales en directo

Este año Radio Televisión Española (RTVE) ha puesto en marcha dos servicios de valor añadido como son algunos vídeos y la emisión en directo.

Desde principios de año, TVE celebra su medio siglo de vida con pequeños vídeos que reflejan su historia. Son emitidos en los Telediarios y posteriormente se publican en su web, en una sección dedicada a su 50 aniversario. Un pequeño paso para compartir imágenes de su histórico archivo, igual que cabeceras de algunos programas, aunque parece lejano el momento en que estén disponibles fragmentos de esos mismos programas.

El pasado 17 de mayo y con motivo del día de internet 2006, RTVE puso en marcha desde su web un sistema gratuito peer to peer (P2P) que permite ver en directo por internet, y con mejor calidad que hasta ahora, el Canal 24h. Más tarde se estrenaba, en este mismo sistema, el Canal Docu. Es la primera cadena de ámbito nacional que apuesta por este servicio y quizá en el futuro estén disponibles todos.

Pero la web de RTVE tiene una orientación institucional en la que los programas no tienen una presencia destacada. Tanto que ni los RTVEBlogs que han creado son en realidad para comunicarse con el telespectador (diarioblogs tienen un estilo más cercano a la crónica seriada que a un blog).

El caso de Antena 3: vídeos para los fans

Los programas son lo más destacado en la web de Antena 3. Los fans de su programación pueden encontrar todo tipo de información sobre la serie o programa: galería de imágenes, los mejores momentos en vídeo, guía de capítulos, información de los actores y los personajes...

Antena 3 está apostando por distribuir fragmentos de sus programas para destacar lo más interesante de ellos y crear tanto expectativas de futuros capítulos como comunidad a su alrededor. Todo gratis claro, menos el acceso a la zona premium que te permite ver "vídeos de fan" del programa Buenafuente, porque ya incluyen suficiente publicidad en forma de banners y enlaces recomendados.

Merece la pena destacar la posibilidad de suscribirse mediante RSS a las novedades de la web y a los titulares de actualidad.

Pero Antena 3 también mira hacia la telefonía móvil. En colaboración con El Terrat y Vodafone, apuestan por las Leyendas del Neng para dar el salto a los contenidos en exclusiva para móviles.

El caso de Telecinco: la rentabilidad ante todo

Muy similar a Antena 3, la web de Telecinco piensa sobre todo en el seguidor de series y programas. Ofrece también algunas secuencias (con publicidad antes y después del vídeo), guías de episodios, de personajes, imágenes de actores y algún video-saludo en exclusiva para navegantes (lo único prácticamente). Agrega la posibilidad de dejar comentarios en cada capítulo y personaje, además de tener un foro para cada programa (aunque muy descuidado por la cadena).

Pero el diseño de la web de Telecinco está pensado para mezclar los contenidos propios con publicidad de productos más propios de una teletienda, además de enlaces patrocinados y banners. Parece pues que el objetivo de la web es ser rentable por ella misma y no como una herramienta de comunicación propia. Esta sensación viene reforzada por el hecho de que la web esté dentro de la red de Wanadoo lo que provoca varias líneas de enlaces de la misma compañía pero no relacionados con televisión.

Dentro de la web de Informativos Telecinco tienen un lugar destacado sus cuatro blogs ofrecidos por La Coctelera, con numero-

sos comentarios y sobre temas de actualidad.

Telecinco se adelantó unos días a Antena 3 anunciando también su salto al 3G, en este caso con Amena y su programas Camera Café y Aquí hay tomate, entre otros.

El caso de Cuatro: la estrella de la blogosfera

Desde su nacimiento en noviembre del año pasado, Cuatro ha demostrado que tiene claro quién es su target, cómo conseguirlo y dónde encontrarlo: en internet. De ahí que para seguir la cuenta atrás hasta su primera emisión creasen un blog desde donde seguir los primeros pasos de este nuevo canal. Cumplido su objetivo, promoción de la nueva marca, desapareció.

Pero la experiencia les resultó tan provechosa que en enero de este año crearon su segundo blog, esta vez dedicado a las series, uno de los puntos fuertes de su programación. En aquel primer post consiguieron más de 450 comentarios de bienvenida. En los últimos organizan desde concursos para que la audiencia participe en la creación de las cortinillas para el lanzamiento de la serie Queer as folk a votaciones con las frases de la estrella de su programación, el Dr. House.

Cuatro también ofrece vídeos resúmenes, fotografías y guías de episodios de sus series, además de una newsletter que informa de las últimas novedades en su parrilla.

El Mundial de fútbol ha dado la oportunidad a Cuatro de abrir otro blog (Todos jugamos en Cuatro) y de dar un salto hacia el videocast con una selección de reportajes que ofrece de forma gratuita.

El caso de La Sexta: notas de prensa

La última cadena llegada a nuestro mando aún tiene mucho camino por recorrer también para sacar más rendimiento a las posibilidades de internet. No lo hicieron mal antes de empezar sus emisiones, publicando continuas notas de prensa que resultaron básicas para conocer cómo se iba organizando la nueva cadena.

Pero desde que se estrenaron en marzo, sólo han añadido la información básica de la programación en forma de fichas y algunos vídeos promocionales, algo más propio de una productora que de un canal de televisión. No hay guías de episodios ni imágenes ni vídeos de los programas.

Al menos la sección de prensa sigue funcionando bien (aunque desordenada).

El caso de TVC: video on demand y programas en directo

El 17 de diciembre 2004, Televisió de Catalunya (TVC) estrenaba 3alacarta, un servicio de video on demand y de señal en directo a través de internet para todos sus canales (disponible según programación). El acceso es gratuito para la reproducción en baja calidad pero es necesario pagar una cuota para mejorar la calidad y también para poder acceder a ciertos vídeos marcados como favoritos, además de al histórico de más 3.000 programas.

Este servicio resume lo que debería ser una cadena de televisión online: emisión en directo y archivo de programas. El único inconveniente aparente es la baja calidad y el coste para el usuario pero alguno más debe tener ya que parece que nadie lo está imitando.

El ejemplo internacional: las pruebas de la ABC y la BBC

En octubre del año pasado, Apple presentaba el iPod vídeo y el iTunes 6 con la clara intención de llevar su éxito en la descarga legal de canciones a las imágenes en movimiento, en concreto, a la televisión. Así, firmaron un acuerdo con la cadena norteamericana ABC que permitía descargarse y ver en el iPod capítulos, por ejemplo, de la serie Perdidos o Mujeres desesperadas.

En abril de este año, la ABC anunció un nuevo experimento para explorar nuevas formas de emisión de contenidos. La prueba consistía en que, durante los dos meses siguientes, se permitiría ver los capítulos completos de cuatro de sus series al día siguiente de su emisión en streaming. El ámbito estaba limitado sólo a Norteamérica y no había posibilidad de descarga, además se incluyó publicidad de obligada visión en los capítulos.

Algo parecido fue lo que probó en los septiembres de 2004 y de 2005 la cadena pública BBC. Con un sistema a medida, el integrated Media Player (iMP), la BBC puso en una red P2P su programación pero, al igual que la ABC, con restricciones de derechos digitales (DRM) lo evitaba la visualización fuera del Reino Unido y limitado a una semana.

Estas pruebas demuestran el interés, como mínimo de estas cadenas, por encontrar alternativas a su distribución habitual. Ofreciendo estos servicios de valor añadido a los usuarios de internet, las cadenas de televisión sí se convierten en cadenas online.

Cadenas de televisión online

En España, las licencias para emitir señal de televisión las concede el Gobierno y están limitadas de acuerdo con la Ley. En cambio, en cualquier parte del mundo se puede abrir una página web y dotarla de la tecnología necesaria para transmitir vídeo en streaming o por P2P. Se puede decir que sólo es una cuestión económica ya que no depende de ninguna legislación (cuidando siempre los derechos de autor y que los contenidos sean respetuosos con la Ley).

Recientemente el diario británico The Times ha apostado por estas facilidades y ha configurado su propio canal de televisión online. De momento se trata simplemente de noticias de proveedores externos que complementan a la propia información del diario, pero es posible que en el futuro se acepten otras procedencias (como la de los lectores).

Pero si los medios de comunicación se aprovechan de internet, también ocurre al revés y los proveedores de estos servicios también hacen el ejercicio inverso.

IPTV: Imagenio, Jazztelia TV y Wanadoo TV

El internet Protocol Television (IPTV), televisión sobre el protocolo IP, es la evolución lógica de la televisión integrada con internet. Con este sistema de televisión por ADSL se puede ver en cualquier momento, cualquier programa de su oferta de múltiples canales. Video on demand, pay per view, Personal Video Recorder (PVR)... televisión configurable a la medida del telespectador gracias a la banda ancha y en un televisor.

En enero de 2005 Telefónica lanzó en España su IPTV, Imagenio (líder de mercado en estos momentos con más de 200.000 abonados). La competencia ha tardado en reaccionar hasta este año cuando en marzo Jazztel anunciaba la puesta en marcha de Jazztelia TV y France Telecom hacía lo propio con Wanadoo TV este mismo mayo (Ya.com se espera que anuncie su oferta también en breve).

Los proveedores de internet ofrecen estos servicios (televisión)

Con más de 500 emisiones en poco más de 1 año de existencia, MobuzzTV ya ha tenido su primera experiencia publicitaria estrenando en primicia mundial la última campaña de Levi's el pasado marzo

combinados con voz (telefonía) y datos (acceso a internet), los llamados Triple Play, para intentar captar a más usuarios en su guerra particular, no por audiencia como lo hacen las cadenas convencionales sino por abonados. Según la consultora norteamericana Gartner, el número de suscriptores de televisión por internet alcanzará en Europa los 3,3 millones este año y dentro de cuatro años podría llegar a los 16,7 millones.

La predicción de IBM es aún mayor y en su estudio *The end of TV as we know it: A future industry perspective* fija en el 2012 el momento en el que la televisión tal y como la conocemos ahora desaparecerá para renacer con la fragmentación e individualización como premisas. El futuro de la televisión es que cada telespectador pueda personalizar su propia parrilla televisiva.

Un telespectador activo

Cuesta recordar que la televisión empezó en España como un monopolio y que sólo teníamos dos canales. 50 años después, la oferta ha mejorado y se ha multiplicado, además también el telespectador ha evolucionado.

Ya no se limita sólo a observar y a recibir la información de los medios de comunicación de masas, sino que participa (periodismo ciudadano). El telespectador, como ciudadano, ha encontrado en internet la mejor opción para expresar su opinión creando una voz alternativa e independiente a la de los medios y estableciendo la agenda.

Inmersos en la sociedad de la información, internet multiplica las fuentes con webs, listas de distribución, foros, chats, blogs, wikis... En concreto, los blogs dedicados a la televisión son ideales para compartir opiniones de programas y permiten estar al día de las últimas noticias de series de producción propia o extranjera, mucho antes de que se publiquen en la prensa (normalmente no muy atenta a este tipo de informaciones).

Pero como en los inicios de internet, la imagen se abre camino y pronto el texto de los blogs dan paso a los fotologs y los vlogs. Gracias a estos últimos, los vídeos creados por los usuarios (mezcla de vídeoartistas y reporteros) son distribuidos por internet como lo son por televisión los hechos por periodistas.

El caso de MobuzzTV: vlog español para la generación móvil

MobuzzTV es uno de los vlog más conocidos, aunque no el único. Se autodefine como un lugar donde estar informado de las últimas tendencias con pequeños vídeos, de 2 o 3 minutos de duración, donde los videoespectadores pueden dejar sus comentarios. Hay tres presentadoras que no tienen nada que ver con las habituales de un telediario, pero sí podemos considerar que cada programa es un magazine informativo ya que se tratan temas de actualidad e incluso se realizan entrevistas. Además, sus movisodios pueden verse desde su página web o descargarse al iPod o a la PSP.

Con más de 500 emisiones en poco más de 1 año de existencia, MobuzzTV ya ha tenido su primera experiencia publicitaria estrenando en primicia mundial la última campaña de Levi's el pasado marzo. Sin duda han considerado una buena audiencia los más de un millón de programas vistos al mes. Levi's ha apostado por un nuevo canal para iniciar la campaña, pero más tarde se apoyó también con spots en la televisión convencional.

El caso de Google Video, YouTube y Yahoo Video

Hay muchas formas y motivos para querer distribuir un vídeo por internet pero es necesario tener un espacio donde hacerlos accesibles al resto del Mundo además de ancho de banda suficiente para arrastrar muchos vídeos. Google Video, YouTube y Yahoo Video ofrecen este servicio de manera gratuita a sus usuarios registrados que pueden así compartir sus creaciones sin ningún coste para ellos.

En abril del año pasado, Google puso en marcha este servicio (más tarde también incorporaría la búsqueda de series de televisión) y aunque parecía que, siendo quien es su padre, iba a tener grandes beneficios pronto le salió competencia y fue superada. En junio del mismo año, nació YouTube bajo el atractivo tagline Broadcast Yourself. Un año más tarde ha llegado Yahoo Video.

Pero nadie puede hacerle sombra ya a la popularidad de YouTube. En marzo de este año, consiguió casi 13 millones de visitas únicas. Cada día 25 millones de internautas ven en YouTube más de 50 millones de vídeos y cuelgan otros 50.000. YouTube está en la 23ª posición en el ranking de Alexa, muy por encima de otros servicios de vídeo en internet.

Capturadoras de vídeo, sintonizadoras de televisión, TDT por USB, grabación a DVD... todo para que el usuario cree y comparta, configurando su propio canal de televisión.

Pero todos estos sitios, igual que el intercambio de cualquier tipo de archivos, se enfrentan al problema de los derechos de autor. Los usuarios ya no cuelgan simplemente vídeos caseros divertidos que se propagan con la rapidez de un viral y de los que son autores. También usan estos servicios para hacer circular por internet fragmentos de programas capturados directamente del televisor o conseguidos de las webs de los programas para poder comentarlos entre sus conocidos y lectores, normalmente también por su parte cómica pero también reivindicativa.

La reacción de YouTube ante las infracciones de copyright es deshabilitar la cuenta del usuario, como ha ocurrido hace sólo unos días con Llárame Lola, después de limitar el tiempo de duración de los vídeos para intentar evitar que sus usuarios colgasen capítulos enteros de series. A pesar del miedo que la piratería provoca, se ha demostrado que en lugar de alejar a los usuarios de internet de la pantalla del televisor, en realidad motiva igualmente a ver la serie, el boca oreja funciona.

Si frente a la pregunta “¿Viste ayer...?” la respuesta era “no”, hasta ahora la única solución era explicarlo como mejor se podía. Ahora, el que hace la pregunta puede compartir su vídeo y el que responde puede integrarse en la conversación, aunque sea una semana después de la emisión original.

Los ordenadores ya no son sólo máquinas que facilitan el trabajo, son centros multimedia pensados para el ocio. Capturadoras de vídeo, sintonizadoras de televisión, TDT por USB, grabación a DVD... todo para que el usuario cree y comparta, configurando su propio canal de televisión.

La televisión de los usuarios

Las cadenas de televisión se acercan cada vez al paradigma de canales online: programas de calidad disponibles en cualquier momento y desde cualquier lugar. Aún se están dando los primeros pasos indecisos y desconfiados, pero el poder de decisión se ha de acabar cediendo al telespectador. Las cadenas han de escuchar y no tratar a la audiencia como moneda de cambio.

En esa televisión futura, las cadenas crearán los contenidos pero serán los telespectadores quienes decidan qué, cuándo y dónde ver. Los telespectadores configurarán una parrilla personalizada a sus gustos y prioridades, sin tener en cuenta horarios preestablecidos o la procedencia de los vídeos o programas, que bien pueden ser del propio vecino. Y el televisor podrá ser tanto una pantalla de ordenador como la del móvil o una PSP.

Todo esto, esperamos, gratis.

La utopía puede ser realidad si se produce un cambio generacional en el que internet no sea vista como una red insegura; si las cadenas ceden en su posición abusiva de control; y si la publicidad cambia con el propio consumidor, orientándose a nuevas tecnologías. Sólo de la mano de internet, esta nueva televisión será rentable para todos y ganará también en calidad.

Pero no olvidemos que el acelerador de este cambio es el tele-espectador. De nosotros depende.

La televisión es personal

Juan Varela www.periodistas21.com

Juan Varela es periodista y consultor de medios. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra (1987) y Master en Periodismo por la Universidad Autónoma de Madrid-Diario El País (1989) Es autor del weblog: Periodistas 21, que recibió el premio The Bobs- Deutsche Welle al Mejor Weblog Periodístico en Español 2004.



3 horas y cuatro minutos cada día. Pegados a la tele. El consumo de televisión en el mundo aumenta (28 minutos más en 2005 que diez años antes) pese a internet y la saturación de medios. En la economía de la atención la televisión sigue siendo la reina.

Y ahora el imperio avanza sobre internet y las redes de telefonía. La nueva televisión cabe en un bolsillo. La televisión del futuro no necesita sillón. Olvida eso de sentarte ante una pantalla para ver tus programas favoritos. La televisión está en el móvil, en el ordenador, en las PDA's. Por todos lados. Vivimos en 625 líneas. Cuando queramos y los programas deseados. ¡Acabó la tiranía de los programadores!

La televisión evoluciona y el apagón analógico se acerca. En los partidos y las estrellas del Mundial de Fútbol de Alemania está depositada gran parte de la esperanza de la implantación de la televisión digital terrestre, del crecimiento de los canales de pago por cable y satélite, de los servicios de televisión en el móvil, de la televisión por banda ancha en internet (*IPTV*).

Cuando acabe el Mundial las pantallas se habrán multiplicado. ¿Y luego qué?

Las grandes cadenas y productoras de televisión ya están probando el impacto de las redes P2P y no quieren perder tiempo. Están dispuestos a no sufrir como la industria musical y han reaccionado pronto.

A través de sus propios sitios o de nuevos canales de distribución las televisiones se olvidan de las ondas, de las emisoras y cadenas, de la tiranía de los horarios, y distribuyen programas para su consumo bajo demanda por la audiencia y con otro modelo de negocio: la extensión del pago por visión a cambio de disfrutar de espacios sin anuncios.

La tecnología ha cambiado y el mercado también. Todo empezó cuando TiVo comenzó a popularizar en 1999 los videograbadores digitales -*digital video recorder (DVR) o personal video recorder (PVR)*- para ver la televisión cuando al telespectador le apetece y sin anuncios. Comenzó además la era del *time shifting*, la capacidad de ver asincrónicamente la televisión cambiando la tiranía de la programación, de los horarios, de corre que no llegas para ver ese programa.

Pero la revolución audiovisual tiene sus amenazas. La peor ataca la neutralidad de internet. Los contenidos audiovisuales demandan mucho ancho de banda y el cambio en la distribución

**La televisión está
en el móvil,
en el ordenador,
en las PDA's**

de contenidos difumina las diferencias entre empresas de telecomunicaciones, productores de televisión y cadenas, las distribuidoras tradicionales.

Las operadoras de telecomunicaciones pueden convertirse en medios al ser las que transportan los contenidos e incluso pueden ofrecerlos a través de sus propios servicios (internet, móviles, ADSL, etc.). Para rentabilizar las inversiones en la Red aspiran a discriminar los contenidos y servicios de internet a través del pago de proveedores y usuarios. Quienes paguen disfrutarán de servicios de gran velocidad, para el resto, una red de segunda con grandes limitaciones para la generación de nuevos contenidos y aplicaciones.

El fin de la neutralidad de la Red es la mayor amenaza para la arquitectura original de internet. La demanda de las operadoras acabará con los principios de no discriminación de los contenidos, interconexión y acceso universal. La amenaza está en la televisión entendida únicamente como medio comercial dominado por las grandes cadenas.

Digital, móvil, en el momento justo y sólo los programas deseados. En directo o asincrónicamente, con la capacidad de volver atrás para recuperar una escena, ese gol, esa canción. Para ver las grandes producciones o las de gente corriente. Con la mayor sofisticación de producción o con una pequeña cámara alojada en los omnipresentes teléfonos móviles, PDA's, etc.

¿Y todo para qué? ¿La evolución de la televisión nos condena a la televisión o cambia el medio, el contenido y la relación con la audiencia?

Televisión sin espacio público

La televisión ha salido de las ondas. Es una revolución. Durante toda su historia la televisión ocupó el espacio público. Los gobiernos e instituciones internacionales se atribuyeron entonces la autoridad para regularla.

“La televisión es, en nuestro Ordenamiento Jurídico y en los términos del artículo 128 de la Constitución, un servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado”, decía en su preámbulo la Ley 10/1988 de Televisión Privada. Pero en aquellos años ya la revolución de la televisión por satélite y el cable anunciaban el fin de la vieja concepción de la radiotelevisión como concesionaria del espacio público en las ondas.

En 1989 la Unión Europea aprobaba la directiva Televisión sin Fronteras para abrir las fronteras audiovisuales de Europa a las emisiones de todos sus estados. Obligaba al desarrollo de la televisión privada.

Y el despegue de la televisión por satélite obligó en 1997 a volver a reformar la legislación. La “radiodifusión televisiva” a la que afectaba la primera directiva, definida como “emisión primaria, con o sin hilo, por tierra o por satélite, codificada o no, de programas televisados destinados al público” cambiaba por “organismo de radiodifusión televisiva”, por los que ya se entendía cualquier “persona física o jurídica que asuma la responsabilidad editorial de la composición de las parrillas de programas televisados y que los transmita o los haga transmitir por un tercero”.

Los canales y programadores eran la televisión, no los emisores, las tradicionales cadenas concesionarias. La propiedad o concesión de una emisora ya no definía la radiodifusión televisiva. Ahora son los contenidos. Desde ese punto de vista, hoy todos podemos ser una televisión.

En 2005 comenzó la gran “modernización” de la directiva comunitaria espoleada por la intención de regular todos los servicios audiovisuales, lineales o televisión convencional y no lineales, los servicios a demanda del público a través de cualquier tecnología.

La Comisión Europea definía el nuevo escenario revolucionario:

La convergencia de tecnologías y servicios: TV tradicional, IPTV, móviles, etc.

Expansión de la cobertura de televisión convencional, TV digital y redes móviles 3G.

Aumento de la televisión de pago y los servicios *pay-per-view*.

La extensión de vídeo bajo demanda (VOD).

Los intercambios de contenidos audiovisuales por P2P.

Servicios mixtos de televisión lineal y no lineal.

El cambio en los hábitos de los televidentes.

Nuevos métodos publicitarios digitales.

La nueva proposición incluye como televisión, entendida como servicios de contenidos audiovisuales, todos los medios para informar, entretener y educar que su principal objetivo sean los contenidos audiovisuales, por ondas o por cualquier otra tecnología. La propuesta de directiva propone un “ligero toque” legislativo a todos los medios audiovisuales para proteger los derechos

¿Y todo para qué?

¿La evolución de la televisión nos condena a la televisión o cambia el medio, el contenido y la relación con la audiencia?

**La TV es privada
porque la
programación
de las grandes
cadenas cada
vez condiciona
menos la agenda
y el imaginario
público**

fundamentales, los menores y regular la publicidad.

Muchos consideran que es una amenaza al desarrollo de la nueva televisión porque mientras los nuevos servicios la personalizan, la legislación la sigue tratando como si fuese un medio de masas. Y las normas para uno y otros son distintas.

Acabada la era de la ocupación del espacio público, la televisión y sus contenidos son una opción personal. Es el fin del broadcasting. La era del paradigma one-to-many ha acabado y crece el *many-to-many*.

La televisión es cosa privada. El espacio público radioeléctrico está a salvo porque el entorno digital ya no tiene límites. La TV es privada porque la programación de las grandes cadenas cada vez condiciona menos la agenda y el imaginario público. Su influencia es todavía enorme, pero la multiplicidad de canales, elecciones, formas de consumo y acceso permite una experiencia diferente, mucho más personalizable.

Los vídeos más populares de YouTube.com ya compiten con los éxitos de los grandes canales, al menos entre los más jóvenes. La conversación entre las familias cada vez se aleja más del universo televisado por la caja boba. En el bolsillo y en el ordenador de muchos se animan imágenes infinitas alejadas de la imaginería de los medios de masas.

Interactividad

La nueva televisión es interactiva. El espectador puede seguir siendo pasivo ante la caja boba o aprovechar sus posibilidades de interacción, desde la elección de programas, comentarios en directo, encuestas, guía, teletexto enriquecido, etc. La clave está en un canal de retorno a través de internet, cable o satélite.

La BBC ya usa la televisión interactiva para sus programas de noticias, deportes, tiempo, infantiles y de entretenimiento. Y ha redefinido el futuro conforme a los nuevos avances y demandas de la audiencia:

“La televisión bajo demanda será la tercera era de la radiodifusión y la segunda fase de lo digital. La primera era fueron los canales lineales y de limitada elección. La segunda fueron los canales lineales con más elección (oferta), más de lo mismo. La tercera da a la audiencia mucho más control, personalización e interacción”.

La lucha por los estándares técnicos es todavía una rémora para la televisión interactiva, incorporada a muchas cadenas analógicas con el fácil recurso de los mensajes SMS, que ya han desplazado en gran medida a la comunicación entre telespectadores y estudio a través del teléfono convencional.

Muchos defienden que la mayoría de los telespectadores seguirán más atentos a las imágenes que a sus mandos y teclados. Y tienen razón. Pero hay muchos programas que convierten la experiencia de ver la tele en una conversación con otros telespectadores más allá de los que te acompañan en el sofá.

La interactividad con la televisión cambia completamente su concepción de medio pasivo, esclavizante. Crece la alternativa a la caja boba. Ahora se puede interactuar sobre la programación y los contenidos.

El diálogo con la televisión es todavía muy limitado, pero la inclusión de SMS en los programas de entretenimiento, los concursos interactivos y otras posibilidades de interacción permiten utilizar la televisión de una forma distinta: de la consulta de datos sobre programación, servicios o información a la inclusión en la narrativa televisiva. El televidente puede saltar de su sillón y meterse en los contenidos como cuando Alicia cruzó el espejo.

Por ahora, la narrativa televisiva sigue en manos de los guionistas y programadores, pero la audiencia pide paso y algunos productores comienzan a tenerla en cuenta.

Participación

“El futuro ya ha ocurrido, pero no está bien distribuido”. La frase del escritor William Gibson ilustra porqué la gente se ha lanzado a crear televisión y contenidos audiovisuales en cuanto la tecnología le ha puesto a mano los instrumentos. La televisión ya no es patrimonio de unos pocos. De los poseedores de las viejas licencias, de los políticos que las conceden, de quienes tienen el dinero para producir contenidos audiovisuales. Las barreras tradicionales caen poco a poco aunque la televisión como medio masivo seguirá por un tiempo siendo la de siempre.

La nueva alfabetización (literacidad) es audiovisual, defiende Lawrence Lessig. Las nuevas generaciones tienen más cultura audiovisual. Son capaces de crear contenidos audiovisuales igual que las generaciones anteriores escribían.

“El alfabetismo mediático es la habilidad para entender, analizar, y deconstruir las imágenes de los medios”, la definición de Dave Yanofsky, director de *Just Think*, marca gran parte de lo que se puede ver en *YouTube*, *Current TV* y otras televisiones participativas. Sitios donde la programación la hacen los usuarios.

Las herramientas web nos dan la posibilidad de establecer una cooperación horizontal y de juntar tiempo y espacio en proyectos que están físicamente alejados

“No mires, sumérgete”, es el lema de *YouTube*. Defiende que te abones a tus favoritos y sigas las actualizaciones, te integres en una comunidad con otros usuarios para compartir gustos y visionados, y que crees tus propios contenidos. Es el círculo virtuoso de la televisión participativa.

Blogs, televisión por internet, *vodcasting*... La televisión pertenece a la audiencia participativa, que crea y ve lo que otros crean y comienza a generar comunidades interesadas en determinados temas, áreas o gramáticas de la imagen.

La televisión participativa ya no es una utopía. La multiplicación de las cámaras a través de los equipos digitales: videocámaras portátiles, teléfonos móviles con cámara, etc. han convertido cualquier sitio en un paraíso de tomadores de imágenes que no se conforman con grabarlas, sino que utilizan sus webs y los sitios electrónicos que permiten guardarlas para compartirlas.

Ya no tienes que esperar a que alguien en la televisión te otorgue los 15 minutos de la gloria catódica prometida por Andy Warhol. El mundo digital te permite convertirte en tu propio productor y mostrar tu identidad, la de los tuyos y la de otros en la gran televisión digital en la que se ha convertido la Red.

La revolución de las cámaras digitales, especialmente las integradas en los móviles, ha llegado tan lejos que ya se organizan grandes concursos para periodistas ciudadanos para premiar sus imágenes.

La revolución en la industria audiovisual

Esta nueva cultura audiovisual unida a la digitalización está transformando la industria, la sociedad, los hábitos y todo lo que relacionamos con la televisión.

Convergencia es el mantra.

Cambian los soportes y cambia el negocio: en iTunes, la gran tienda de ocio audiovisual digital de Apple, ya se pueden encontrar las mejores series de las grandes cadenas por 1,99 dólares. ABC, NBC, Fox, MTV, ESPN, Sci Fi Channel, Comedy Central, Disney, Nickelodeon, Showtime. Están disponibles para el ordenador y el iPod.

Pero hay otra forma de ver televisión. En MTV no están seguros de que lo que se ve en las grandes pantallas sea el contenido preferido y buscado también en las pequeñas. Tampoco creen que

la televisión en el móvil, la gran esperanza de la industria, vaya a utilizar los mismos formatos que la vieja televisión.

25 años después de su fundación un grupo de expertos de la cadena musical busca nuevas alternativas para que MTV siga siendo joven y atractiva. Y su búsqueda son otro tipo de programas orientados al móvil, cortos, con un estilo directo y sin sofisticación, grabados desde las propias cámaras de un teléfono móvil o imitando su estilo.

Frente a la distribución de programas tradicionales de televisión por vodcasting o plataformas comerciales de internet, MTV ha comenzado a apostar por sitios como iFilm.com o Heavy.com. En iFilm los vídeos son cortos, pensados y editados para teléfonos móviles a los que se puede acceder desde varias operadoras. Si tienen menos de tres minutos mejor. Por delante un pequeño anuncio y después el vídeo deseado. Desde anuncios a videoclips pasando por cómics o los premios de la MTV resumidos en cinco minutos.

Heavy.com es pura adrenalina para adolescentes. Provocador, sarcástico. La cara más gamberra de la televisión en internet y para móviles.

Rejuvenecerse o morir.

Y cuidar y expandir el negocio. En unos sitios, pago por visión y otros financiados por la publicidad. Si quieres seguir las grandes series puedes hacerlo en la televisión convencional (cuando llegas) o adelantarte en las plataformas de compañías como ABC o CBS.

Innertube es la opción de la CBS para distribuir contenidos gratuitos. Promocional en su mayor parte, ofrece trailers, avances y fragmentos de sus programas. Pensado fundamentalmente como herramienta de marketing en la que incluso se incluyen anuncios.

La ABC ha escogido otro modelo. Distribuye sus series y programas de mayor éxito en internet gratuitamente con spots comerciales que no se pueden discriminar ni saltar. La fórmula de la televisión de siempre en el ordenador pero sin las barreras de la programación. El usuario elige y ve el programa y los anuncios.

La BBC decidió en 2005 poner a disposición de los ciudadanos británicos sus programas de los últimos siete días en internet. BBC *Integrated Media Player (IMP)* usa la tecnología P2P para distribuir

Ya no tienes que esperar a que alguien en la televisión te otorgue los 15 minutos de la gloria catódica prometida por Andy Warhol. El mundo digital te permite convertirte en tu propio productor y mostrar tu identidad, la de los tuyos y la de otros en la gran televisión digital en la que se ha convertido la Red

legalmente los programas, protegidos por *DRM (Digital Rights Management)* que hacen expirar los derechos a los siete días e impiden su difusión a otros usuarios.

La cadena pública británica está evaluando la posibilidad de poner todo su catálogo histórico a disposición de los ciudadanos británicos en internet. Mientras, BBC Film Network es una experiencia para exhibir y difundir las obras de los cineastas y creadores de televisión británicos a través de internet y nuevas tecnologías como los móviles o las emisiones de alta resolución.

El último paso en la apuesta por la nueva televisión es la emisión de los partidos del Mundial de Fútbol de Alemania al mismo tiempo por la televisión convencional e internet, donde se han añadido experiencias como la recreación virtual de las jugadas de los partidos a través de Virtual Replay.

Desde Cataluña ya puedes ver 3alacarta, un servicio de televisión en directo o a demanda por internet de banda ancha. 3alacarta incorpora la programación en directo de todas las cadenas públicas de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (TV3, 33/K3, 3/24 i TVCi) y muchos programas y gran parte de la oferta de esas televisiones públicas en vídeo a demanda.

El servicio catalán funciona con una doble oferta gratuita y de pago. La gratuita es el directo y vídeos de baja calidad mientras la de pago da acceso a toda la programación en alta calidad y el acceso al contenido histórico de TV3.

3alacarta avanza en la televisión interactiva y permite escribir comentarios sobre los vídeos y visualizar los de otros usuarios.

La información multiplica sus imágenes

La televisión cambió la información. La llegada de la televisión concentró el poder en los gobiernos, propietarios de las licencias, y en los políticos que aprendieron a manejarla.

John F. Kennedy cambió para siempre la política cuando entendió que el poder lo emitía la televisión. Un medio para promocionar la imagen personal y concentrar el poder ante una audiencia admirada, emocionada y pasiva. Podías interrumpir al presidente cuando hablaba con sus ministros, pero no mientras veía los telediarios de la noche.

Ahora es más difícil. La televisión es cada vez menos informativa y se entrelaza más con el *infotainment*. La televisión pública está



cuestionada y en revisión en casi todo el mundo y los poderes ya no pueden marcar el territorio con sus licencias. La televisión llega por todos lados. Primero fueron las parabólicas que florecían en las azoteas de los países democráticos y de aquellos que las prohibían. Ahora, internet, cada vez más imparable por muchos *proxys* y *firewalls* colocados por los censores.

Edward R Murrow, el hombre que desafió la caza de brujas del senador Joseph R. McCarthy desde la CBS ya se quejaba en 1958 cuando pronunció su famoso discurso antes los directores de informativos de televisión. Entonces Murrow se quejaba de que “el más poderoso instrumento de comunicación para insuflar en la ciudadanía las duras realidades que debemos afrontar si queremos sobrevivir” no estaba a la altura de los ciudadanos.

Ya creía que “el público es más razonable, contenido y maduro de lo que creen la mayoría de los programadores”. Y entonces la televisión estaba en la inocencia de la infancia.

Las alternativas informativas de la imagen crecen ahora. Si la aparición de la CNN cambió el ritmo y el público de la información para siempre, la expansión audiovisual de internet convierte a muchas webs en una nueva fuente de información audiovisual. Las televisiones comienzan a incluir vídeos y segmentos informativos audiovisuales en sus informaciones. En España lo hacen InformativosTelecinco.com o Cuatro.com y muchas otras ofrecen algunos vídeos y audios en sus páginas, aunque mayoritariamente no vinculados a la información.

Las grandes cadenas son televisiones también en la red. Pero la ventaja es no estar atado a un telediario. Las grandes webs informativas permiten consultar las noticias con profusión de contenidos audiovisuales, de informaciones elegidas por el usuario a los telediarios y los últimos boletines.

CNN es una de las cadenas que con más decisión ha apostado por las noticias audiovisuales. Muchas de sus noticias incluyen vídeos y en Pipeline, su servicio de pago, se pueden ver cuatro canales de vídeo en streaming y acceder a todas las noticias e imágenes de CNN.com sin publicidad.

La NBC ha potenciado la información audiovisual en su portal MSNBC.com, donde son una parte más de los contenidos informativos que agrupan revistas, diarios y medios digitales. A través de *iTunes*, la tienda de Apple, se ha atrevido a ofrecer sus principales programas informativos al precio de 1,99 dólares.

La televisión cambió la información. La llegada de la televisión concentró el poder en los gobiernos, propietarios de las licencias, y en los políticos que aprendieron a manejarla

ABC News no ha querido ser menos y en su página de noticias se pueden encontrar cada vez más historias con vídeo. Para los dispuestos a pagar por la información ha creado *ABC News Now*, que permite ver 24 horas de noticias y programas informativos en la televisión a través de los servicios de cable, por internet o en el móvil.

En Gran Bretaña la BBC emite sus telediarios en streaming y Sky News emplea los vídeos con asiduidad. Las agencias tampoco se han quedado atrás y algunas como Reuters emiten una gran parte de su servicio audiovisual a través de sus páginas webs.

Y en portales como Yahoo, la información audiovisual está entre sus ofertas.

Y no son los únicos. Los diarios se han incorporado a un mercado en crecimiento y donde las piezas informativas son más apreciadas que los telediarios. Los grandes diarios digitales, como en España elmundo.es o elpais.es ya utilizan la información audiovisual como una parte importante de su oferta y cobertura.

Si quieres ver noticias y no vivir pendiente del horario y el dictado de los directores de informativos lo mejor está en la web.

El futuro de la nueva televisión

Pero, ¿será la nueva televisión como la vieja? ¿Sirve de algo tener tanta oferta, tantos canales, tanta tecnología, tantas pantallas?

Los hábitos, la oferta y el mercado cambia. Los especialistas coinciden en que en la web y en los móviles no funcionan los mismos programas, formatos y estilos que en la pantalla grande.

El 75% de los norteamericanos no tienen ningún interés en ver la televisión por el móvil, según un estudio de RBC Capital Markets. Algunos más se interesan por la música en el teléfono, pero el 70% no se ve usando el móvil para escuchar sus preferidos.

En el móvil, tres discusiones siguen marcando el futuro: la tecnología, el modelo de negocio y los contenidos. La mayoría de la televisión por móvil se distribuye por 3G, pero los expertos creen que será insostenible si crece el público. Habrá que construir redes dedicadas sólo a la TV móvil.

Dos modelos tecnológicos subsisten (y parece que lo seguirán haciendo) para los futuros servicios: el *streaming* y las descargas. La primera es más adecuada para la información, los deportes,

etc., la segunda para los programas de ficción y de entretenimiento.

El modelo de negocio aún a cada vez más a operadoras de telecomunicaciones y medios. Los primeros tienen la red, los segundos, el contenido. La ocupación de banda, quién tiene al usuario final y si se cobra por el contenido o el servicio están entre las discusiones abiertas.

El entendimiento entre empresas avanza, pero el peligro amenaza a internet si pierde su neutralidad para convertirse en un canal privilegiado de difusión de contenidos.

El debate entre publicidad y pago por visión también está abierto. La publicidad ha comenzado a interesarse por nuevas fórmulas de patrocinio para llegar al público interesado en los productos adecuados. La nueva televisión ofrece capacidades de segmentación y personalización publicitaria inimaginables en la televisión convencional.

Los operadores y los dueños del contenido prefieren el modelo de pago por visión, pero la publicidad está creciendo y los consumidores son receptivos.

La nueva televisión se acerca. Pantallas pequeñas y móviles por un lado. Cada vez más grandes por otro. El cliente elige, la televisión, modelo de los mass media, se hace personal.

¡Prodúctete a ti mismo! Televisión, internet y la emergencia de la “cultura de clip”

Antoni Roig aroigt@uoc.edu

Antoni Roig es Ingeniero de Telecomunicaciones y Licenciado en Comunicación Audiovisual. Desde 1999 es profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación en la UOC— donde coordina el Área de Proyectos y Producción Audiovisual— y Director del Programa de Comunicación Audiovisual de la UOC desde sus inicios.

Present your videos right.



on the web

in a video RSS application

Broadcast Machine creates a web video gallery and RSS video channels.

Un mal día. En YouTube.

Hong Kong: 27 de abril de 2006, 11 pm, en un autobús de la línea 68X.

Un pasajero de mediana edad se encara con el joven ocupante del asiento de atrás, que le ha tocado el hombro para pedirle que baje la voz mientras habla por teléfono. Se inicia una discusión que va subiendo de tono hasta adquirir tintes tragicómicos: el pasajero mayor le exige disculpas de forma cada vez más agresiva ante la actitud distante e indiferente del joven. “¡Yo estoy bajo presión, tú estás bajo presión!”, “¡No está arreglado, no está arreglado!” son algunas de las frases que lanza repetidamente el primer pasajero. La discusión se alarga durante más de seis minutos. Un tercer ocupante del vehículo graba la escena a través de su teléfono móvil: el vídeo llega en primer lugar al HK Golden Forum y poco después a Google Video y YouTube. Resulta ser uno de los más vistos en YouTube en mayo (más de cinco millones de peticiones). Y se desata la fiebre. En Hong Kong, el vídeo se convierte en un fenómeno social: las frases pronunciadas por el protagonista del vídeo (identificado más tarde como Mr. Chan) se convierten en expresiones habituales entre los adolescentes cantoneses; proliferan las parodias, incluso con connotaciones políticas; los protagonistas del incidente se ven propulsados a una inesperada popularidad de la noche a la mañana (lo que ha llevado a provocar a Mr. Chan y a su entorno problemas personales y laborales). Mientras tanto diversas tertulias radiofónicas utilizan el caso como ejemplo del tenso ritmo de vida de la metrópolis y una de las principales cadenas de televisión de Hong Kong, TVB, ha llegado a utilizar una parodia del vídeo para promocionar la cobertura del mundial de fútbol de junio de 2006. Incluso se ha convertido en inspiración para un anuncio de una marca de refrescos. El eco del fenómeno y una versión del vídeo subtitulada en inglés le ha valido adquirir presencia en diversos medios occidentales (como Associated Press, The New York Times, The Guardian, RealTech News o The Wall Street Journal), mientras que en YouTube proliferan reelaboraciones de todo tipo. Y desde el 7 de junio, “The Bus Uncle” tiene su correspondiente entrada en Wikipedia. Escribo estas líneas el 27 de junio de 2006, exactamente dos meses más tarde.

Lo descrito anteriormente parece meramente anecdótico: un incidente local, sin mayor trascendencia (una discusión en un autobús), es capturada accidentalmente desde un teléfono móvil y adquiere desmesurada notoriedad gracias a uno de los correspondientes “últimos fenómenos” de internet, en este caso

La innovación tecnológica se dirige a satisfacer las necesidades de unos usuarios cada vez más competentes en el uso de tecnologías de la información

YouTube. La maquinaria mediática tradicional hace el resto. Pero resulta, a mi juicio, altamente representativo de los profundos cambios que tienen lugar en el contexto de los nuevos medios de comunicación.

En el paradigma tradicional sobre la televisión, las noticias (y por tanto la actualidad) se producen profesionalmente desde las agencias o las propias cadenas de televisión. Sólo en determinados casos se difunden imágenes captadas “no profesionalmente”, atendiendo a su “valor documental”, a pesar de no cumplir los estándares de calidad de retransmisión. En esta ocasión, un suceso es captado por un dispositivo móvil, de limitada calidad de imagen y sonido, y se expande hasta límites impensables hace sólo unos años a través de canales totalmente al margen de los medios tradicionales. Éstos, sorprendidos por el fenómeno, reaccionan apropiándose no sólo de los hechos y sus protagonistas, sino de la propia estética del vídeo, en un proceso de realimentación que genera a su vez nuevos textos, tanto “profesionales” como “amateurs”. Es un exponente más de la necesidad de cuestionar diversas ideas preconcebidas sobre la producción cultural audiovisual y particularmente sobre la televisión en una época en que los usuarios disponen de multitud de opciones no sólo para “elegir”, sino también para producir, recrear, difundir y compartir contenidos. Y no sólo en un plano teórico o restringido, sino, como en el caso de *“The Bus Uncle”*, masivo y casi en tiempo real.

La televisión en la era digital: ¿el fin de los media como institución?

Los principales discursos alrededor del futuro de la televisión en la era digital aparecen enormemente condicionados por las preocupaciones de las empresas productoras y difusoras de contenido: la multiplicación de la oferta, la fragmentación de la audiencia, la adaptación a un salto tecnológico como la TDT –desplegada en paralelo a su obsolescencia tecnológica-, las incógnitas alrededor de cuestiones como los contenidos y servicios interactivos o el futuro de la alta definición, la producción multiplataforma, la situación en este panorama de la televisión local y de proximidad y la tensión entre servicio público e iniciativa privada, entre local y global, entre escasez y abundancia, son algunos de los temas recurrentes. Todas estas cuestiones, sin duda relevantes, responden a una misma consideración previa: la televisión *como institución*. En esta aproximación, la televisión se ve como un sistema más o menos homogéneo donde una serie de organizaciones públicas y/o privadas producen contenido y unos espectadores

(convertidos en usuarios), consumen dichos contenidos y/o acceden a nuevos servicios de valor añadido facilitados por dichas instituciones. En general, esta ha sido la perspectiva desde el que se ha abordado y se sigue abordando a menudo el estudio de los medios de comunicación, incluso de los “nuevos”.

Desde este punto de vista, la innovación tecnológica se dirige a satisfacer las necesidades de unos usuarios cada vez más competentes en el uso de tecnologías de la información. *Acceso, disponibilidad, movilidad, calidad o interactividad* son algunos de los términos utilizados en los discursos sobre la “nueva televisión”. ¿Pero sigue siendo este modelo válido en la actualidad? Existen como mínimo una serie de cuestiones a las que debemos prestar atención para disponer de una más amplia perspectiva sobre lo que significa la televisión y, en general, los media en la era digital.

El origen del problema es la constatación de que nos encontramos ante un nuevo contexto en que los medios se hallan en profunda transformación, y no sólo de índole tecnológica. El cine y la televisión convencionales pueden verse actualmente como *puntos de entrada* familiares a formas de consumo cada vez más híbridas, donde medios emergentes y tradicionales se hallan interrelacionados y donde se desdibujan las barreras entre recepción y emisión, producción y uso, comunicación de masas y comunicación interpersonal, entre lo profesional y lo amateur, entre lo público y lo privado (¡y si no, que se lo pregunten a Mr. Chan!).



Y es que posiblemente la aportación más radical de internet como medio de comunicación ha sido la redefinición de la relación entre “productores” (tradicionalmente profesionales de la creación y la distribución de contenidos) y “consumidores” (tradicionalmente entendidos como receptores, espectadores). Dicha relación pasa a hacerse más compleja y en cualquier caso queda marcada en un hecho histórico sin precedentes: los consumidores se convierten no sólo en usuarios, sino que adquieren la capacidad de convertirse en productores o editores, ideando, seleccionando, implementando y difundiendo contenidos propios o reelaborando y compartiendo contenidos de su elección. Teóricos de la cultura popular como Henry Jenkins identifican esta

situación como un punto clave en la emergencia de una *cultura participativa*.

Estos cambios tecnológicos y culturales se corresponden también con otros cambios a nivel económico y que no debemos obviar. El éxito de tiendas online dedicadas a la cultura y el entretenimiento, como *Amazon*, *Netflix*, *Rhapsody* o *iTunes* señala, según apuntan diversos expertos a un nuevo modelo que puede resultar determinante para la futura evolución de los medios de comunicación. Se trata de lo que Chris Anderson denomina “la larga cola” (*The Long Tail™*). Según Anderson, este tipo de empresas obtienen sus beneficios no tanto a partir de las ventas masivas de unos pocos productos de éxito, sino de la capacidad de atender intereses minoritarios a través de la comercialización de productos que se hallarían al final de los gráficos de ventas, formando una cola tan larga que, sumada, termina adquiriendo mayor peso en los beneficios que los producidos por los grandes éxitos. Se trata, por tanto, de un cambio radical en relación a la cultura del “mínimo común denominador”, que demostraría que, en contra de lo que parece, lo minoritario “vende”. Y lo hace tanto por la disponibilidad de producto (*Rhapsody* ofrece por ejemplo más de medio millón de canciones) como por los sistemas de recomendaciones, en donde los usuarios juegan un papel muy importante.

Los medios tradicionales no pueden vivir en absoluto ajenos a esta nueva situación. Por un lado, los datos apuntan una marcada tendencia por parte de un sector del público, en especial joven, hacia un menor consumo de televisión, siendo desplazada por prácticas orientadas a la comunicación interpersonal (como la telefonía móvil o el *messenger*), a la personalización o a la producción. Los blogs, los videojuegos online o las redes P2P, posiblemente los referentes más inmediatos de esta tendencia, deben parte de su éxito a aunar la dimensión comunicativa, la personalización y la producción. En este sentido, las redes de intercambio de archivos suponen no sólo una aparente amenaza para los derechos de propiedad intelectual de la industria, sino una forma “no legitimada” de consumo audiovisual alternativa a la programación televisiva; la fragmentación de las audiencias, así como ciertas nuevas aportaciones a la electrónica de consumo han puesto en estado de alerta a anunciantes y empresas de publicidad, principal fuente de ingresos de las cadenas de televisión (como veremos más adelante, la publicidad ha tomado buena nota y ya está sacando partido de esta nueva situación).

¿Llega (otra vez) el momento de anunciar el fin de los medios de comunicación y las industrias culturales tal y como los conocemos, el momento de la liberación de los espectadores gracias a las nuevas tecnologías, la emergencia global de talento hasta ahora frenado por los intereses y las barreras de entrada de las grandes corporaciones, la llegada de un modelo comunicativo justo, en definitiva, la tan ansiada democratización de los medios? Por lo que parece, no. De entrada, nada hace considerar que asistamos a la substitución de los “viejos medios” por los “nuevos”. Por lo general las teorías evolucionistas basadas en la substitución de lo “viejo” por lo “nuevo”, aunque atractivas, suelen resultar tremendamente erróneas. Lo que sí podemos asegurar es que, en el panorama de los medios de comunicación emerge con fuerza una superposición de capas que responden a lógicas distintas pero que coexisten, se interrelacionan y se realimentan. Y de esta cohabitación surgen cambios especialmente importantes que exigen nuevas aproximaciones.

La necesidad de una reorientación teórica: ¿hacia la “autocomunicación de masas”?

En mayo de 2006, Manuel Castells pronunciaba una conferencia ante un nutrido grupo de periodistas y políticos en la que advertía del peligro que supone para la representatividad de la clase política ignorar las nuevas dinámicas de organización social, atendiendo a los numerosos ejemplos de movilización civil a través de internet o los mensajes SMS. Castells sitúa esta creciente autonomía organizativa de los ciudadanos dentro de un marco que denomina como “autocomunicación de masas”. Tenemos aquí un nuevo ejemplo de las profundas implicaciones de este nuevo contexto de relación entre instituciones y ciudadanos, a la vez que un nuevo llamamiento a un replanteamiento teórico. A continuación describiré brevemente tres aproximaciones sobre los medios de comunicación que proponen precisamente atender a la coexistencia de modelos de comunicación institucionalizados y modelos de comunicación ciudadanos.

Lana F. Rakow plantea el debate teórico de la siguiente manera: la evolución de la investigación social sobre la comunicación nos ha llevado de desplazar el énfasis sobre el estudio de los “efectos de los medios de la comunicación” al interés hacia los usos de los media. Dicho de otra manera, de preguntarnos “¿Qué hacen los media a la gente?” hemos pasado a interrogarnos “¿Qué hace la gente con los media?”. Sin duda, se trata de un giro fundamental, aunque conviene señalar que ambos planteamientos responden a un mismo punto de partida, el mismo observado anteriormen-

**De preguntarnos
“¿Qué hacen los
media
a la gente?”
hemos pasado
a interrogarnos
“¿Qué hace la
gente con los
media?”.**

te en relación a la televisión: son los medios los que “hablan” y los públicos los que “escuchan”. Pero en el momento en que se consolida un nuevo contexto caracterizado por la capacidad de producción por parte de los públicos, debemos reconsiderar nuestras preguntas: de “¿Qué hace la gente con los media?”, aun manteniendo el uso como referencia, llega el momento de empezar a plantearse nuevas cuestiones. Desde mi punto de vista, en nuestro caso una cuestión fundamental es “¿Qué media hace la gente?”. Y inspirándome en el caso “*The bus Uncle*” podríamos añadir, rizando el rizo, “¿Qué hacen los media con los media que hace la gente?”

Por su parte, P. David Marshall plantea una teoría denominada “tesis de la producción cultural”, según la cual el nuevo contexto se caracteriza por la emergencia de una cultura productiva, instigada por el “deseo reprimido de producir” de los usuarios, hecho realidad gracias al desarrollo de las herramientas informáticas y a internet. Esta hibridación de roles entre espectador, usuario, consumidor y productor ha dado pie a curiosos neologismos (como *viewsers*, *prosumers* o *producers*) y términos como “consumo productivo”, que de paso subrayan un hecho que no podemos ignorar: este nuevo contexto favorece determinadas formas de consumo, sea a través de dispositivos electrónicos, hardware, software, servicios de comunicaciones o productos culturales. De todas formas, quizás la más importante aportación de la tesis de la producción cultural es la necesidad de adoptar una nueva perspectiva para estudiar los fenómenos culturales, de forma que se incluya el estudio de las actividades de “escritura” de los usuarios, no sólo las tradicionales actividades de “lectura”.

Finalmente, Henry Jenkins establece una teoría más general, denominada “convergencia cultural de los media”. Jenkins parte de la consideración que la denominada convergencia de medios no puede entenderse como un cambio tecnológico, sino como a un proceso vinculado al uso de una serie de tecnologías de los media ubicuas e íntimamente relacionadas. Jenkins describe una tensión entre dos tendencias contrapuestas pero interrelacionadas. Por un lado, la reducción de los costes de producción y distribución, combinada con la expansión de los canales de difusión, proporciona a los consumidores nuevas y más eficientes formas de archivar, anotar, apropiarse y redistribuir contenido audiovisual, lo que, como avanzaba anteriormente, denomina cultura participativa; por otro, se produce una enorme concentración de la propiedad de los medios de comunicación dominantes, con un pequeño conjunto de corporaciones controlando todos los sectores de la industria del entretenimiento (*convergencia corporativa*). Para Jenkins, el futuro de los media pasa por un pacto o



tregua entre estas dos tendencias y prevé diversos escenarios en función de la negociación que se establezca entre la cultura participativa y la convergencia corporativa. Así por ejemplo, podría consolidarse un escenario en el cual se posibilitaría la convivencia de dos tipos de poder mediático: una a través de la concentración, de forma que el mensaje adquiriría autoridad a través de los canales de difusión consolidados; el otro a través de la cultura participativa, donde un mensaje gana visibilidad sólo si es considerado relevante ante una red flexible de públicos diversos. Un extremo señalaría los valores y temas de actualidad, el otro los recontextualizaría para diferentes públicos abriendo la posibilidad a dejar sentir voces diferentes. En este escenario, la innovación tendría lugar en la periferia y la consolidación en la vía principal.

Así pues, en el marco de la producción cultural audiovisual, podemos afirmar por tanto que la capacidad de “autoproducción” o “autocomunicación” por parte de los usuarios resulta central, más todavía cuando se hace realidad el anunciado giro de internet hacia lo audiovisual. La producción de películas realizadas por fans a partir de iconos de la cultura popular contemporánea, como *Star Wars* o *The Matrix*, algunas de ellas con una calidad técnica y artística que les ha llevado a ser comparadas con los originales, o la simbiosis entre industria y jugadores en el sector de los videojuegos resultan ejemplos enormemente significativos de la aplicación de la cultura productiva al ámbito audiovisual. De cara a concentrarnos más directamente en la apropiación de las formas y lenguajes televisivos, trataré de la emergencia de la llamada “cultura de clip”.

La emergencia de la “cultura de clip”. Y cómo la publicidad aprendió a amarla.

Según datos de abril de 2006, en un solo día, *YouTube*, que define a sí misma como una “empresa que permite ver y compartir vídeos originales a través de una experiencia web”, sirve 40 millones de vídeos, mientras sus usuarios suben 35000 nuevos vídeos y recibe 100 millones de visitas. Su lema: “*Broadcast Yourself!*”. Ante los interrogantes que suscita su modelo de negocio, sus propios responsables explican que su objetivo es nutrirse de un tipo de publicidad que no afecte a la experiencia de sus usuarios, a la vez que establecer acuerdos con diversas compañías para proporcionar también un escaparate único para la difusión de vídeos profesionales (por ejemplo videoclips, trailers o incluso los primeros minutos de inminentes estrenos cinematográficos). Ciertamente el éxito de la empresa se basa en la extrema

No hay duda que las empresas publicitarias sí han calibrado el valor de la “cultura de clip”, utilizando a fondo el potencial productivo de sus consumidores y las posibilidades del vídeo viral.

facilidad para acceder y para subir los vídeos, pero también para abanderar la denominada “cultura de clip”, concepto basado en la capacidad para compartir y distribuir vídeo de pequeño formato (clips) de forma viral. Esta es la clave del éxito de “The Bus Uncle”: no sólo se trata de ir a buscar el vídeo en *YouTube*, sino extender masivamente su impacto a través del correo electrónico o la telefonía 3G. Se trata pues de una estrategia de marketing que encaja directamente con las prácticas que están llevando a cabo diferentes empresas publicitarias en su estrategia en internet. El *marketing* o la publicidad viral se basa precisamente en conseguir que sean los consumidores los que difundan y compartan con otros contenido esponsorizado por una marca, sean bromas visuales, spots publicitarios suficientemente atractivos, canciones, juegos o fotografías.

Y es que, una vez más, las empresas de *marketing* y publicidad llevan ventaja a la hora de intuir y adaptarse a los cambios. Así, el experto Danny Rimer destaca dos elementos clave del momento actual en internet: el concepto de comunidad y el “mundo de autoservicio”, en el cual los consumidores nos hemos convertido en editores y creadores de contenidos, lo que cambia radicalmente las reglas del juego. Ciertamente, un análisis aunque sea superficial de las estrategias publicitarias recientes, tanto televisivas como a través de internet revelan un creciente interés por integrar al público en la campaña, no sólo como consumidor, sino como productor (aunque sea interesadamente). Es lo que los expertos en marketing denominan “marketing ciudadano”: Así planteó su pionera campaña una conocida marca de galletas en 2005, dirigida a un público eminentemente joven:

“BuenRolloTV es tu oportunidad para expresarte haciendo tu propio anuncio. Y te lo vamos a poner fácil. Te pillas una cámara, unos amigos, ruedas un anuncio de Filipinos y nos lo envías. Puedes enviar todos los que quieras. Para empezar, lo colgamos en la web de BuenrolloTV y los mejores los pondremos en la tele. Sí, sí, en la tele. ¿Es eso buen rollo o no?”

No hay duda que las empresas publicitarias sí han calibrado el valor de la “cultura de clip”, utilizando a fondo el potencial productivo de sus consumidores y las posibilidades del vídeo viral. No es de extrañar que 2006 sea también el año en que la batalla por la canción del verano se libere de forma viral, con la MTV o Universal como algunos de los contendientes.

El futuro de la televisión del futuro

Atendiendo a la batalla de la televisión, me parece interesante terminar este capítulo contrastando dos modelos de televisión digital para el futuro inmediato, aparentemente en oposición y que posiblemente nos den algunas pistas tanto des del punto de vista industrial como cultural: *IPTV* frente al concepto de *internet Television*.

A pesar de la confusión que puede generar el término, la *IPTV* no es televisión a través de internet, sino un sistema propietario para la distribución de señales por canales seguros basados en el protocolo IP. Se trata de un modelo especialmente atractivo tanto para las empresas difusoras, que pueden reemplazar así a medio plazo sus sistemas de cable, satélite o TDT; para el sector de la publicidad, ante las enormes posibilidades para conocer preferencias de los usuarios y llevar a cabo acciones personalizadas de comercio electrónico y publicidad personalizada e interactiva; y también para los productores de contenidos, ya que les proporciona un enorme control sobre sus propiedades. Los detractores de la *IPTV* le recriminan que responda a la misma lógica que la televisión tradicional, fundamentalmente institucionalizada y estructurada, con empresas que proporcionan servicio a usuarios considerados como clientes a través de un sistema de difusión cerrado, limitado geográficamente y que precisa de la adquisición de dispositivos específicos como *set-top boxes*: se trataría por tanto del perfeccionamiento del primer paradigma. A pesar de todo, hay quien considera que, lejos de reforzar el poder de las grandes corporaciones, la *IPTV* rompe el oligopolio mediático que ha sido hasta el momento fruto de la necesidad de regular un espacio de capacidad limitada, como es el caso de la televisión analógica o la TDT. Según este punto de vista, defendido por expertos como Jonathan Taplin, la *IPTV* proporcionaría oportunidades reales a los nuevos talentos creativos o al mundo de la educación gracias a la multiplicación potencialmente ilimitada de la oferta, lo que facilitaría la orientación a todo tipo de mercados (aunque el propio Taplin reconoce que esta democratización depende de una adecuada regulación que garantice la apertura real del sistema).

El punto de partida de la *internet Television* (algunos hablan más genéricamente de la emergencia de la internet del vídeo) es fundamental y radicalmente distinta. Sus defensores lo definen como un modelo abierto que permite a cualquiera “publicar” su canal de televisión con imagen de calidad a través de internet, con la misma facilidad que un blog. Las empresas que desarrollan herramientas para la internet Television utilizan estándares

**Un modelo
abierto que
permite
a cualquiera
“publicar”
su canal
de televisión
con imagen
de calidad
a través
de internet,
con la misma
facilidad
que un blog**



abiertos con el objetivo de conseguir la mayor independencia posible de los dispositivos (nada parecido a tener que incorporar una nueva set-top box). Además no requiere de ninguna nueva infraestructura, ya que puede funcionar sobre la banda ancha existente (este es uno de los actuales puntos débiles, aunque transitorios, de la IPTV) y se presenta como una solución de alcance global. La internet Television es sin duda heredera de las numerosas iniciativas de webcasting y de difusión de vídeo a través de internet que han ido desarrollándose en diferentes momentos. Si a principios del nuevo siglo asistíamos a experiencias de apropiación o experimentación con el vídeo en internet basadas en el streaming, en un momento de limitada implantación de la banda ancha, en la actualidad los *videoblogs* o *el videocasting* generan continuamente nuevas expectativas, como lo demuestra el éxito de Ourmedia, YouTube, GoogleVideo o The internet Archive. Una de las empresas de referencia en el desarrollo plataformas para la publicación de televisión por internet es *Brightcove*, que ofrece una plataforma para la publicación y distribución de vídeo de calidad a través de internet. Dejando aparta la habitual mezcla de entusiasmo y grandilocuencia que rodea las utópicas promesas sobre el futuro, me parece interesante recoger la siguiente frase de su principal impulsor, Jeremy Allaire: *"el tema central y más importante que subraya todos los anteriores es que este modelo de Televisión por internet presenta un cambio de un modelo de software, hardware y redes cerradas a un modelo de plataformas abiertas, a cual todo el mundo puede acceder, utilizar y desarrollar"*. Aunque estas palabras hayan sido pronunciadas por un antiguo directivo de Macromedia, no podemos evitar relacionarlas con otro elemento clave en el desarrollo de la televisión por internet, como es el movimiento de software libre: de hecho, la *Participatory Culture Foundation (PCF)* tiene ya un proyecto en marcha para la creación de una plataforma de televisión por internet en software libre.

A modo de conclusión.

A lo largo de estas páginas he intentado apuntar toda una serie de tendencias y ejemplos destinados a subrayar una misma idea: la emergencia de una cultura productiva supone un reto a las concepciones tradicionales sobre los medios de comunicación y las formas de consumo cultural, a la vez que impone un cambio radical de las reglas del juego. Todo esto nos sume en una situación de incertidumbre, hibridación, superposición y contradicción. Un nuevo entorno complejo que, como suele suceder, resulta particularmente interesante. Mientras siguen los debates sobre la implantación de la TDT, hablamos ya de la IPTV. Mientras se sigue hablando de la inminencia de la llegada de la alta definición, se abre camino el vídeo para móviles y explota el fenómeno del vídeo viral, mientras se anuncia el desembarco del Blue Ray (¿o será el HD-DVD?) se pone en entredicho la necesidad de disponer de soportes físicos para la información, mientras se advierte sobre la crisis de la publicidad los creativos parecen haberse adaptado perfectamente a la "cultura de clip". Alta definición, red, movilidad, comunicación viral, televisión digital, autocomunicación de masas, *copyright*, *creative commons*, *libre circulación de contenidos*, *software libre*.... Resulta improbable pensar que se libere una batalla por la supervivencia, más bien por la ubicación de modelos de comunicación sostenibles que coexistirán, no sin tensiones, pero que deben mirarse a la cara y reconocerse. Porque, como diría Mr. Chan, que nunca imaginó que su imagen en un autobús daría la vuelta al mundo, *todos estamos bajo presión*.

File Edit Video Channel Help Democracy Player

Channel Guide

My Collection

New Videos

Search

Channel Frederator

Dooctoons

Just a Show

MediaRights

Rocketboom

some pig

Telemusicvision

VideoBomb Front Page Videos

Active Downloads



MediaRights

AUTO DOWNLOAD

SETTINGS

RECOMMEND

On This Channel

3 Downloads in Progress...



I Promise Africa

While making a documentary about orphans, a filmmaker preserves the voices of a generation that will soon be silenced.

Sep 22 2005

22.0MB

29 mins left - 6k/s



Pizza Surveillance Feature

Want some privacy infringement with that? If the Patriot Act continues to grow in scope, you may get more than mushrooms with your next pizza order.

Sep 15 2005

21.0MB

31 mins left - 6k/s



Laptop

A computer is only as advanced as the person behind the keyboard. Laptop reminds us that the digital divide still resides within our borders.

Sep 14 2005

5.0MB

11 mins left - 6k/s

Expiring



Deadline (Trailer)

"Deadline, an excellent documentary...chronicling the astonishingly flawed criminal justice system in Illinois."
--Richard Roeper, Chicago Sun-Times In January 2003,

Oct 24 2005

QUICKTIME 5.0MB

EXP. S ONLY SAVE

Add Channel

Options

00:00:00

⏪ ⏸ ⏩

1. Fuente, www.masternewmedia.org
2. Ver Taplin, 2006
3. El Informe del IN3 La Sociedad en Red en Catalunya (2002), fruto de la primera fase del proyecto PIC (Proyecto internet Catalunya) indicaba ya que el 16,6 % de los internautas ven menos televisión, de los cuales, el 61,7 % son jóvenes. En la segunda fase del proyecto, ahora en curso y en la que participo como investigador dentro del ámbito de la comunicación, nos hemos propuesto profundizar en este aspecto obteniendo nuevos datos sobre uso de las tecnologías de la información en el hogar, con especial atención al papel de los jóvenes o el multitasking.
4. Desde dispositivos específicos como los PVR (Personal Video Recorder), a grabadores de DVD, sintonizadores de TDT o televisores con disco duro incorporado.
5. Por ejemplo, recientemente Telefónica ha anunciado la presentación de su propia plataforma P2P, denominada Pixbox, anunciándola en términos de liberación del consumidor ante la baja calidad y poca fiabilidad de las plataformas gratuitas como Kazaa o E-mule. No deja de resultar paradójico que una fórmula basada precisamente en la relación directa entre usuarios intente ser capitalizada por un gigante de las comunicaciones.
6. Conferencia pronunciada dentro de la VII Jornada Parlamentaria sobre Medios Audiovisuales: la televisión y otras ventanas de comunicación audiovisual. Parlament de Catalunya, 15 de mayo de 2006.
7. Conferencia pronunciada dentro de la VII Jornada Parlamentaria sobre Medios Audiovisuales: la televisión y otras ventanas de comunicación audiovisual. Parlament de Catalunya, 15 de mayo de 2006.
8. Harries, 2002
9. Ver Marshall, 2004
10. Ver Jenkins en Thorburn y Jenkins, 2003 y Jenkins 2004
11. clip culture
12. www.youtube.com
13. Danny Rimer en una conferencia inscrita en el congreso internacional sobre marketing IMAN06. Fuente, <http://etc.territoriocreativo.es>
14. Fuente, <http://etc.territoriocreativo.es>
15. Fuente, www.masternewmedia.org y Taplin, 2006
16. El precedente más claro en nuestro país de lo que podría llegar a ser un servicio de IPTV lo representa actualmente Imagenio
17. Ver Taplin, 2006
18. Fuente, www.masternewmedia.org
19. Fuente, www.masternewmedia.org
20. Fuente, www.masternewmedia.org

Bibliografía:

- Alberich, J; Roig, A. (eds. 2005). Comunicación audiovisual digital. Barcelona: Editorial UOC
- Castells, M (2001). La galaxia internet. Barcelona: Plaza & Janés.
- Castells, M; Tubella, I; Sancho, T.; Díaz de Isla, I; Wellman, B. (2002) La sociedad red en Catalunya (Informe de investigación). [www.uoc.edu/in3/pic/esp/pic1.html]
- Harries, D. (ed. 2002). The new media book. Londres: British Film Institute Publishing
- Jenkins, H (2004). "The cultural logic or media convergence". En: International Journal of cultural Studies (vol. 1, núm. 7, pág. 33-43). Londres: Sage Publications.
- Marshall, P.D. (2004). New media cultures. Londres: Arnold Publishing
- Rakow, L.F. (1999). "The public at the table: from public access to public participation". En: New Media and Society (vol. 1, núm. 1, pág. 74-82). Londres: Sage Publications.
- Taplin, J. (2006). The IPTV Revolution. Artículo presentado en el CD ROM de las VII Jornadas Parlamentarias sobre medios audiovisuales. Parlament de Catalunya (15 de mayo de 2006)
- Thorburn, D; Jenkins, H (eds. 2003). Rethinking media change: the aesthetics of transition. Cambridge: The MIT Press.

Enlaces de interés:

www.brightcove.com

www.masternewmedia.org

www.ourmedia.org

www.youtube.com

www.thelongtail.com

http://en.wikipedia.org/wiki/Uncle_bus



“Hay que luchar contra la hegemonía de lo visual para ganar tiempo”

Entrevista a Chiu Longina por Pedro Jiménez

Chiu Longina www.longina.com

Pedro Jiménez www.zemos98.org | pedro@zemos98.org

Chiu Longina ha cursado estudios de Musicología en la Universidad de La Rioja y Antropología en la Universidad Complutense de Madrid. Como artista sonoro ha participado en numerosos festivales. Forma parte del grupo de trabajo del Centro de Creación Experimental de la Facultad de Bellas Artes de Cuenca. Ha sido uno de los coordinadores de las propuestas sonoras del Festival de Arte Sonora IFI en Pontevedra y forma parte del colectivo SINSALaudio de Vigo. Coordina mediateletipos.net y artesonor.org

Pedro Jiménez es miembro del equipo de coordinación de ZEMOS98. Licenciado en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Sevilla ha coordinado proyectos de narrativa digital y dirigido varios vídeos. Especialista en Educación a través de Internet por la UNED y Doctorando en Proceso de la Comunicación. Forma parte del blog colectivo mediateletipos.net y del equipo de redacción de >> Forward



Chiu Longina es su nombre artístico, muchos no conocen su verdadero nombre y ahora no importa, porque de todos modos él no lo oculta, sino que ese sobrenombre representa, de manera simbólica, la total asunción del planteamiento Fluxus: arte = vida, y sin tapujos. Chiu Longina es un amigo, un compañero y un “socio” y para seguir conociéndolo surge esta entrevista vía *e-mail*.

Ante todo, Chiu Longina es un incansable trabajador y activista de lo sonoro, que desde el entusiasmo y la honestidad trabaja por ensanchar la percepción colectiva del audio con las herramientas de la cultura libre. Chiu Longina viene participando en ZEMOS98 desde la quinta edición, con él hemos compartido información de todo tipo, ha actuado en las primeras experiencias sonoras y ha escrito textos, publicado informes y desarrollado audio.acciones.

Pedro Jiménez: en la octava edición de ZEMOS98 estuviste presentando algunos de los últimos proyectos en los que has trabajado ¿qué es artesonoro.org? ¿y mediateletipos.net?

Chiu Longina: Artesonoro.org y mediateletipos.net son comunidades en red abiertas cuyo principio fundamental es la libertad (frente al máximo beneficio). Mediateletipos.net es una agencia libre de noticias relacionadas con lo sonoro en la que trabajamos 6 personas (Juan Gil, José Antonio Sarmiento, Pablo Sanz, Julio Gómez y tú, Pedro Jiménez), y que tiene como objetivo (entre muchos otros que se pueden leer en la web), ofrecer información sobre el mundo sonoro. En ambas comunidades tenemos muy claro que la innovación se fortalece si se comparte (todo lo que no se da se pierde), ese es el principal valor de estos proyectos comunitarios con una importante dimensión ética basada en el compromiso y en el valor de la cooperación. Por ejemplo, Mediateletipos reflexiona sobre en qué medida el espíritu *open source* empieza a llegar a los componentes esenciales del poder; en qué medida la movilización de recursos, fuera de las instituciones del estado, contribuyen a diluir el poder de las corporaciones y cuestionan la teoría económica del valor. Estos proyectos se han subido al barco de la dinamización social apoyando la fuerza y la garantía que ya ofrecen otras comunidades en red. La guerra de guerrillas. Se posicionan en contra de las posiciones neutrales y, al mismo tiempo, reflexionan sobre los peligros del fundamentalismo tecnológico. Presentan las opiniones de todos los frentes sociales sin someterlas a juicio. La cultura es una construcción social dinámica y relatar/registrar su tiempo real es uno de los objetivos de estos proyectos.

En ambas comunidades tenemos muy claro que la innovación se fortalece si se comparte (todo lo que no se da se pierde)

Usamos herramientas de producción propias (o del procomún), las sometemos a la opinión pública, a la discusión y, en definitiva, creamos cultura. Una investigación colectiva alejada de los principales centros de producción, lo cual supone un doble esfuerzo (periferias *versus* centro). También sirve de plataforma de información, de mediateca digital que facilita herramientas para el uso crítico de la red. Generan una base de datos de acciones y prácticas sociales relacionadas con el audiovisual y las pone a disposición de la sociedad: abierta y libremente. Un trabajo de campo abierto y público.

PJ: Coge un poco de aire y contesta rápido ¿Tienes televisores? ¿Qué ves en los televisores?

ChL: Sí. Uno en cada habitación, dos portátiles y dos tarjetas sintonizadoras en los ordenadores. En total 9 televisores. Veo en él a toda una nueva generación que se ha educado a través de su pantalla. Me parece bien. También veo la serie *Weeds*, un pequeño milagro en América (la bajé con el torrent y la conecto a las teles con el ordenador). Y después veo mucha basura, rollo *mu-zak-tv*, para tener compañía cuando estoy solo en casa⁽³⁾.

PJ: ¿Vas al cine?

ChL: Veo mucho cine, pero la mayoría en casa, sentado a 40 cm del portátil con unos buenos cascos. Con un adaptador para dos cascos la experiencia con la otra persona gana mucho. La proporción entre una pantalla de cine gigante y una pantalla LCD de 15.4 pulgadas a 40 cms es exactamente la misma. El cine debe dar un paso más, acercarse al puro espectáculo multimedia. Una buena opción es el cine 3D (rollo imax). Recuerdo que hace unos años me fui al parque de la imagen de Poitiers, en Francia, allí vi un montón de películas en 3D de Jean Jacques Annaud y eso cambió mi percepción de lo que es un espectáculo cinematográfico (en realidad todo esto empezó con aquel Tiburón 3 en el que había que poner las gafas de cartón). Y otro asunto es el tema del P2P, con ese invento puedes sintonizar con la escena cinematográfica mundial, en tiempo real. El cine surcoreano no tiene rival (si lo montaran en 3D ya sería la pera).

PJ: Vale, eres un artista sonoro, pero has fijado muchas de tus acciones sonoras en fotografías. ¿Te interesa la fotografía? ¿Y el resto de las “artes plásticas”?

ChL: Una fotografía no es más que la 25ava parte de un segundo de vídeo, pero no la estoy despreciando, simplemente observo. Nunca me ha atraído el trabajo con fotografías, aunque reconoz-

co que bien hecha puede enviar claros mensajes. Yo la he utilizado en algunas ocasiones pero siempre como “testigo” de algún hecho que me interesa representar, nunca como obra definitiva; la utilizo para documentar acciones. Llevo años tratando de encontrar el modo de fotografiar el sonido y no lo he encontrado, más bien lo que he averiguado es que el sonido no se deja fotografiar. Tiene un componente subversivo muy interesante cuya “alma” no puede ser “objeto” de un “objetivo” y todo intento no es más que poesía al estilo francés.

Si entendemos “plástica” por un modo de “modelar” o “dar forma” a una idea pues sí que utilizo técnicas de este tipo. El problema (para el sistema mercantilista que necesita de los objetos tangibles), es que produzco ideas y no materias, y esos intangibles son los objetos de mi trabajo. Te pondré el caso del sonido, su uso, consumo y distribución, que es lo mío: la invención del fonógrafo a finales del Siglo XIX por Alva Edison, una tecnología que permitía grabar o “capturar” el sonido, abrió una nueva puerta al incipiente capitalismo que vio en esa tecnología la posibilidad de crear un nuevo producto para el mercado; una oportunidad para crear una nueva necesidad en la sociedad. La industria consiguió entonces “apresar”, “empaquetar” y “poseer” el sonido convirtiéndolo en un producto tangible sometido a las leyes de mercado. Le dio forma física a un elemento que es, en esencia, intangible y creó, mediante esa manipulación, un producto que ha contribuido a la construcción cultural de valores humanos. A partir de ese momento, la sociedad occidental, su imaginario común, asocia la música al soporte físico (la presencia de un disco implica automáticamente sonido). La música se asocia desde entonces, y culturalmente, a un “objeto que suena”, aquella invención supuso un importante conflicto dentro del entorno de los profesionales de la música que pensaban que tal invención restaría público a los eventos en directo, y por tanto, restaría negocio.

Pero al mismo tiempo la industria ha generado, más recientemente, una tecnología que cuestiona su propio negocio. Una tecnología que está permitiendo la distribución y el flujo del sonido sin necesidad de asociarlo a un soporte material (es el caso de los ordenadores y, recientemente, de los reproductores de audio mp3, los discos duros portátiles o los pequeños ordenadores personales).

Ahora, la industria se encuentra con la necesidad de plantearse una adaptación a estos nuevos modos de consumo, un necesario cambio de estrategia comercial empujado por un nuevo tipo de demanda. Se ha generado un nuevo conflicto, de nuevo de tinte económico. Analizar y “modelar” este fenómeno sociocultural es mi obra plástica.

PJ: Hablas de que la fotografía forma parte del vídeo, je, eso es posmodernidad. Esta es una pregunta, por tanto, muy obvia ¿te interesa el vídeo más que la fotografía?

ChL: Si, me gusta más. Lo utilizo para documentar las acciones que hago y cuido mucho el aspecto estético (que no técnico). Me gusta componer situaciones artificiales, muy forzadas, aparentemente mentiras. Después las grabo y la post-producción es casi nula. Es algo parecido a la Audio-Visión de Michel Chion, si es que es necesario poner un ejemplo. El último vídeo que grabé (con Berio Molina, un artista sonoro que trabaja habitualmente conmigo), es una crítica coñera al virtuosismo en lo post-digital. Aunque estas músicas, las postdigitales, ya contienen intrínsecamente una crítica a la perfección de la tecnología al aprovecharse y realizar sus fallos técnicos y errores, no han podido evitar caer en la misma trampa que unos años antes atrapara a la música históricamente llamada "seria" o "cultura" (la Música Clásica). El oído absoluto (*Perfect-Pitch*) ha sido un "valor" en la música clásica y el dominio de un lenguaje de programación, el programador (*Perfect-Byte*), es también un "valor" en las nuevas músicas. Pero ninguno de los dos valores garantizan un discurso sonoro de calidad. Tras ese manto valeroso se han escondido fakes, bluff-es y otros sub-organismos cuya capacidad de seducción y embaucamiento han sido efectivas.

Luciano Berio ya los criticaba en los 60 con sus series *Sequenza*, Paul McCarthy en los 70, un poco más ácido y en la pintura, como Elmyr d'Hory o la corriente lo-fi en el arte sonoro. Sea como sea en este vídeo se hace una crítica a este valor (también desde el virtuosismo), y se hace de la manera más contundente posible al celebrar el funeral por los entornos de programación más difundidos en el mundo del arte sonoro digital (aunque el vídeo, en este caso, es un complemento a una serie de fotografías en las que aparece ese funeral). El vídeo es la parte más lúdica de esa crítica, se titula *Inter [L] Corporation* y se busca un *byte* en un ordenador portátil, ese *byte* perfecto. Berio, mientras tanto, lava una gaita para desprenderla del peso que la reciente Historia ha cargado sobre ella -Fraga Iribarne se ha acompañado de gaiteros en todas sus tomas de posesión de sus cargos de presidente-. ¿Qué culpa tendría la gaita, no?.

Estos días he publicado una nueva web que integra parte de mi trabajo en vídeo, muy accesible todo, aquí: www.longina.com/web

PJ: Descansen en paz todos los softwares. ¿Qué importancia tiene el humor en tu acción artística?

ChL: Mucho menos del que desearía. Quizás mi trabajo peque de “pelín trascendente”, de serio y sistemático, de frío y superficial, pero es sólo apariencia o, si quieres, un rito de iniciación. A veces recuerdo cuando zaja de comer a los pianos (les daba alpacas) o aquel director de orquesta que salía al escenario y al agacharse para recibir el saludo aprovechaba para atarse los cordones de los zapatos. Cuando recuerdo aquellas acciones me troncho de risa y al mismo tiempo entiendo el profundo compromiso político de aquellas performances. El humor es la vía más compleja de lanzar mensajes y aspiro a manejarlo, pero no es fácil. Un ejemplo de humor en el Arte Sonoro es el de Nilo Gallego o el de Ladrilio en Valladolid, estos artistas han pasado la línea y llegan por esa vía. Recuerdo una acción de Nilo con un rebaño de ovejas, una especie de *Sinfonía para artista sonoro y ovejas* que hizo con Felipe Quintana y que repitió después en Nodar (Portugal). La acción consistía en volver a casa con las ovejas (y con sus cencerros), imaginaros la sinfonía. Humor también era el de Paul McCarthy cuando se disfrazaba y criticaba el mundo del arte y humor (negro, eso sí) es el que hice yo al oficiar un funeral por todos los entornos de programación. Me gustaría darle la vuelta a la tortilla y pintar ese humor de color amarillo.

PJ: Y la política ¿cómo entra en tu trabajo?

ChL: La propia pregunta que lanzas, si recordamos el *Vigilar y Castigar* de Foucault, es ya un tipo de examen. Un examen, decía él, “hace de cada individuo un “caso”: un caso que a la vez constituye un objeto para un conocimiento y una presa para un poder”. Quizás la comparación es poco afortunada e injusta, sobre todo en cuanto a que con esta pregunta no se desea ejercer poder, pero yo me veo obligado a explicar que mi trabajo tiene un componente político importante, que lo tiene, y debo rellenar las hojas de un examen que permitirá a los demás calificar y clasificar mi obra.

Entiendo política como “ejercicio del poder”, como un acuerdo y decisión colectiva que incluye medidas coercitivas o la amenaza de usarlas, es un juego al fin y al cabo. En ese juego no quiero entrar, al menos con esas reglas, pero sí entro en el concepto de resistencia, resistencia a consentir mi propia dominación. Resisto a ser un ventrílocuo del poder y uso, por ejemplo, el ruido en tanto que se opone al silencio (el ruido puede generar desorden). He renunciado a una plaza de funcionario, después de aprobarla, y aspiro a ser un pez en el océano y no un tiburón en una charca. Todo lo que hago en mi trabajo incluye estos componentes.

*El humor
es la vía
más compleja
de lanzar
mensajes y aspiro
a manejarlo,
pero no es fácil*



PJ: Perdona el examen, pero esta pregunta vale 4,33 puntos para la nota final. ¿Existe una guerra entre lo sonoro y lo visual?, ¿quién es el oprimido y quién es el opresor?

ChL: Más que una guerra, lo que ahora hay es un pacto de sangre; lo uno se alimenta de lo otro, se complementan y se produce la sinergia. La imagen visual se ha dado cuenta recientemente del poder del sonido, pero lo sigue utilizando para reforzar su propio poder, así que el oprimido sigue siendo el sonido. Si aplicamos la perspectiva histórica y hacemos un ejercicio de memoria, es

fácil darse cuenta que el invento de la imprenta (que la historia atribuye a *Gutenberg*, pero que en realidad se inventó tres siglos antes en China, es decir, en el Siglo XII -pensemos en la tinta china-), está muy lejos cronológicamente del invento del fonógrafo o del gramófono (prácticamente en el siglo XX). Son casi ocho siglos de hegemonía de lo visual respecto a lo sonoro. La imprenta permitió conservar el pensamiento escrito y la imagen, y ejerció como tecnología para su difusión. Actualmente muchos estudios e investigaciones de comunicólogos, antropólogos y otros científicos de lo social enmarcan sus trabajos dentro de un paradigma que se podría llamar “influencia de la tecnología en las transformaciones socioculturales”, es decir, que tratan de comprender y explicar cómo la tecnología puede cambiar el modo de percibir el mundo, lo cognitivo y, por tanto, las prácticas sociales, los hechos, lo cotidiano, el pensamiento. Incluyen en el mismo saco, para entendernos, los procesos de percepción, cognición y comunicación por un lado, y los medios, artefactos y tecnologías por el otro.

Déjame profundizar un poco más en este tema, porque has lanzado una pregunta que se las trae, has apuntado muy fino.

Tanto McLuhan (por citar al más citado) como Edward T. Hall, (antropólogo) hacían referencia a la influencia de los medios electrónicos en el cambio de la percepción cultural del espacio. Pero no sólo comparten este interés por el espacio, por cómo se percibe y por cómo se transforma, ambos entienden también que toda tecnología es una extensión del cuerpo o la mente del ser humano, que en el análisis de la comunicación humana se debe tener en cuenta que los medios tecnológicos entendidos como ambientes en sí mismos, son ambientes que tienden a transformar la propia percepción humana y, en consecuencia, la cultura. Esta tecnología de la que hablo creada por el ser humano, no sólo es una extensión del organismo, de su cuerpo, también se convierte, al mismo tiempo, en amputaciones sobre este cuerpo. Cada vez que el ser humano sufre un cambio, particularmente un cambio adaptativo, como consecuencia de la creación de una nueva tecnología o medio, hay una experiencia dolorosa en el organismo. Con todo esto lo que quiero decir es que el invento de la imprenta cambió (traumáticamente) el modo de ver el mundo (de verlo con los ojos), y hasta que se inventó el fonógrafo no se produjo este otro cambio acerca de cómo oírlo. Han tenido que pasar ocho siglos para lograrlo.

Vamos a sacar una nueva capa a la cebolla (siguiendo a estos dos autores).

Mientras la visión es síntesis, la audición es holística. Con la vista, el ser humano sintetiza la experiencia, aprende al ver y lo que aprende influye en lo que ve. La distinción entre campo visual y mundo visual responde a esta interrelación, la cual implica una diferenciación entre lo que se ve y lo que se percibe (se interioriza). La visión sintetiza, selecciona, y la selección está mediada por la percepción, que a su vez está mediada por la cultura. Al analizar el medio de la imprenta como una nueva tecnología, se descubrió el impacto que tuvo en la sociedad la transición de la oralidad a la mecanización de la escritura. La imprenta transformó un ambiente sonoro en un ambiente visual y al hacerlo transformó también la forma de percibir el mundo en la sociedad occidental. La tecnología de la imprenta, al ser capaz de generar numerosas copias de un escrito, promovió un sentido de identidad privada e inició un proceso de anulación de la palabra hablada, ese espacio acústico que congrega a las personas en torno al orador y promueve la comunicación verbal entre ellos.

Afortunadamente, hoy, las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación han vuelto a construir un espacio acústico que, al ser virtual, conlleva otra serie de implicaciones socioculturales. Sin embargo, este espacio acústico se caracteriza por la amputación de fronteras de tiempo y espacio (hablo de internet). Al ser amputada la síntesis propia de la visión, el sentido que se extiende es el sentido del oído, cuyas características esenciales, tanto físicas como culturales, no han sido cabalmente estudiadas en este contexto. Mejor apunto una cita literal sobre este tema de una antropóloga de la UNAM, Rossana Quiroz Ennis, que ha trabajado con estos dos autores:

“Mientras Hall intenta explicar el espacio acústico y el visual de acuerdo con sus características fisiológicas, McLuhan lo hace a partir de sus características históricas y culturales. Describe el espacio acústico como el conjunto mental de la civilización occidental, tal como ha procedido durante los últimos 4000 años para esculpir una imagen de sí misma monolítica y lineal, una imagen que enfatiza el funcionamiento del hemisferio izquierdo del cerebro y que, en el proceso, glorifica el razonamiento cuantitativo. El espacio acústico, en cambio, es una proyección del hemisferio derecho del cerebro humano, una postura mental que aborrece el dar prioridades y rótulos y que enfatiza las cualidades tipo norma del pensamiento cualitativo. El espacio acústico está basado en el holismo, la idea de que no hay un centro cardinal sino varios centros flotando en un sistema cósmico que sólo exalta la diversidad”.

Lo sonoro es protagonista ahora del frente. Con esta cita te estoy contestando también a las siguientes preguntas que me lanzas: **¿por qué hay que luchar contra la hegemonía de lo visual?, ¿dónde está lo subversivo?**. Está claro. Hay que luchar contra la hegemonía de lo visual para ganar tiempo, para promocionar lo cualitativo frente a lo cuantitativo, para desarrollar el hemisferio derecho, para conformarse con querer y ser queridos, para aceptar esa diversidad que tanto molesta al nuevo Papa, para darle bien por el culo a la derecha política, para dejar que el caos y la indeterminación (la de John Cage) se apropien de lo cotidiano, para romper la dominación simbólica del poder, para alertar a los dominados de que son cómplices de su propia dominación, para crear resistencia y compensar la balanza. Empecé esta lista -malaleche- con "ganar tiempo", me refiero a que son ocho siglos de ventaja, de hegemonía de un sentido sobre el otro, de lo visual sobre lo sonoro, así que si promocionamos y difundimos lo sonoro estaremos trabajando en esa línea, estaremos en ese frente.

Hay que luchar contra la hegemonía de lo visual para ganar tiempo, para promocionar lo cualitativo frente a lo cuantitativo

PJ: ¿Cómo hacemos? En qué estás trabajando para hacer más visible ese frente de lo sonoro.

ChL: Voy a empezar a trabajar en el proyecto www.escoitar.org, con Horacio González, Berio Molina (el equipo con el que trabajaba en el Festival IFI de Arte Sonoro) y Juan Gil (uno de los editores de mediateletipos.net). Este proyecto es un software social que permite subir sonidos a cualquier usuario y relacionarlos con *google-map* (es una *hack de google-map*). Un poco en la línea del *World Soundscape Project* de Murray Schaffer, pero con un componente social muy marcado (no sólo se podrán subir sonidos ambientales, también conversaciones, opiniones de colectivos, manifiestos, deseos, etc.)

Pensamos que la actitud hacia el sonido de cualquier lugar no sólo debe ser positiva, sino que se debe estudiar para identificar aquellos componentes que merecen la pena conservar, o, incluso, restaurar. Una aproximación al sonido de una ciudad, por ejemplo, es una aproximación a su patrimonio, que puede recogerse con fines estrictamente documentales, o, este caso, como materia bruta para el posterior trabajo sociológico y también para suscitar debate y cooperación en la red. Los sonidos son materias no renovables y el hecho de capturarlos y exponerlos supone un alargamiento de su vida útil, generando nuevos espacios vivos y mutantes. Percibir, comprender y concebir nuestra identidad sonora, la de nuestros lugares, su coherencia y su idiosincrasia es un ejercicio necesario y saludable. El sonido como patrimonio, el sonido como documento histórico. Todo ello sirviéndose de las posibilidades que ofrece la red como sistema horizontal y demo



crático. Vamos a presentar el proyecto en Galicia en septiembre, después en Córdoba y más tarde en Madrid.

También trabajaré en un proyecto muy bonito que hacemos desde SINSALaudio, en Vigo. Se trata de la “Escola SINSAL”, una idea de Julio Gómez de llevar a los colegios de enseñanza primaria cursos de iniciación a la escucha, a la producción sonora y, en general, un montón de aspectos relacionados con lo sonoro (historia de la grabación, *scratch* para niños, *glitch* y errores digitales con CDs, DVDs, etc.). Hemos ido ya a dos colegios y hemos presentado un proyecto para hacer una gira por toda Galicia. En la web de SINSAL (sinsalaudio.com) se puede acceder a este apartado “Escola SINSAL” y ver allí las fotos y comentarios de las primeras experiencias, realmente alucinantes. Como puedes comprobar seguimos hablando de promocionar y difundir el fenómeno sonoro a través de pequeños actos políticos.

Y un último proyecto que tengo en mente es salir de esta rueda virtuosa en la que he entrado, me refiero a la cosa intelectual, que empieza a cansarme. Necesito acción.

PJ: Seguimos...

la televisi no lo fil



ión ma

la televisión no lo filma

es un informe compilado y escrito por **el corsal desastre**

para nuestro **telediario** y **ZEMOS98**

y los proyectos de **Voluble.net**

'La Televisión no lo Filma' es también una canción de la banda 713avo Amor publicada en su disco "Horrores Varios de la Estupidez Actual", reeditado recientemente por la Compañía de Sueños Ilimitada (www.aillimitada.com), colectivo que publica el material de El Corsal Desastre.

Pedro Jiménez ha realizado un vídeo para esa canción que forma parte del proyecto <http://amigoinvisible.zemos98.org> realizado para Forward TV

1ª parte
Intro -flashes del noticiero nuestro - prueba
de sonido:

"El amor no se afana por complacerse
ni se inquieta para sí
a otro da su propio bienestar
y construye un Paraíso que desespera al Infierno"
William Blake

SPEAKERS ARE NOT ALONE IN THE WAR BETWEEN WORLDS. Estamos buscando belleza y sentido, fuera del con sin, en el caos maravilloso y terrible de nuestros movimientos desesperados o inspirados por órdenes ajenos que corresponden a controles ocultos o a intuiciones desconocidas que laten con nosotros y con las que soñamos conectar. Este viaje, conjunto de viajes, este caminar en los precipicios de la vierte, frontera entre las fronteras, es nuestro paso por la selva vida, y estas son algunas, sólo algunas de nuestras huellas..... INTENTOS DE CONEXIÓN QUE NOS COMPROMETEN.

el agua sigue siendo el líquido más extraño del mundo todavía no sabemos qué es lo que nos mantiene unidos **Como los bordes de las placas tectónicas son rígidos y rugosos existe una fricción que va acumulando lentamente energía elástica hasta producir una rotura súbita. Son las dos etapas en la formación de un terremoto. Por donde la tierra ha temblado, volverá a temblar.** A la ida arrojamos bombas, a la vuelta ayuda humanitaria Líderes indígenas chilenos negocian con Endesa sobre el futuro de su tierra **¿de quién es la tierra?** Nuevos experimentos de alucinantes y extraños resultados plantean una nueva pregunta: **¿Supera la luz su límite de velocidad?** hay más de lo que el ojo ve *África se muere y a los países ricos no les importa* Los balseros vuelven como héroes **Ataque al jefe militar de la internación centro-derecha Las ballenas prehistóricas escuchaban fuera del agua**

Cualquier noticia, toda noticia arroja demasiada sombra, demasiada poca luz para iluminar las oscuridades abismales que nos contienen. En el supuesto de que la información que recibimos nos informe de algo, el

número de informaciones es tal cúmulo, que la tormenta nunca es calma sino mísero estruendo de fondo en el latir de nuestros quehaceres trampas. Nosotros intentamos zafarnos de las ansias y los agobios y finalmente, la tormenta, el cúmulo, las informaciones, se convierten en rutina de normalidad bien vestida.

Las herramientas que usamos para comunicarnos se deshacen en nuestros dígitos -dedos griegos que nos hicieron digitalmente norteamericanos-. NO ESTAMOS UNIDOS, NI EN AMÉRICA NI EN NINGUNA OTRA PARTE. Estamos rodeados de armas y normas impuestas como si fueran palabra divina, de hecho, puestas en algún momento de la historia en boca del dios central o de alguno de sus profetas reconocidos. Miramos a las esquinas por las que dobla el viento a ver si alguien viene a dispararnos o a contarnos un cuento que nos duerma un rato o nos duerma para siempre. Dicen que además somos afortunados por estar donde estamos.

Los **despoetas** decimos que no estamos en fortuna sino provocando una catástrofe, otra más, por no mirar los resultados de nuestro aceptar sin más, de nuestro no mirar, mirar para otro lado, dormir y echar piedras en los tejados ajenos, tejados que son también nuestros, o los de nuestros vecinos, que no es que sean como nosotros, sino que somos nosotros mismos. Estamos colaborando en la catástrofe, y es hora, desde hace bastante, que nos lo digamos en voz alta. Es hora de mirar y tratar de ver.

Decimos también que nuestra comodidad, occidental, relativa- aunque se pretenda absoluta-, se ampara en el sufrimiento ajeno más o menos lejano, y que la desigualdad que nos da seguridad, es muy, muy dura sentida desde la angustia del otro lado, más o menos lejano, cuando además hace apenas nada que nosotros éramos ese otro lado.

NO ESTAMOS UNIDOS, NO, PERO LO ESTAMOS. EN AMÉRICA Y EN TODAS LAS REGIONES, PUEBLOS Y PROVINCIAS DEL MUNDO, AQUÍ EN EL PLANETA AGUA, DONDE VIVIMOS EN TIERRA, CON AIRE Y FUEGO. Y ALMA. NUESTRA EDUCACIÓN RACIONAL, EGOCÉNTRICA E IRRESPECTUOSA, NOS HA HECHO OLVIDAR LO QUE

NUESTROS ANCESTROS SINTIERON DESDE EL PRINCIPIO: LA CONEXIÓN DE TODO CON TODO, NUESTRA CONEXIÓN CON EL UNIVERSO.

Decía una vieja proclama libertaria: ***“el pueblo unido jamás será vencido”***. Más acá del sentido político, rebelde, de ánimo, que la proclama portara, con el que era/es cantada al unísono por las personas puerilmente ilusionadas en un cambio que nunca llegaba, que nunca termina de llegar, decimos, recordamos ahora, que permanecer unidos es reconocer lo que ya somos como orden de vida universal conectado a todos los órdenes de vida igualmente universales, incluyendo, -¡CÓMO NO!-, el caos fuente de todas las cosas, ese sentido desconocido que nos rodea y del que también llevamos una parte en nuestros adentros. Reconocer nuestra unión, es sentir que ésta y otras realidades son posibles al unísono, más allá de que la ciencia pueda desde los parámetros racionales demostrar sus hipótesis paralíticas que sólo necesitan lanzarse al vacío donde las preguntas se resuelven solas en el deshacerse de sus ínfulas todopoderosas. Sí, el universo es amor, y nosotros seres amantes que lo viven sin saberlo cuando reconocen su intuición, y a la vez se lo niegan cuando cargan con sus culpas heredadas, vía genética educación familia sociedad. Los corsales traen amor porque el amor se nos regala como la vida. Reconocemos los miedos, la rabia, la tristeza y el dolor, porque sólo reconociéndolos podremos sacarlos fuera y dejar que la vida los mueva, lo amase y haga con todo ello, algo nuevo, algo hermoso, algo necesario para el ahora. Canciones y poemas que se esfuman, dibujos que borran las olas del mar, huellas que la lluvia disuelve.

Anexionémonos. Unamos nuestros dedos en una caricia que recorra nuestras pieles, sintiendo el amor que nos hace libres, no esclavos de institución o persona alguna, seres en crecimiento expandiéndonos en nuestro unión que nos reconoce diferentes, diversos, distintos, unidos.

“Si las puertas de la percepción se abrieran lo veríamos todo tal cual es: infinito”
William Blake

2ª parte

Despoetas cuentan cosas que otros les contaron - traen y llevan noticias de los espacios entre sueños - *esta realidad también es un sueño, una forma de fantasía*

“Vivimos dentro de una enorme novela. Cada vez es menos necesario que el escritor invente un contenido ficticio. La ficción ya está ahí. La tarea del escritor es inventar la realidad”

Prólogo Crash J.G. Ballard

Vivimos en un mundo gobernado por ficciones de toda índole: la producción en masa, la publicidad, la política conducida como una rama de la publicidad, la traducción instantánea de la ciencia y la tecnología en imagería popular, la confusión y confrontación de identidades en el dominio de los bienes de consumo, la anulación anticipada, en la pantalla de TV, de toda reacción personal a alguna experiencia.

Me levanto cada mañana intentando parar la máquina de matarme. Es la forma que encontré de ayudar a parar la máquina de matarnos. Fue muy hermoso sentir que yo es una parte de nosotros; aquello fue una revuelta total en mis adentros. Algo tan sencillo, había quedado tapado por una pared. Así me educaron. Como a todos. Levantando paredes para preservar nuestros miedos.

Muy lentamente voy recibiendo las noticias de mis adentros. Es escuchar el inicio de cualquier diálogo. Es escuchar el big-bang que nos catapulta al caos que llevamos dentro. Puedo permitirme todo. No concibo ningún daño para mí. No concibo ningún daño para nada ni para nadie. Puedo parar la máquina de matarme. Ayudo a parar la máquina de matarnos. A veces me pierdo. Otras me encuentro.

*El significado de nada es que todo es posible.
Inventa tu mentira, inventa tú, para acercarte a las verdades que te alcancen.*

Afganistán Pakistán Somalia Ruanda Nicaragua Bolivia, fronteras administrativas, fronteras históricas, geográficas que son realidades que superan cualquier información porque son realidades múltiples explotando al momento en pedazos incontables de intrahistoria mágica, fantástica, fatídica, haciéndose, destripándose. Y el intento superficial de contar realidades de países, no hace que las personas dejen de ser asesinadas y que su capacidad de soñar quede reducida a lo que llegue a través de las pantallas y las antenas parabólicas, a través de los satélites o las estrechas bandas anchas de Internet. Y aún en el centro de la noticia, en el huracán mismo del universo interesado informativo, lo que se dice, lo que se muestra, es sólo la cáscara de la piel de lo que está sucediendo ahora. Ahora, sí, ese adverbio mágico que pronunciamos sin practicar, asediados como estamos por todos los adverbios futuros y los verbos condicionales que no nos dejan levantar cabeza. Demasiadas veces lamentamos con pena, falsamente cristiana, lo mal que está el mundo, sin probar si quiera a agarrar un segundo con pasión y dejarnos devorar por él, en un beso, un guitarrazo, una pincelada, una mirada honda que ve, siente, respira, algo de lo que sucede en sus adentros; a su alrededor. Demasiados ruidos que no aprendemos en silencio. Ese silencio que derrota las certezas primeras y nos deja a solas ante los agujeros y las puertas que las noticias, aquéllas, éstas, éstas, todas, abren ante los sentidos nuestros que ellos no educaron. Los sentidos que aguardan tras las murallas, las verjas y las alambradas con las que crecimos en esta seguridad llena de miedos y pánicos transmitidos generación a generación, en los bosque híbridos de nuestros árboles genealógicos.

Si quieres destruir a una cultura o civilización arráncale de cuajo sus sueños. Y destruye sus mitos, esos lugares donde tienen depositada la fe, la esperanza, su religión, eso que arma su dignidad y les conecta con el dios interior, con la esencia divina, universal que todos llevamos dentro. Es decir, destruye su pasado, sus libros, destruye lo que su pasado y sus libros tienen de presente, lo que su historia tiene de ahora, de intrahistorias personales muchas sucediendo al unísono desordenado de la fiesta de la vida.

La enfermedad del mundo es emocional. Altamente emocional. Estamos desatendidos No nos atendemos y por ello no nos entendemos. Se organizan publicidades ecológicas para educar a los niños que crecen en ambientes donde practicar esa educación, ese quedar bien ante la cámara, es altamente improbable, por no pronunciar el manido y retóricamente vacío, prácticamente imposible. Se nos enseña a conciencia y luego se nos dice: guarden la conciencia a buen recaudo. Se nos promete seguridad y cura en la publicidad y los medicamentos que ingerimos pero los efectos secundarios, que luego se convierten en primarios, no están bien explicados y la paranoia, el miedo, la inseguridad no terminan de irse nunca, y tampoco la curación no termina de llegar,.... nunca.

Es cierto: ***están asesinando tus sueños, mis sueños, nuestros sueños.*** Sí. La televisión no lo filma, y las emisoras de radio no lo cuentan, apenas los periódicos lo escriben. No podemos parar la máquina de matarnos porque no miramos al cielo cada día, cada noche, porque cada una de nosotras no sentimos como la risa pare criaturas en nuestros adentros y no nos damos cuenta que durante muchos segundos las máquinas de matarse, se paran; sí, se paran solas, en momentos de vida pura que vivimos y que luego nos olvidamos de contarnos en el telediario nuestro de cada día. ¿Será que hemos dejado de soñar? ¿Están manipulando nuestros sueños como nuestros alimentos, como nuestras semillas?. Estamos dejando de soñar porque alguien se ha propuesto arrancarnos nuestros sueños de cuajo para destruir los horizontes de la utopía, los caminos del corazón, los senderos de la libertad, las realidades múltiples del ser social, intrahistórico, desde cuándo en batalla, en lucha contra la realidad positivista de la Historia con mayúscula, sí, esa que niega cuánta vida viviéndose, cuánta diversidad perdiéndose.

Los alfabetos, la escritura, la civilización y la organización social significaron un progreso intrahistórico relativo. Pero, ¿significó progreso? Sin duda sí, sin duda no. El caso es que llegamos hasta aquí y esto es lo que tenemos ahora. La revolución industrial, los avances tecnológicos sucediéndose en un ritmo que alcanza cotas de velocidad vertiginosas, nuestro enriquecimiento occidental, este fantástico nivel de vida envuelto en comodidades por las que entregamos a cambio demasiados trozos de nuestras vidas, estos muy racionales días nuestros, estos tan racionales y sin razón momentos que vivimos ¿significan progreso? Sin duda sí, sin duda no. El caso es que llegamos hasta aquí y esto es lo que tenemos ahora. No queremos tiempos pasados fueron mejores. No. Reconocemos los avances. Admiramos los seres que iluminaron tantas zonas de aquella oscuridad primera, tan lejos. Queremos que todos los pasados sean este presente, que no se destruyan muchas certezas para construir una única certeza. Queremos hablar sin pelear.

Queremos hablar sin guerras. Hablo a las personas cualesquiera que se sienten mal y no saben por qué. A los que escuchan. A los que están lejos de la cima de la pirámide, de la Gran Pirámide Occidental. Nos pregunto: ¿como hemos podido llegar aquí a cambio de unas chucherías miserables mientras seguimos destrozando todo lo que respira vida, dentro y fuera de nosotros? Estamos aquí, lo reconocemos. Aún soñamos. ¿Podemos parar?

Sin duda sí, s. Estamos aquí y esto es lo que tenemos ahora. Todo podía ser peor. Al carajo, con los agoreros. Todo puede cambiar, todo puede cambiarse. Sólo hay que querer. ¿Quieres tú?

Thomas Szasz: “No hay ningún sentido común en el sentido común”

Cada día mueren treinta mil niños en África, Cada día sucede un tsunami según las estadísticas que publican los que las provocan. Son los datos del enemigo. ¿Cómo no hacerles caso? ¿Cómo seguir escribiendo? ¿Cómo seguir cantando?

“La televisión es patrimonio del país. El pueblo tiene derecho a una televisión humana, sana, inteligente, educativa.”

Alejandro Jodorowsky

Aeducadores y *Despoetas* armamos noticias como caricias, como cuchillos, como pistolas, como abrazos, como bombas, como enfermedades, como guerras, como sueños. Pues son caricias, cuchillos, pistolas, abrazos, bombas, enfermedades, guerras, sueños y realidades lo que nos estalla en los brazos, en las manos, ante los ojos, en el mismo epicentro de la visión óptica, en las conexiones cerebrales, allí donde imágenes se hacen imágenes; y también en el intelecto, en el hígado, en el bazo, en el estómago, en el corazón, en el alma, en las últimas estancias de la emoción, allí donde lo desconocido, lo inefable, lo innombrable, lo divino, nos conecta con el universo infinito, y con nuestros abismos igualmente infinitos. Todo nos estalla y no podemos quedarnos con toda esa rabia, tristeza y dolor dentro de nosotros. Porque duele, hace mucho daño. Y no verlo, no mirarlo, aún hace más daño.

Cantamos, escribimos, contamos y empezamos a filmar, los fragmentos de vida infinita que podemos, no para cazar vida y encerrarla en jaulas, si no para comunicarnos, para extendernos, para expandirnos, para conectarnos, a nuestras esencias más hondas, a nuestra química más profunda.

Somos estrellas. Estamos hechos de su misma materia transformada.... fundamentalmente hidrógeno, y ese algo más incognoscible. *Somos estrellas como fuimos niños, soles brillantes de la galaxia nosotros.* Ellas gases, nosotros líquidos sólidos intermedios. Todo el pasado son libros abiertos de los cuales aprender, todos los presentes bailan en éste, es el arte el lugar sin tiempo, es la vierte el lugar donde confluyen vida y muerte, no en guerra sino en intercambio de esencias, en cruce de caminos y senderos, en barrancos de posibilidades, en saltos inéditos que llegan y se van, que se quedan y no están.

Somos personas que aún no cabemos en ninguna palabra. Somos personas que entienden que palabras

son para algo: para amar, para amarnos, para llevarnos, para traernos, para enviarnos, para recibirnos. Donde dice para pueden poner hacia. Hacia.....Palabras son viaje, palabras son cuento canción para el viaje.

Noticias que leer en el periódico múltiple de nuestras vidas hermanas. Lo que hacemos nos lo hacemos, lo que no damos nos lo quitamos. Nos estamos quitando sueños unos a otros, y lo hacemos como pequeña venganza en ataques ínfimos al prójimo más cercano, al más conocido, muchas veces al más querido.

Podemos parar, sólo hay que mirar al cielo. Sentir el sol como estrella, sentir todas las estrellas. Sentir las estrellas dentro de nosotros. Ahí están nuestros sueños; y todos los caminos que intentamos tienen ese sentido, el sentido del conocimiento, del viaje, del amor. El camino es hacia el otro, nos entendemos entre los otros, **yo no me entiendo sin el otro**, y las estrellas son familias, árboles, bosques, mundos y universos enteros comunicándose sin palabras. Y nosotros desde la palabra, desde la música, desde el ser artesano los estamos caminando, los caminos otros, con ellos, con nosotros.

Artesano porque el arte es sano, porque el arte sana y cuando no es sano no es arte, y cuando no sana tampoco. Sanar y ayudar a sanar. Así que el arte también sana cuando ayuda, cuando acerca, cuando arrima, cuando anima, cuando alienta, cuando calienta, cuando lo intenta de veras y logra algo, aunque sea error porque el error es maestro, el error nos enseña. Y si es de veras siempre se encuentra algo de eso que íbamos buscando. Así artesanos, llevamos los tesoros a lugares donde puedan seguir brillando y alentando mejor vida, más disfrute de momentos que no puedan contarse, sólo vivirse, no hacerse.

II

“¡Hay que hacer algo!Dejar reducidos los periódicos momentáneamente a una escueta y pequeña hoja informativa e inaugurar una UNIVERSIDAD DEL PERIODISMO. Cada letra que escriban debe ser un ladrillo positivo para mejorar el mundo.

Aprenderán la honradez y la objetividad.”

Alejandro Jodorowsky

Quedan muchas cosas que hacer. Escriba usted aquí sus sueños y sencillamente camine hacia ellos. Prepare lo necesario. Deshágase, regale, preste, dé, abandone lo que no necesite. Y camine, camine usted hacia lo que quiere. NO es un consejo, es una proposición. Es un no perdamos el tiempo-vida mareando palabras. Esta vida es nuestra, es un regalo, ¡vivámoslo! A pesar de sus defectos muchos, de sus vicios innumerables, tenemos cosas que agradecer a esta sociedad. De hecho, todo lo sucedido, vivido, acontecido, aprendido, nos trajo hasta aquí, ahora; y es este lugar desde el que escribimos y hablamos soñando ya que estas palabras fueron huella para el acto.

Estamos actuando, creando ejércitos de paz, no ejércitos de guerra en misión de paz, no; ejércitos de paz interior exterior que acuden al grito de dolor mundial en muchedumbre sincera y amante que se mezcla y disuelve los rencores. NO portamos armas, sino herramientas que son destrezas aprendidas en los libros del siempre, con las maestras artes que nos cruzamos. Estamos creando reportajes que no se acaban en periódicos impublicables que hacen detonar el vano concepto de actualidad. Mientras la noticia caliente nos ciega hay conflictos congelados que hacen mucho daño con el hielo del nacer y la venganza. Los infiernos no sólo crecen en el rugir de los fuegos del ahora, también en los problemas sin resolver convertidos en muros de hielo, auténticos icebergs de miedo y dolor ante los que aún no podemos detener la mirada sin desviarla.

Estamos abriendo caminos al conocimiento múltiple de nuestros abismos interiores. Estamos mejorando las maneras para comunicarnos en otros estadios de percepción

Seguramente nos estamos equivocando aquí y allá, pero no mareamos las palabras ni empleamos el tiempo vida formando escuelas, países o sectas de ningún tipo.

Vivimos en el yo que no se entiende sin el otro, en el nos, otros, juntos, diferentes diversos.

Acariciamos el respeto, dejamos vivir, damos vueltas en la noria dejando que sus círculos nos hagan fluidos en el aire y en la tierra. Sentimos la invitación de todo el espacio, de todo el universo. Nos llama, nos abraza, nos protege, nos sacude, nos propone, nos enseña. A navegarlo-nos, a caminarlo-nos, a volarlo-nos, a expandirlo-nos, a viajarlo-nos, a jugarlo-nos, a amarlo-nos, a conocerlo-nos. Nos, otros, juntos, diferentes diversos, desnudos en el respeto

3ª parte Coda NO TIENE FIN están asesinando nuestros sueños, estamos buscando la paz con ganas, oliendo claveles prohibidos en las estrechas callejuelas del sin tiempo

Hemos tardado ¿cuántos años? en escribir esta noticia. La estamos dando en lugares pequeños. En lugares que no están iluminados por los focos del Espectáculo. En los lugares donde se producen, donde alguno de nosotros se encuentra. Es así como sabemos hacer. Son intentos de conexión que nos comprometen con nosotros, nos otros con ustedes. Con ustedes, Astre, el muchacho de las estrellas, el niño de las nubes. Locutor despoeta ensoñador amigo. Usted dé. Nosotros demos. Y demostrémonos que se hace al no hacer.

noticiero nuestro intentos de conexión que nos comprometen,.. sólo con el momento ya..... desconectamos.... seguimos viajando entre interferencias es así como sabemos hacer des.. co.. di.. ficamos, seguimos adelante, mirando al cielo, aunque ahora no se vea nada

No tienen boca ni ojos ni estómago pero se alimentan de huesos de ballenas muertas Los transbordadores de la Nasa volverán a volar infectando nuestros cielos de esperanzas vanas, pues son sus vuelos ansias de hombres que no reconocen sus miedos y huyen destruyendo a su paso lo que pisan **Científicos coreanos obtienen células madre de nueve enfermos por clonación terapéutica** Hallada una nueva especie de primate en las sierras de Tanzania Rescatados 32 inmigrantes del mar de Alborán **Una sustancia usada en África contra la malaria se revela como antitumoral** La acumulación de basura espacial provoca interferencias entre los satélites el riesgo de colisión es bajo pero el peligro de congestión real. **Tanzanía, Tanzania.....**

el sueño ayuda a la memoria durante el sueño se abren las puertas entre ésta y otras realidades

irreal es real real no es real

sueño es otra realidad

nos

otras

somos

estr

ellas

sueño

viaje

después de nunca

las tabacaleras se niegan a dar la lista entera de los aditivos de los cigarrillos **Los habitantes de Clichy-sous-Bois culpan a la policía francesa de la violencia** ¿Se sentiría usted cómodo si la policía pudiera obligarle a dar su ADN en cuanto le considere sospechoso? **EL TICTAC QUE LLEVAS DENTRO** las últimas lluvias disparan las plagas de mosquitos

La revuelta indígena avanza en los Andes los protagonistas ya no son los guerrilleros sino grandes masas que se levantan sin control **Muere el tercer cetáceo en Canarias tras unas maniobras de la OTAN** Cinco inmigrantes mueren tiroteados en Ceuta tras intentar saltar la valla 600 subsaharianos

¿quién los estaba contando? ¿da igual 600 que 597? ¿quiere eso decir que una, dos, tres personas de diferencia no es algo que importe a nadie? ¿y si fuera nuestra hija, nuestro novio, nuestro amigo, sería lo mismo? ¿lo contaríamos, o daríamos la cifra a bulto? ¿Somos bultos?

la policía a ambos lados abre fuego contra personas que usan el derecho de libre circulación **EMPADRONESE, SI NO ESTÁ EMPADRONADO NO EXISTE** ¡!!!!!!!!!!!!!! El pentágono empezó a utilizar la base naval de Guantánamo, en Cuba, para albergar a cientos de detenidos en Afganistán y otros lugares porque pensó que era un limbo exento de obligaciones jurídicas y éticas **Estamos creando un monstruo para después combatirlo.** El aire que rodea la tierra pesa

unos 5.000 billones de toneladas **¿Cuánto tiempo tardará en**

desaparecer la huella de Neil Armstrong en la luna? *Mentir hace trabajar más al cerebro que decir la verdad*

EXIT
ВЫХОД



Texts

english version

www.zemos98.org



La televisión no lo filma

La televisión no lo filma is a group of essays, interviews and conversations that continues the research and reflection process of the ZEMOS98 group around television as a space for intervention, dialogue and communication. In this way, it completes the eighth edition of the ZEMOS98 Audiovisual Festival [beyond television].

Going beyond television means many things. The concept of television that is referred to is not the technological device, but that which is represented by the same. We do not reject television, but we agree with José Luis Brea that the only way of making television is making a <no+tv>, an anti-TV, a micro-TV. "Another television is possible if we think of something that is not television", as Fran Ilich would say. Television nowadays is at the service of a "quaternary and a miserable" power (*Eugeni Bonet: sharing the doubt*) that does not wish to share a space that we claim as ours, that spectrum that is more infinite than ever which is nothing more than the "urban land of the information society", our land, after all.

Maybe only a visionary Mongol would be able to understand and use television in the most critical and coherent way of all. As happens to Laura, Nam June Paik also transformed our uneasiness into our vocation.

Whilst the consumption of television increases in the world at an almost unstoppable rhythm, Internet was born as another channel for the spectator. New technologies that do not solve old problems, that exchange education and manipulation, that do not allow (real) participation.

Going beyond television is also imagining a network of community televisions stimulating experiences, a picketeering television and a group of elderly people recreating their own social reality. It is producing oneself and not stopping at the humanisation appearance represented by the media. It is fighting against the hegemony of the visual in order to win time.

Perhaps we may have a revolution soon, although nowadays I don't think it would be on television nor, of course, filmed.

ZEMOS98

"Productive thinking consists not so much of seeing what nobody has seen yet, but of thinking what nobody has thought about something seen by all".

E. Schrödinger, Nobel prize in Physics 1933.

If we spent our life contemplating absurd things, we could perhaps arrive at the conclusion that the absurd things are not the things themselves, but us ourselves. Waking up in the morning and making our brain face the image reflected by the bathroom mirror, now that is heroic! But in this obstinate attempt to try to recognise something different of an image that is repeated again and again... or either there is a hidden pathology or that is where humankind hope lies.

Let's be realistic. ZEMOS98 is full of all those weird beings that contemplate everything surrounding them, to wonder what is beyond that we see. But the matter could not legally followed if there was no attempt to try to see what others see where they don't see anything, what others see on what others do not see, but they see, or what is worse: what others see in the media that others see on what others do not see that they see.

This is the tongue twister of the Audiovisual Culture. A melange made up of media representations, capital businesses, monopoly, oligopoly, individuals, networks, Internet, collectiveness, neighbourhoods, pavements, corners, borders, fences, deaths, transits, dreams, ideas, creation and television. Yes, that dark object (and paradigm) of the postmodernist desire called Television. If the Spanish writer Calderón de la Barca lived, you'd be sure that he would be one of the most active users of Youtube.

ZEMOS98 does not invent, but gathers together. There is nothing along the way that has not been said or explained before. It is a matter of frequency. Recognition is looking inside ourselves and to see if there is anything new, and to see if there is anything missing. Finding in others what you do not have. Recognition is being others and continue being ourselves.

"Behind the stage is the dressing room, and a young woman was uneasy in front of the mirror, waiting for her turn. She did not realise that her mother had arrived to calm her down. With the emotion and all the racket, she forgot to take the script that days before she had planned to leave at the back of the lectern. Once out, on the stage, she was terrified looked at the public in a deafening silence. She was about to cry and start running. But then, her mother whispered to her from the side of the stage...

- Don't worry; television is not filming this....

And then the girl lifted her head up, calmed down and confident, and started: "Welcome to this play..."

Let's continue being yourselves and ourselves, let's continue leaving the scripts to one side, continue improvising, and continue creating and recreating. Thanks for being here and there. Thanks for being yourselves and ourselves. We shall carry on.

www.zemos98.org

A Revolution around the corner

Miguel Brieva

Think for a moment about the colossal machinery, of a magnitude, scope and ramification that are difficult to quantify, which hour after hour, minute by minute, reminds all citizens of the world of the path they should take, the limits that apply and the desires and wishes of each individual. Thousands of television channels, radio stations, newspapers, magazines, billboards and other forms of communication that endlessly regurgitate a single order:

don't do anything / there's nothing you can do / it will be done for you / meanwhile, if you can afford it, surrender yourself to the trinkets and stupidities of the leisure that is offered in exchange.

Think then that even in spite of this permanent and overt steamrolling flood of mindless inertia that is necessary to maintain the status quo, each day people manage to find - even if it is in a disjointed way and often from a very narrow outlook - reasons to be suspicious, to complain, to want *something else*, to desire another world that could appear as if by magic, spurred by something deep within themselves. Action is frustrated, however, because in our complex and hyper-populated societies each individual is an isolated island and the only thing that unites us are precisely those smoke signals on the media horizon. Nobody then realises the potential power of such an overwhelming disillusionment. The euphoric smiles of those employed by the persistent advertising machine are precisely an attempt to combat the bleak sadness underlying our reality.

Now try to imagine what could happen to our ill-fated species if, somehow, even for just a few days, the communicative reach of the media were to be used to transmit messages of sanity, good sense, free and unexploited beauty, a real and practical hope of ending the physical and mental poverty.

Just one minute of this kind of broadcasting would be more powerful and lay down more roots in the collective imaginary than a whole year of the usual turning of the monotonous and stupid windmill. It would be like letting a ray of light reach somebody who, exhausted and desperate, has given up on digging the tunnel that could possibly free him from the dark and stagnant prison that he has already accepted as his final prison and a ghostly grave.

Prologue

Mar Villaespesa

“Neither Moses, the legislating genius, nor the humanist Homer, or Averroes rationalism or Dante’s universalism, and even less Cervantes’ tragic sense or Voltaire’s mordacity are at the same level as television”.

Sami Naïr, Mediterráneo hoy

Saying that if TV did not exist it would have to be invented.... can, at the very least and initially, lead you to think about two things: first, at least, that it is a *boutade*, as the sole mentioning of the mere name of media produces, in equal measures, shame and powerlessness. Secondly, that it is a military/industrial tandem proposal dominating the planet: because there could be many examples, statistics, sociological studies ... But let’s go through the subject of TV in the geopolitical framework of the Mediterranean, Middle and Near East (at the same time the imperialistic politics in the area makes us ashamed and powerless): “during the Gulf War we were witnesses to a real empowering of the audiovisual space in the Near East and in the South of the Mediterranean”... and Samir Naïr continues listing “in 1995, 50 channels were present in this region. The CNN demonstrated its advantage during the *Desert Storm*, becoming a new media Mecca. But it wasn’t the only one, as the renewal in the audiovisual landscape of the area was supported on three legs: Great Britain, United States and Saudi Arabia”.

Little criticism remains to be said apart from all that has been said, both about TV and current international political affairs. However, before becoming numb by the bombardment of rub-

bish, news or missiles, (which obviously do not splash our sofa as everything remains on the screen, being part of what Gene Youngblood already called “tactical misinformation” in 1970. Or how the news is motivated by economic profit, in his essay *Expanded Cinema*), and on the evidence of the terrible failure of the utopias around the revolutionary potential of the new media (first the radio then the television) as well as socialisation and democratisation, sheltered by many from the beginning of the past century to the late 70’s. ‘We try to think that at least we have to pluck up courage, no matter how prosaic it may sound.

In spite of this, we do not wish to hide that we are in that dichotomy proposed by the Bourdieu quote, heading one of the texts in this book: “I have highlighted that television produces two effects. One the one hand it reduces the right to entry to a number of fields: philosophical, legal, etc. [...] on the other, it has the possibility of reaching a great number of people. What I think is difficult to justify is that the large size of the audience is used to reduce the right of entry into the field. [...] It is possible and we should fight against the audience ratings in the name of democracy”.

We could say that this negative-positive dichotomy, present in so many other fields, such as football, for example, Vázquez Montalbán said: “It is very probable that the formula “bread and circus” had “bread and football” as an heir, and finally, “bread and television”. However, the “bread and football” formula has been applied a bit mechanically. It has suffered the intellectual scorn of those that unconsciously have created

the separation between popular culture and elite culture. Unconsciously, those who have contributed to this separation were those who were prepared to morally avoid it. Football has been the right to epic, doing it by the population anyhow. It has been, and is, an instrument for the deviation of collective aggressiveness towards a non-political route. But, judged from a different perspective, it has always been used as an escape valve for the frustrations of the everyday man, and therefore, it has fulfilled a hygienic role in the pre-normal social conscience of the country".

Seeing it "from a different perspective" (although the tricky issue of the audience, key in the Bourdieu quote) the initial statement may become full of sense ... because many have been the attempts to make TV play a "hygienic role" with the aim of democratising it. "Developing a new critical awareness of the communication industry... was considered as the first necessary step for the democratic control of the sources of information", as William Boddy analysed in his essay *Paper Tiger Television: the guerrilla television revisited*, on the project of the independent video group that, in 1987, started a weekly programme for the public access cable in New York.

Before the television media was born, its eldest sister, the radio, was much criticised with attempts to channel its educational potential from the practice and theoretical point of view. As examples of this, we can mention the famous radio broadcasting by Welles of the *War of the Worlds* in 1939, at the time of a full expansion of Nazism, or the prior essays by Bertolt Brecht that, in *Theory of Radio* (1927-1932), noted that "...those who value the radio, do so since they see it as something for which something can be invented..." And also that "... a man who has something to say and does not find an audience is in a bad situation. But the audience that does not find anyone to say something is in a much worse position". In certain way, here is the audience issue, that we can say

little more to all that written and debated. But it is true that there are many who have things to say, but the "existing difference between a small number of transmitters and such a large number of receivers" is obvious, something that has not changed in spite of the TV guerrilla practices that have encouraged an inversion of the model since the 70's.

It is applicable to mention the sarcastic comment made by the filmmaker Joaquín Jordá this past winter in a programme on the Spanish Public television to which he had been invited, on the occasion of the projection of his fantastic film *"El encargo del cazador"* (1990). The presenter commented on the fact that said documentary had not been seen by many people, to which Jordá could not find an explanation as it had been financed by the Spanish Public Television itself. At this moment, I thought that I did not know anybody who is part of that audience, based on the fact that public television does not broadcast that type of film. And I should also comment on another experience I have recently had on that same feeling. Above all to mention another great filmmaker, Martín Patino: watching his film *"La seducción del caos"* on DVD, which had television itself as its main character, I wondered why it was not broadcasted on the public television at least once a year. And so many other audiovisual works that would cooperate with the education of the audience and to make the audience ratings not to go hand in hand with "bread and television" but with a hypothetical (utopia) "think and television". As this is not so, at least let's pretend to think that thanks to the public television, as it is, Martín Patino can make such a great work as this one, attacking with lies as with rhetorical truth we have made the enemy. I am aware of the contradiction of this comment because I undoubtedly would have preferred Patino not to have made *"Caudillo"* or *"Canciones para después de una guerra"*, although thinking about it again, he could have made them as false documentaries or science fiction films. So let us just continue dreaming, with a further turn on the

screw, about the truth and false, as the conjurer played by Welles in *Fake* (1975), highlighted by Patino in his false documentary as a referral point of one of the most interesting debates on the mass media, (and on art), that do not represent reality as such, but that which is produced and imposed. This is why the media reality is more real as a producer of reality effects, as analysed by the experts.

And having mentioned mass media and art we, arrive at an exegesis of the initial statement. We all know how in 1968 Sony launched the half inch portable video in United States, and how from this video art exploded. In the first works presented in galleries, the appearance of TV screens as part of the installation was constant, whether with live or recorded material, in order to encourage the spectator to establish direct interaction with the screen and modify the passive relationship experienced with it, questioning the hegemonious role of television in mass culture. We do not attempt to talk, or even list the works that were created with this critical issue, and from the same. (see the *En el lado de la televisión* catalogue project directed by Jorge Luis Marzo, whose text includes many of the artistic practices around TV) or to track down pioneers such as Nam June Paik and Wolf Vostell, whose career, as a homage, is put forward by Laura Baigorri in another of the texts in this book. What we attempt is to come back to the beginning... and in spite of the fact that more than becoming weak with so much criticism, it has increased its hegemony up to this shameful situation that we commented before, as, we should accept, no matter how much criticism was made, it was not able to change the existing power relationships.

Something that, on the other hand, does not prevent many authors from weakening, who continue presenting their works in those critical parameters; for example, Muntadas, as another pioneer of Spanish video art, who has developed creation proposals around the mass media since the 70's, and specifically television,

and for having created the paradigmatic *Cadaqués Canal Local* (1974), the first local community television experience in our country. And because he continues on TV (his recent work *Miedo/Fear*, a video on the Mexican-American border, proposal that had implicitly implied the broadcasting of the same on different television channels on both sides of the border, Tijuana-San Diego, as well as in the political capitals of both countries: Mexico DF and Washington DC).

These works, processes and experiences have left a trace and learning throughout the 40 years of video art, of independent video, and of guerrilla TV, which is a reference point of criticism of the TV institution (and with that of the new media, that in spite of the differences between transmitter-receiver, will also be land to conquer because the system will not allow it to be a communication and education media), as that man with the camera, Dziga Vertov was a reference point for all those critical documentaries, whether reflexive or performing, that since he started filming with his camera and tripod on his shoulder have been produced... to continue acting in the building of a common space, in the recovery of the kidnapped public space.

When, in an interview with Paul Virilio included in *El ciber mundo, la política de lo peor*, he was asked about Rossellini's film, *Roma, città aperta*, as a film starting the renaissance of cinema, and with which a possible world is described, whether it was paradoxical to think that war was the origin of the new Italian realism, he replied that this paradox had always haunted him: "For me the key sentence is a quotation by Hölderlin, saying that where the greatest risk lies is where the saving is".

So we should run some risks... and in the new media that, in summary, I think is proposed with BEYOND TELEVISION motto of the Eighth edition of ZEMOS98 and this book LA TELEVISIÓN NO LO FILMA – television is not filming it.

I herein point out that television produces two effects. On the one hand, it diminishes the right of entrance into a number of fields: philosophical, legal, etc. [...]. On the other hand, it has access to the necessary means for reaching the greatest number of people. What seems to me difficult to justify is that the amplitude of the audience is used to lower the standards for entrance into the field. [...] A fight against audience ratings can and ought to be waged in the name of democracy.

Pierre Bourdieu, On television

<!--"THE PIONEERS OF NET ART IN ONE VOICE TELL US THAT IT HAS DIED." /--->

Eldar Karkhalev, Notepad.

No more TV. By this I don't mean to negate television's attributes as an instrument of communication, social interaction and *democratization* of cultural experience. Instead, I propose a radical questioning of the mechanisms that regulate its real existence within the free market context – the context that exists now and for the foreseeable future - seeing that there no longer seems to be any real possibility of provisions for socially effective television (except perhaps in isolated situations such as festivals) in terms of public service, as a generically protected part of some revised welfare state project.

So, enough of caressing fantasies that never materialize and sheltering under them to aid and legitimize the ill-fated and denigrating realities we suffer day after day. It's over. To imagine a form of TV that does, or can, provide a

constructive service in favour of the democratization of social space is to put wind in the sails of the apparatus of control, power and citizen disempowerment that is most forcefully impoverishing the social fabric and evaporating all possibilities of working towards a concrete democratization project - the device which most flagrantly strangles any chance of real communication in the public space. When talking about TV, the question "What possibility for action exists in the public sphere?" has no answer, other than: anti-TV, microTV, TV that isn't ruled by the very law that "defines" TV, the law of audience numbers. Ruled by this law, TV can only grow as an instrument of control and the impoverishment of experience, as a device for brutal acculturation and the production of a mass of inert citizens, in denial of all sociability. And so the chant for those with a critical viewpoint can only be, "no more tv". Or in other words, let's put our efforts into counter-tv, anti-tv, micro-tv that proliferates the spread of micro-devices for public interaction and small units of communicative action. Let us segment, micromize, cut and disperse, always, wherever the great machine of capital globalizes, produces empire and drowsy human masses. Universalist dreams in relation to the production of the public domain, the Ideal Community of Communication and Public Reason, always end up sacrificing the intensive exercise of experience itself in favour of the demagogical populism of universal access. Where intensive experience is sacrificed to quantity there is no politics – only demagogy. No, no more TV.

#

A new medium practices the law of the one that precedes it, and so modernity seems to confirm the rule of *deferred action*. *A state of maximum alert is needed if we are to prevent the new utopian hopes that are being projected around emerging new media from collapsing without warning in the wake of the angel of progress. So that they don't end up handing us a present that has succumbed amongst ruins and does nothing more than follow the law of the preceding medium, TV.*

In his piece selected for this project, Eldar Karkhalev reminds us (quite beautifully – by making the message invisible to all but those who can explore the source code) that the time when we could see and project stimulating utopias around net.art and the Internet have been left behind. They're over. It is now necessary to act under different laws and with a new awareness – because this can no longer be stopped. The illusion of a temporary autonomous zone, a domain far from the territorialisation of markets and institutions, is definitely impossible to sustain. While industry turned its back on the Internet for some years (we can't forget that, for a time, only educational institutions – though not in Spain – and marginal civil society groups were interested in the Internet), today it's impossible to ignore the fact that most major, decisive financial transactions take place on the Internet, where the reorganisation of new economies is being structured. For dreams of anti-commercialism or independence to survive in this context of transformation seems at the very least naive, if not self-servingly legitimising. The Internet is not merely a single integrated zone, it is, par excellence, the theatre of operations in which the long-term strategies of the great communications (or mis-communication) empires and the most powerful mass culture (or in-culture) industries are taking place. The Internet is also the base from which contemporary society can define itself as “the knowledge society”, a society of cultural capitalism. It seems almost inevitable then, that these

macro-industries of nothingness should impose their law – a law that sacrifices intensive quality in favour of the quantitative multiplication of audiences. In other words, it seems almost certain that the fate of the Internet in the immediate future is to become television-like and submit to the logic of the mass communication medium. And this is exactly why it makes sense to talk about <no+tv> today, especially in relation to the Internet. <no+tv> demands a policy of immediate and urgent intervention in an area where it is still possible to make a difference because the struggle is still open. Or at the very least, where it is necessary to intervene in order to ensure it remains functionally open...

#

For such a young field, net.art has been assailed all too soon by dangers that are too profound and chasms too magnetic. Neither its hasty institutionalization nor its commercialisation (which can't seem to find appropriate formulas) would be so dangerous in themselves if it weren't that both of these processes will be subject to the regulatory imposition of mass audiences – the law of TV. For net.artists to find themselves forced to sacrifice any critical intent - linked to their expressive purpose, the production of meaning or the intensification of experience – in favour of audience numbers irrevocably produces the most obvious disorder afflicting net.art today: aestheticist neo-formalism. Hiding behind its complacent wink towards the new youth culture (and its new consumer market), techno-aestheticism invests a great deal in form – once again, design is the nuisance – and little or nothing in content. It follows that net.art is failing spectacularly by becoming exactly what it supposedly criticised - the institutionalised production of the latest vacuous objects that supply the institutionalised art world and, therefore, the market. Animated objects that demand new forms of anticipation and marketing, sure, but in the end nothing more. Just when arts practices are going through such an intense process

of transformation, it is disconcerting that a new practice emerging from an area with as little preconditioning as the Internet should invest so much energy in simply resolving, first and foremost, the form of its own vertiginous absorption...

The works we have selected here are as far away as possible from neo-aestheticism, outside the bounds of all kinds of formalisms, and make no concessions in order to achieve superficial spectacular or dramatic effects. Rather, we are interested in works with unadorned, anti-designed interfaces that sacrifice everything in favour of content and the opening up of new spaces for intervention, dialogue and communication. We believe that there are two main frontiers on which the logic of TV breaks down: firstly, where it opens out towards the space of social issues, and secondly where it opens to the stage for dialogue and the exchange of writing in the public sphere. The works collected here could be loosely grouped under these two tendencies, although there are big differences between the singular ways in which each one acts and works.

Some of the works, such as those by Dora García, Alicia Framis and Dissemynet, look outward from the Internet to the external world, and this relationship is what gives them their meaning. Others, such as *nettime-latino*, *eco e-panel* and the extension of *The Thing in issola nella retta*, work on producing a public sphere by generating participative media that allow for the smooth flow of exchange and contrasting of different opinions. The works by Critical Art Ensemble, Knowbotics Research, Schema, La Société Anonyme and Luther Blissett's *net.institute* pose the problem of online work, specifically questioning all inherited clichés, in a self-reflexive exercise that even leads some of them to recover the manifesto genre. Finally, there is a group of works by "pure" net artists, most from the golden age of the heroic period, who either persist in their work on the possible utopian nature of net.art works (such as Bo-

okchin and Shulgin's *Universal Page* and Vivian Selbo's *Open Source*) or ask us to persevere with the tension of creative work even as they acknowledge the aura of failure foretold, hovering over the space of the web (such as in the abovementioned work by Karkhalev).

In the end, this collection of investigations point towards a field of possibilities that is wide open and I would almost say cannot be avoided by anyone working from a critical or activist perspective in the area of the public sphere. That is, to work to allow non-hierarchical media structures to emerge so that intensified communication can take place in the public sphere among people who are the subjects of experience, knowledge and passion, without letting go of the old ideal of a community of media producers. It may no longer be possible to work with the same enthusiasm distilled by naive (or hypocritical) credulity on the ultimate realization of this dream - the dream of autonomy and universality. But these investigations don't surrender as they persevere in working on the negative aspects, on activist resistance, avoiding, on the one hand, the intoxicating perfume of impossibility that blurs their frustrated horizon, and on the other, surrendering themselves to that integrated fate, in which all critical attempts end up disarmed, overcome and silenced. The chorus of their war cry, as they follow this path, may well be: "no + tv".

PAIK TV. Homage to a visionary Mongol

Laura Baigorri <http://www.interzona.org>

"I now ask myself why I was so interested in Schönberg. Only because he presented himself as the most radical of the avant-guard. Then I ask myself why I was so interested in this "radicalness". It's because of my Mongol DNA. The Mongols weren't characterised by ties to a centre as happens in agrarian Chinese society. They saw far, and once they saw a new horizon far away, they had to set off again so they could see further... In Greek, Tele-vision means: to see far."

Nam June Paik [1].

As I start writing I also ask myself why I became interested in video. It was because of Nam June Paik. Because I didn't understand the mockery, the nonsense, all that DIY electronic junk... that was art? Paik just seemed to me like an overgrown child who invented toys that got stranger and stranger: a robot that walks, talks and shits peach stones... come on, that's not serious! However, I could sense a core of genius in him that I finally understood better when I studied Fluxus. This text is a homage to the person who turned my bewilderment into a vocation.

1. TV in Fluxus. The representative approaches of Paik and Vostell

Nam June Paik has gone down in history as a pioneer in the use of television to make art. Fellow Fluxus member Wolf Vostell was the first to use an operating television set in his 1958 piece *The German View*, but Paik was the first artist who thought of recording a video tape and showing it in public as an artistic act. The legendary story goes like this: Using money from a Rockefeller Foundation grant, he bought one of the first Portapakets (2) sold in the US.

One day, on his way home from the music store Liberty, the taxi he was riding in crossed path with the procession of Pope Paul VI on his visit to New York. Paik recorded the Pope's arrival from the back seat of the taxi, and that same night he exhibited the images under the title *Electronic Video Recorder*. This was October 4th, 1965, at the Go-Go Cafe in New York, during the "Moon Night Letters" evenings organised by Fluxus in "Cabaret Voltaire" style.

After a few years of discussions, the critic Jean-Paul Fargier settled the old debate about who would have the honour of being recognised as the pioneer with a decision worthy of Solomon: "Paik was first with the video recorder and Vostell the first to use television". (3)

Counter-television criticism. The TV as an object.

"The medium is the message" (4). This famous aphorism began to circulate through Marshall McLuhan's *Understanding Media* (1964), a book that had a strong influence on the counterculture and art worlds of the 60s and 70s, and specially on video artists working in those decades. The most common response of artists and activists was confrontation, demonstrating their opposition to the medium through an anti-television critique and violent actions against the television apparatus.

The first anti-television reactions took the form of a happening carried out by Wolf Vostell, who demonstrated a combative spirit in relation to television. At the Yam Festival held in New Brunswick (USA) in May 1963, Vostell wrapped a television set in barbed wire and buried it

“alive” while it continued showing its programs. In September of that year, he led visitors to the Parnass gallery in Wuppertal (Germany) to a quarry where they could see a television set, switched on, in the distance. He then picked up a rifle and destroyed it with one shot: it was the first execution of the medium.

Like many other artists, the Korean Nam June Paik found an important point of reference in McLuhan's theories, and his work also showed a certain aggressiveness at the start, although it wasn't long before there was a change. His wife Shigeko Kubota explains - in the Fluxus way - the transition from Paik's initial destructive stage to another that was much more creative: “When I met Nam June Paik he wasn't a video artist, but a musician: He became a video artist in the seventies. When I met him he was a composer. He would break pianos, and after breaking pianos he began to break television sets. Later he asked himself why he was breaking pianos and television sets if he could achieve more beauty by using them to create objects. That's why he began to make sculptures and use televisions as sculptural material” (5).

The new stance adopted by Paik does away with violent actions, but it is still critical of television by adopting an ironic and provocative point of view: “Our job is a critique of pure television, like Kant” (6). This attitude becomes clearer in the video cultures that question the TV as a piece of furniture and criticise the passivity of viewers seated before it. Among the many pieces that refer to everyday objects - TV Clock (1965), TV Glasses (1971), TV Bed (1972), TV Garden (1974), Video Fish (1975), TV Candle (1975) - TV Chair (1968) stands out for its irony. The piece consists of a chair with a television in the place where the seat should be, so that whenever somebody sits on it he covers the screen with his own backside. Over the chair, a closed circuit camera hangs from the ceiling transmitting an overhead image of the subject to the screen. In Paik's artistic trajectory, there are two fundamental traits that stand out from

the others, and these are undoubtedly curiosity and a sense of humour.

One of the most representative works from this period is Buddha TV (1974), consisting of a sculpture of Buddha placed in front of a television set and a camera that records it in a closed circuit. The artist sets up a confrontation between two different cultures, and between meditation and technology. The Buddha contemplating his image on the TV would later appear in various versions over the years: sometimes with the face of Paik himself, and others replaced by Rodin's *The Thinker* - TV Thinker -. In 1976 he even recreates Triangle (7) based on Buddha, the Thinker and himself, in order to make Eastern meditation and Western introspection converge, with television as the mediator.

In 1960 he created a performance for Charlotte Mooman, in which she stands in front of the audience prepared to play the cello dressed in a strange bra made up of two mini-TV sets! To justify this work, called TV Bra, Paik made a Fluxus declaration that summarises his idea of video art: “By using television as a bra, as the most intimate belonging of a human being, we show the human use of technology and also stimulate the fantasy of viewers to find new, imaginative and humanist forms of using technology” (8).

In the eighties, Paik made object-based pieces that were fully integrated into the art market, in response to the many commissions he received from museums and galleries all over the world. The most representative works of this stage were the robot series he created during this and the following decade. They all follow the same pattern: the body is made up of old wooden television and radio sets with television screens that transmitted the vertiginous images of his videos. In 1989, after the great Robot Family (1986), he created various pieces around 3 metres high, representing David, Voltaire, Diderot, Danton, Robespierre, Marat and Olimpia

de Gouges. These gigantic robots were exhibited under the title *La Fee Electronique* in the Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, as part of the ceremonies to celebrate the bicentenary of the French revolution. The best-known pieces include representations of famous people and friends: *Digital Merce* (1988), *Cage* (1990), *Charlotte Moorman Robot* (1991), *Karen Blixen Robot* (1996), *Hamlet Robot* (1996)...

While Paik's attitude fits right into the most sardonic and provocative line of Fluxus, Vostell picked up the thread of Dada's nihilist vocation in the strictest sense; that is, if we can say that Vostell always was Fluxus because of his radical commitment, we have to agree that Paik always was Fluxus because of his playful conception of art.

But there are other notable differences in the way each of them used television sets and electronic images. Vostell's interest in television focuses on the apparatus, the object, what it represents and the ritual. He uses a television set as just another element in his repertoire of materials, and gives it a new meaning in his happenings. On the other hand, he doesn't create images, but always uses the images transmitted by the television at the moment of the intervention, keeps the TV turned off, or leaves it with white noise.

When Paik uses a TV set, he doesn't aim to damage or destroy it, if anything, he makes fun of it. Paik starts up an open duel against television, in an attitude that has been classified as a "constructive vision" of the medium in contrast with Vostell's "negative acidity". Fargier uses the different predispositions of these two pioneers to identify two quite different attitudes in artists who work with video: on one hand there is an inventive or "positive attitude" that tries to develop a creativity that TV was unable to reproduce, and on the other confrontation with TV or a "negative attitude". Both options were present simultaneously, represented by the opening gestures of Paik and Vostell. "All artists

who, following Paik and Vostell, used television sets as a tool, fitted into one or another of these two tendencies" – claims Fargier - "Antonio Muntadas, Francesc Torres, Klaus vom Bruch and Dara Birbaum, for example, continue to hammer Vostell's nail. Bill Viola, Gary Hill, Shigeo Kubota, Thierry Kuntzel, Jean-Michel Gautreau, Ko Nakajima... navigate in Paik's wake. The first are obsessed with the falseness of the media, the second try to provoke a new contact with the Beautiful" (9).

Lastly, the differences between Paik and Vostell aren't limited to a specific approach to television, but extend to their overall idea of art and, of course, life. Paik himself defined profound differences between his stance and that of Vostell: "He works with the television apparatus, and makes a denunciation. It's his problem, not mine. I'm only interested in recorded light in artistic terms. He is more socially committed. He's more in the field of social awareness, which I respect as a human being, but sometimes the social context isn't the best path, it doesn't always have a good outcome in terms of art." (10) Perhaps Paik, like Shantal Akerman, believed that "in art, to move the soul, it's necessary to move the eye".

2. From criticism to the regeneration of the television medium

Paik's ultimate intention isn't to do with criticizing television – he wants to transform it, transcend it, regenerate it and propose new forms of relating to the media. To recycle the images that it transmits in order to offer more creative versions and create works in which audience participation is essential. To create another kind of TV.

Although many people started off making tapes that were incompatible with television, some artists and activists set out to change it from the inside, using public television's experimental facilities to develop programs aimed at mass diffusion on commercial TV. Ahead of

his time as always, Nam June Paik soon sensed the defeat of the aggressive stance of independent video, and saw that his future could only be played out in a field comparable to that of his opponent: "After May 68, I thought that the time for barricades was over. You can't throw rocks when the others have helicopters and satellites. The next resistance will have to take place at this level" (11).

The first public television stations to put their studios and professional technicians at the service of some artists were KQED in San Francisco and WGBH in Boston, which received a Rockefeller Foundation grant in 1965 to help artists access their facilities. The station decided to invite as "residents" artists who showed an experimental interest in the medium. The premise was for artists and technicians to work together intensely in an environment that brought together all the technological equipment (though we shouldn't forget that these alternative television experiences were one-off and atypical). When the producer Fred Barzyk, who directed New Television Workshop (12) for the station, commissioned Paik to create a 60 minute broadcast about John Cage, he first response was a moment's panic: "It was like being asked to pilot a Boeing 747 after learning to drive a Volkswagen; when I finished, I'd gone straight from kindergarten to university". (13). In spite of his doubts, it turned out to be a positive experience and Nam June Paik became a regular collaborator at WGBH, which started to organise some important work led by the resident artists.

The most emblematic of these was the program *The Medium* is the Medium (14), broadcast in 1969 and also organised by Barzyk, who offered six artists: Nam June Paik, Thomas Tadlock, Allan Kaprow, James Seawright, Otto Piene and Aldo Tambellini, the opportunity to work experimentally with television. Paik's proposal, *Electronic-Opera no.1* (1968-69) satirised the idea of participation. In it, he gave viewers contradictory orders while the screen showed

ballerinas or a distorted portrait of Nixon: "Close your eyes, open your eyes a little... This is television participation" (15) Much of Paik's work - tapes, installations, videosculptures - deals with audience participation, and reflects on the passivity of the viewer's role.

3. An experimental predisposition...

In his attempt to decontextualise and redefine the image, which had been monopolised by TV, Nam June Paik based his work on experimentation. He used the images provided by the television medium itself to create new ones, which originated from his direct intervention in the way the images were formed or through the use of synthesisers and colorisers. So, while some critics believe the first video works were Ernie Kovac's television experiments in the early 50s and trace their continuity through the work of Karl Otto Götz and Nicolas Schöffer (16), all of them agree that Paik was the first artist to take on an ongoing and representative experimental project in this field.

Between 1963-64, he experimented with basic television manipulation techniques in collaboration with Hideo Uchida, the president of the Uchida Radio Research Institute in Tokyo, and the electronic engineer Shuya Abe. These investigations produced the "prepared television sets" - also known as 13 Distorsed TV or Kuba TV (17) (1963) -, 13 television sets subjected to a series of distortions produced by wave generators, magnets, microphones and amplifiers that deformed the images and transformed them into perpetually unstable lines and abstract signs. This was relatively easy to achieve through the manipulation of the TV controls, but in this case the merit lay in the fact that the modifications had been produced directly on the system. Paik, who was aware of the newness of his idea, worked in secret in his studio as though he were carrying out a "scientific" experiment, and he only showed it to his friends the day before his exhibition at the Exposition of Music-Electronic Television (18) in Wuppertal.

Two years later, he created the piece Magnet TV, a television set with its images deformed by the effects of a huge magnet, and he presented an exhibition based on experiments with magnets: in Demagnetizer (Life Ring), audiences could manipulate the television sets by applying a circular electromagnet that disturbed the path of the electronic beam and caused the image to be deformed. In the 60s, Paik applied all kinds of magnets, relays, resistances, sound impulses, etc to the screen, causing its lines to twist into spiral and creating a kind of whirlpool. Later, he endlessly used and recycled these images in his subsequent videos, performances and installations.

With his great collaborator Charlotte Moorman, Paik made one of his best-known experimental works - the video performance Concerto for TV Cello (1971), which he conceived specially for her. The piece consisted of three different-sized television sets, placed one on top of the other to create a kind of cello, connected by the strings and glued together. There were two types of images on the screens: a real time closed-circuit recording of Moorman and a television program, which changed according to the sounds that the cellist made as she played it.

After exhausting all variations possible by manipulating the television as a physical object, Paik was forced to make up his own instruments. The first Abe-Paik videosynthesizer, also funded by WGBH in Boston, was inaugurated in 1970 during a live 4-hour broadcast called Video Commune. (19). A videosynthesizer can generate forms on the basis of electronic elements without the need for external information provided by a camera. However, in the purest countercultural style of the time, Paik defined his invention for the magazine Radical Software in the following words "The videosynthesizer is the condensation of 9 years of television shit (if you allow me the expression) transformed into a real-time video-piano thanks to the Golden Fingers of my eminent mentor SHUYA ABE". (20) The way he specially

mentions his collaborators shows the mutually dependent relationship that then joined artists and technicians, and that can clearly be seen in these statements:

NJP. - "At the moment, I need technicians to help me because my ideas are always ahead of my technical capabilities. And I don't have much time."

IL. - "Allan Kaprow has written that, technically, you do everything that it's not necessary to do and that you obtain excellent results thanks to this method".

NJP. - "Obviously, I'm creative. - Einstein used to say that you don't have to be a mathematician or a physicist to have a good idea - I can only sketch an approximate scheme, but in order to make it, I have to work with technicians". [21]

4. ...and a visionary mentality

Paik's most emblematic videos are Global Groove (1973) and the retransmission via satellite of Good Morning Mr Orwell (1984), and this is probably for two basic reasons: because they're the best examples of his personal style - his electronic writing - and because they show his prophetic vision of a future global television made up of many channels.

Global Groove is a direct allusion to McLuhan's global village: "...Global Groove means Global Music Festival, a kind of imaginary video-landscape that anticipates what is going to happen when all the countries in the world become interconnected via cable television. It's a collage" (22). Also the polysemic word 'Groove' can have different meanings according the context in which it is used: flaw, break or fault - "global flaw", "universal fault", an empty set in mathematics - Was Paik talking about an "Universal Emptiness"? - and also routine (stuck in a groove) and fashion (groovy). In an interview with Jean-Paul Fargier, Paik - who was amused by the confusion and never denied the other meanings -, finally revealed its "real meaning": he had chosen the term groove because New York's jazz musicians used to talk about the

daze and mind-numbness of those who abuse jazz as though it were a drug. (23) Through this, Paik was talking about Global Dumbing that is, the generalised daze triggered by television.

In 1964, this tape was extended to a global satellite project called Good Morning Mr. Orwell (24), broadcast simultaneously in Paris and New York on the 1st of January 1984 as a tribute to George Orwell. Artists from all over the world were invited to participate in it so as to create an international product made up of a mix of synthesized images that Paik would remix together in real time. This work was the first television zapping experience involving Eastern and Western images, because Paik structured the tape as a collage of images: the screen shows a superimposition of fragments of avant-garde cinema- by filmmakers like Robert Breer and Jonas Mekas - with Japanese Pepsi Cola commercials; we can see Allan Ginsberg playing Tibetan cymbals while he recites a Buddhist prayer, followed by performances at the Living Theatre, Richard Nixon's distorted face, John Cage performances, bits of TV news, Korean folk dancing and rock music. Faithful to all kind of recycling, many of these images belong to previous works - specially the tapes *The Selling of New York* (1972) and *TV Cello* (1971). "George Orwell claimed that television was always negative. On the contrary, I claimed that television is not always negative, it's not "The Evil". It's what I was saying in *Good Morning Mr Orwell*: I was the only person saying it in the world, and I feel proud of that". [25]

In 1988, Nam June Paik made a giant installation for the Seoul Olympic Games that consisted of 1003 television monitors piled into a pyramid. The title of this work is a preview of the line of work that would characterise him from then on: *The More the Better*. It seems that from this point on, Paik tried to reproduce the global communications network in his work, in life size.

During the 90s, he organised a series of exhibi-

tions under the title *Electronic Super Highway* (26), where he presented more than 40 videosculptures and created different versions of the work of the same name, *Electronic Superhighway* (1995), which consisted of an enormous panel of 500 monitors that show thousand of randomized images from television shows, video clips, news programs and cartoons. He had already coined this phrase in 1974 to describe the connection between Los Angeles and New York as a macro communications network made up of satellites, air waves, cables and optic fibre. His last pieces, made from 2000 onwards, are gigantic installations that use laser technology in various ways, as well as video. A work that is paradigmatic of the monumentality of this period in Paik's work is *Modulation in Sync: Jacob's Ladder*, the big multimedia installation that he created for his exhibition *The Worlds of Nam June Paik* (27), which was held at the Solomon R. Guggenheim Museum in New York in 2000. This major show, which was exhibited a year later at the Guggenheim Museum in Bilbao, brought together the artist's most important works as a retrospective... and a farewell.

Nam June Paik proposed all kinds of hypotheses about the future of technology in art. Now his statements are now longer seen as "the ramblings of a mad visionary" - as some described them at the time - and have become true prophesies. Taken as a whole, the text titled *Close to 100,000 essays...* (28) is a course in the "possible" technological breakthroughs predicted by Paik in the late 60s. Among them we can highlight the following:

- "All TV and cinema technology will change radically, the domain of electronic music will expand to the new horizon of electronic opera, painting and sculpture will be disrupted, intermedia art will become increasingly important and we will witness the birth of literature without books and poems without paper".
- "It will be possible to invent an "ambient art" similar to the way we talk about ambient music, and we will take it into our homes.

Large theatres and opera houses will change the way their spaces look according to the repertoire, and the sets will change along with the plot. In this way, it will be possible to program a cathodic wall of coloured lights, and control the electro-luminescence”.

Some of his “prophecies” were incredibly precise... in 1977 (29) he wrote:

- “Very soon, mono-channel video tapes will be commercially impossible, perhaps even within ten years. With two Betamax F-1 or two portable VHS units, it will be possible to have a complete basic editing suite at home”.

...And others no longer seem so impossible:

- “By around the year 2010, we will already have at least one winner of the Nobel Prize for literature who has not published a single book. The video-disc, as a vehicle for literature, will be unbeatable.”

In the 30s, Man Ray already saw art as a “violation of the materials” (30); it wasn’t so much about working as well as possible according to certain rules, but rather working beyond the rules. Forty years later, Nam June Paik would continue to show the relevance of these revolutionary ideas when he described his work as experience for the sake of experience: “In the end, I simply wanted to go where no one had been. Everybody watched television as though it was the most normal thing in the world. But I wanted to know what I could do with it: pure Fluxus. Fluxus is stepping on virgin territory”. [31]

And yes, that was ART.

NOTES

[1] My jubilee ist unverhemmet, text written on a record sleeve, in Editions Lebeer-Hossmann, Hamburg/Brussels (1977).

[2] A portapack is a portable video set consisting of a camera and a video cassette recorder. The earliest models were sold by Japanese company Sony and Dutch company Philips in 1964 and 1965, allowing domestic-scale access to the technology and triggering a revolution in the world of image.

[3] Jean-Paul Fargier interviewing Wolf Vostell in Cahiers du Cinéma, n° 332, February 1982.

[4] “the term “mass media” is equivalent to an information and recreation industry, the industry of consumption and public awareness. The medium doesn’t just transmit messages. The mass media are basically just interested in themselves.” Marshall McLuhan in *Comprender los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona, 1996; first edition *Understanding Media* McGraw Hill, 1964. Later, McLuhan together with Quentin Fiore published a book of images called *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. Bantam Books, New York (1967)

[5] Shigeo Kubota in *El arte del vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental*. José Ramón Pérez Orma (ed). RTVE, Madrid, 1991.

[6] Nam June Paik, in *Nam June Paik. Videan’Videology 1959-1973*. Judson Rosebush (ed.), Everson Museum of Art, Syracuse, 1974.

[7] Triangle (1976) in *Media Art Net* <<http://www.medienkunstnetz.de/works/triangle-1976/>>

[8] *TV Bra for Living Sculpture* (1969) in *Media Art Net* <<http://www.medienkunstnetz.de/works/tv-bra/>>

[9] . Jean-Paul Fargier, *Un coup de dés, toujours, catalogue Images en Scène. Installations vidéo et cinéma*. Art 3000, Palais de Tokyo, Paris, June 1993.

[10] Nam June Paik in *El arte del vídeo* (1991). Op. Cit.

[11] Nam June Paik interviewed by Irmeline Lebeer, in *Marcel Duchamp n’a pas pensé a la vidéo* (Bochum, 16/9/1974), in Paik, *Du cheval a Christo et autres écrits*. Irmeline Lebeer and Edith Decker, ed. Lebeer Hossman, Bruselas, 1993.

[12] *New Television Workshop (1974-1993)* <<http://main.wgbh.org/wgbh/NTW/>>

[13] Nam June Paik in “Premier pas de l’home dans le vide. Paik: et la vidéo fut...”, Jean-Paul Fargier, *Où va la vidéo, Cahiers du Cinéma, Hors de Série n.14*, Editions de l’Etoile, Paris, 1986.

[14] *The Medium is the Medium* (1969) Online video <<http://main.wgbh.org/wgbh/NTW/ES/Video/me>>

dium291.html>

[15] Nam June Paik, Videa, Vidiot, Vidiology, en *New Artists Video. A critical Anthology*. Gregory Battcock (ed.) E.P. Dutton. New York, 1978.

[16] Eugeni Bonet, El Futur(ism)o de la imagen en movimiento, in the catalogue of the Biennale of the Moving Image José Ramón Pérez Ornia. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, 1990.

[17] Kuba TV (1963) <<http://www.medienkunstnetz.de/works/kuba-tv/>>

[18] "For once, I really worked hard. I had rented a special studio, so ultra-secret that nobody knew that it existed (...). One day I invited everyone at once: Dick Higgins, Alison Knowles, Addi Koepcke, Wolf Vostell. Then I showed my work in the Galeria Parnass". Nam June Paik, Paik. Du cheval a Christo et autres écrits (1993) Op. cit
Exposition of Music–Electronic Television <<http://www.medienkunstnetz.de/works/exposition-of-music/>>. This exhibition also included his piece Robot K-456 <<http://www.medienkunstnetz.de/works/robot-k-456/>>

[19] Videosintetizador (1965-1971) <<http://mkn.zkm.de/works/paik-abe-synthesizer/>> y <<http://www.medienkunstnetz.de/works/video-synthesizer/>>.

Video Comune program<<http://www.medienkunstnetz.de/works/video-commune/>>

[20] Nam June Paik, Video Synthesizer Plus, in *Radical Software* n.2, 1970; (last issue, published 1974) Currently available online in pdf format at <<http://www.radicalsoftware.org/>>

[21] Nam June Paik interviewd by Irmeline Leeber in Paik. Du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op. Cit.

[22] Nam June Paik en Paik, du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op.cit.
Global Groove (1973) in *Media Art Net* <<http://www.medienkunstnetz.de/works/global-grove/>>

[23] Jean-Paul Fargier, Premier pas de l'home dans le vide. Paik: et la vidéo fût... in *Où va la vidéo*, (1986) Op.cit.

[24] Good Moorning Mr Orwell (1984) in *Media Art Net* <<http://www.medienkunstnetz.de/works/goog-morning/>>

[25] Nam June Paik in *Il Novecento di Nam June Paik*. Ed. Carte Segrete, Rome, 1992.

[26] Electronic Super Highway <http://www.panix.com/~fluxus/FluX/ESH.html>

[27] The Worlds of Nam June Paik <http://www.guggenheim.org/exhibitions/past_exhibitions/paik/index.html>

[28] Conference on Close to 100,000 essays... Stockholm, winter 1966. Reproduced in the *Fylkingen Bulletin*, Stockholm, 1967. Later in Paik. Du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op. Cit..

[30] Man Ray, L'Age de la lumière, en *Man Ray. Photographies 1920-1934*, James Thrall Soby (ed.), Cahiers d'Art, 1934; quoted by Patrick de Haas, *De l'art cinéma a l'art vidéo: remarques sur quelques presupposes*, en *Technologies et Imaginaires. Art Cinéma, Art Vidéo, Art Ordinateur*. María Klonaris and Katerine Thomadaki (eds.) Dis Voir, Paris, 1990.

[31] Nam June Paik in *Marcel Duchamp n'a pas pensé a la vidéo*, in Paik, du cheval a Christo et autres écrits. (1993) Op.cit.

Eugeni Bonet: sharing the uncertainty

An interview by Antonio Orihuela.

Antonio Orihuela: Are video art and experimental cinema still contesting television, as they did in the 70s?

Eugeni Bonet: Video versus TV, cinema versus an pre-established idea of itself... these ideas are constantly reiterated and never wane. But, naturally, it's impossible to always be "against" something else, and there are some practices that simply follow their own paths, that open up and help to clear paths by marking out new steps on the old tracks.

Some artists have become interested in cinema and video, totally disregarding their commercial, spectacular and professional uses. Their work has sometimes even had an impact in areas that the artists never meant to touch on at all. Naturally, I'm mainly talking about the area of theory or aesthetics.

There's a new generation of artists who regularly work with video, and cinema if the opportunity comes up, but who see themselves as totally removed from their predecessors. It's like making a fresh start. Lately there has been a lot of talk about video leaning towards cinema, we're experiencing an apotheosis of projection. Even though the image is becoming trapped once more in the screens and windows of computers, mobiles and iPods.

So the references and antagonisms are changing.

AO: McLuhan said that television would transform the world into a village. Has video turned the world into a living room?

EB: That's a fine and amusing idea. But rather than a living room, with its sedentary connotations, I prefer the image of a passage or hallway, which involves the transitory rather than the sedentary. Also, it's a bit sad to think of art for a living room.

I recently re-read a text by Philippe Dubois, a Belgian colleague, and I particularly recall his arguments in relation to this. In short, he was saying that video is a footbridge, a place for passing through, an intermediary agent between different disciplines or directions. And that's where it's identity lies - in that blurred and diaphanous quality.

AO: Will Nam June Paik ever make it to the corner video store?

EB: The thing is that the corner can now be virtual: the video store is online. You can download videos and movies that you would never have imagined. Although the quality is sometimes awful.

On the other hand, those who are interested in Nam June Paik won't mind paying a reasonable price for a DVD, probably carefully edited, that they will find in one of those video shops or mega stores without frontiers that seem like the horn of plenty in comparison with the shelves of the local video store, with its limited range of the most popular genres and, perhaps, a small section of delicacies (art films, independent cinema, etc) for more discerning palates.

With the popularity of DVDs, many so-called "risky" works have been released, even in Spain. And this seems to show that they have their share of the market, even if it

is only tiny This didn't ever really happen in the VHS era, perhaps because of something to do with faith in the digital format - compact and versatile discs - and the fact that prices are even lower.

In any case, in the medium term video shops and media libraries will be online, and cultural consumption won't be so much about physical ownership as ease of access. Today there is still a fetishism to do with packaging, design, collector's editions, and the para-textuality of books or texts that go with them. But in the end, the essential thing is what's inside. So as soon as we can download various gigabytes in a flash, and even view them immediately, DVD's will become, like vinyl records before them, bits of junk as well as more precarious and less revered.

AO: Has experimental cinema changed the way we watch television?

EB:It would be hard for experimental cinema to have changed anything because it has always been on the periphery. To the mandarins of cinematographic culture and criticism, with a few exceptions, it represents nothing but a childhood illness. And they probably see video as a kind of adolescence to be overcome: the ostentation of feeling important.

What's true, as has been shown on various occasions, is that some of the achievements of experimental cinema, as well as video, have been shamelessly plundered by advertising, video clips and the decorative trimmings of audiovisual production (credits, opening titles, continuity gaps).

And because people now say that this has contaminated audiovisual production in general, it may be in this way - through a substitute mediation - that we can see that there has been a change in how we look at screens in general, just as there has been a change in how we interpret the aesthetics of these contaminations

and transformations. So it is that the idea of post-cinema originally had derogatory connotations that implied it had been used up, while today it represents just the opposite: the celebration of a bastard cinema.

AO: At whose service is television?

EB:At the service of power, but I'd say a quaternary and somewhat impoverished power. I think that television is at the service of those who direct, handle and manage it: media thugs (Berlusconi, Murdoch) and big multimedia conglomerates, advertisers and providers, officials and journalists. By comparison, I think political powers have less of a say: the television stations themselves choose their sympathies.

In other respects, television has been handed over to the journalists, who also act as puppeteers, guardians of souls and whatever else when it suits them. That's how the hopes once raised by television were lost - the idea that television could be an artistic medium in itself, which now sounds like a total contradiction or naive nonsense, or at least the hope, which remains alive today, that it could play a role in transmitting culture. But journalists tend to view culture from an administrative and hierarchical point of view, and they tend to have conservative tastes, perhaps because of the education they receive.

AO: To paraphrase Vostell - Do people think that the video cameras they buy belong to them?

EB:I'm not familiar with that phrase of Vostell's or what he meant by it. My friend Jorge Luis Marzo coined the idea of "indivisual" media (that also include computers and mobile phones), which entails a sense of ownership and possession. Also in the positive sense of taking possession of these media in the face of the mass media Because today private images (photos, videos, webcams) are on the net: they get published.



But seeing as you've mentioned Vostell, I remember something else he said – or foretold – that coincides with some of the ideas expressed at a particular time by Bill Viola and other artists. It was an “anoptic” idea of images, dispensing with the camera, which, after all, is quite an ancient instrument, governed by codes that are also old now: classical perspective, the golden mean, mimesis... Vostell was suggesting something almost like telepathic transmission of images that are formed and processed directly in the brain. This may not be as esoteric as it seems. Chinese scientists have just proved the human capacity to move objects mentally and manoeuvre them. Meanwhile, Viola and others, with their feet seemingly more firmly planted on the ground, nurtured a similar idea at the dawn of the digital age in the eighties, when computers began allowing for complex visual constructions to be sensed. So far, there haven't been any particularly extraordinary results, but the ideas are certainly highly suggestive..

AO: Is video an ally for fighting against collective alienation?

EB:For many years, video lived in the clouds of the utopian, and then other media took its place. I don't think these are times for chimeras. There are no saviour media, panaceas against the “politics of the worst” that Virilio spoke about. As an “individual” tool, video can have cathartic and critical uses. At the level of alternatives – to use the distinction made by Muntadas – things take a different path, in the form of collective and activist projects such as experimental television, free networks, communities and transverse relationships.

AO: You once declared the death of Spanish experimental cinema and its failure at a structural level. Could you explain how we arrived at this situation?

EB:Firstly, I wrote that many years ago (over twenty, I'd guess) in relation to something that many people think never even existed, or, at

least, didn't have the slightest presence. In this sense, experimental cinema would be small offshoot of sixties and seventies independent cinema, the bulk of which was documentary films (usually with a political slant) and narratives of a relatively conventional style (with somewhat surrealist leanings, I'd say - it wasn't in vain that Buñuel was the guiding light of a couple of generations. In any case, all of this was in its death throes in the early eighties, partly because the works being produced had no outlet, costs were increasing and so were expectations: you can't go on making shabby, untidy and unpolished cinema for ever.

I've also said that in some way video filled the void left by marginal, independent, experimental or whatever cinema. And that there lies the continuum of many of the artists who made the transition from one medium to the other.

Today, however, experimental cinema is attracting young people as viewers who are interested in forms not found in standardised cinema, and also as filmmakers and, unavoidably, as investigators of attempts to create something new. A new distribution company called Cuadecuc is being formed now, for example, based on those that already exist in other places. I'm a bit sceptical, but I always give my support to these kinds of proposals and adventures.

AO: What do you think the post-media condition means in the context of contemporary arts? What are the political, social and economic consequences of this condition?

EB:That's an invention of people who are a bit loose with their pens. Felix Guattari introduced the idea – which has more than just aesthetic implications – and Peter Weibel, among others, have taken it to a more prosaic level: the media (or rather media arts) no longer have to bring out their essence or specificities, computers mediate everything and the media supplant each other (for example, video deals with cinema and films are made digitally).

There's a whole dynasty, so to speak, of similar concepts: intermedia, multimedia, crossmedia, metamedia, transmedia...that trace the idea of the dissolving barriers between different media, languages, disciplines, formats. Video itself is not so much a clearly defined medium, but the normal way of referring to a much wider field. Later, more generic formulations became popular, such as media art, electronic arts and a few others.

In relation to the "political, social and economic effects", I think there are too many deliberations on concepts that are ultimately abstract – such as 'post-media' – although to Guattari it had a primarily political rather than aesthetic meaning.

AO: Are we living in an age of technophilic fascination, or is it just a discourse of power?

EB:While we're at it, I'd talk about a technophilic fascination that increases the closer you get to the very latest gadgets and technologies. But I don't think this is a distinctive feature of our time. If anything, people harbour suspicions as to whether they're trying to pull the wool over our eyes and sell us empty promises.

But neither sociology nor prophecy is my thing. These kinds of questions suit full-time intellectuals. I limit myself to accepting, with reservations, what I interpret as siren songs. And not necessarily those of Power with a capital p, sometimes just meaner powers trying to hang on to their little piece of power or authority, a business niche, a public service position...

AO: With your work *Calculated cinema*, have you definitely broken away from the "aesthetics of passing time"? Is *Tira tu reloj al agua* (throw your watch into the water) an example of these ideas, as well as a tribute to Valdelomar?

EB:I'll answer in two parts. *Calculated cinema*

was an itinerant film cycle (the best-travelled and even "lifted" that I've programmed) on certain elements that I wanted to explore, tracing the relationships between pioneering uses of computers for audiovisual arts, the tradition of abstract or absolute cinema and the aspiration towards the radical in structural cinema (a parallel trend in conceptual art and repetitive music) which, in many cases, was based on pre-determined numerical order or mathematical systems.

Tira tu reloj al agua, on the other hand, was a project that got in the way of an idea I was entertaining of going into feature-length digital cinema, not just for the economic aspect, but to fully immerse myself in what I think is the core ideal of digital cinema, more than an imitation replacement of cinema itself. My "variations" on Val del Omar's unfinished works were an interesting step in this sense, because digital creation was the only way to implement a project that required the integration of very different formats (35mm, 16mm, super-8, slides), emulation of different techniques, and finally the return of this process to film, which was the innate medium of the project.

As for the "aesthetic of passing time", I'm not sure whether that's a good or a bad thing. I only know that I identify with the idea of "abstract documentary" that Val del Omar talks about. Apart from *Tira tu reloj al agua*, I think a somewhat subverted idea of time is present in some of my other work: *Mecánica*, which I made in 2000 but corresponds to a set of projects I made as far back as 1976, plays with the change in consequentiality that is inherent in a continuous series of images. Some of my videos on Cirlot's poetry are also related to these projects.

The latest video I've made is called 10 minutes and I describe it as an aporia on time. Given that I had to make it against the clock because of a commitment I'd made, and with a title I'd chosen earlier, I wasn't sure until the very end

whether it's duration would actually correspond to the one declared in the arbitrariness of the title. In the end it did correspond, although other measures are less certain.

AO: What attracted your attention to the experimental poet J.E. Cirlot, to the extent that you dedicated your *Lecturaes de Cirlot* to him?

EB: I started reading Cirlot when I was very young because my family used to subscribe to the newspaper *La Vanguardia* and they published strange texts of his that talked about cinema and symbols, or permutational structures applied to poetry, which attracted my attention.

I developed the Cirlot project immediately after Duchamp, *retard en vídeo* (1986-87), but 10 years passed before I could make it. At that time, with the increase in television channels, I thought that certain cultural subjects, in particular those linked to specific personifications of the vanguards and their particular importance in Catalonia, could end up finding a place in the public channels of the Catalan autonomous region. Duchamp did in fact end up being broadcast on TV3 and, luckily, even in prime time and with a highly appropriate commercial break.

The poetry of Cirlot allowed me to resume a series of projects and ideas that I'd put aside, but that continued to interest me and that I felt like carrying out. Cirlot's experimental poems were the perfect pretext for prolonging my own experimental premise and taking it beyond purely formal investigation and into new terrain. Because in the end, all I wanted to do with Duchamp and Cirlot was to document them, even if it was with a certain inventiveness that I missed in the hackneyed formalisms of TV programs on art and literature.

AO: We sense that you talk with a certain degree of pessimism about the future of video art and experimental video in Spain. Is that so?

EB: I don't know why that reputation of being a disillusioned spoilsport follows me around. In the catalogue for *Bideoaldia '89* in Tolosa, my good friend José Manuel Palacio published a text that claimed that "Spanish video is the best in the world" and another, full of sarcasm, that was called *Spanish video, the best video in Spain*. Manuel assured me that this coincidence – or rather dissidence – was pure chance, but I've always suspected just the opposite. The thing is that I wrote that text with the aim of annoying people, but then everyone told me I was right.

I don't feel pessimistic, I think I'm objective (or "sobjective", as Juan Crego suggests). And so I'm not a total optimist either.

I think pessimism resides in this mandarinat that I referred to earlier: the film criticism that gives a hiding to the bulk of Spanish cinema - because it deserves it and because of the indifference with which it's accepted into the most prestigious international events – but which at the same time is totally incapable of paying attention to dissidences other than those of a few untouchables, which obviously can't be blamed for being so, but which are endorsed and even enthroned by a more or less antiquated vision of realism that is all the rage now. A new "neo-realism", as I read somewhere a few days ago; or as the songwriters (to whom I've recently dedicated some attention, a film program and a book) would say, a very sub-sub-sub-realism, but not very "neo" and not at all "new".

AO: Where is the front line now, the advance party of audiovisual arts that is a prelude to what is to come? How do you imagine the future society that will inherit these works as part of their everyday lives?

EB: Frankly, these questions go way beyond my divining and prophetic arts. I can't say I'm much of a visionary in these respects.

All our tomorrows

Alan Dunn | Tenantspin www.tenantspin.org

Tenantspin

Tenantspin is a collaborative Internet TV Broadcasting project based in Liverpool, managed by new media agency FACT (Foundation for Art & Creative Technology), a non-for-profit landlord Arena Housing and city-wide high-rise tenants. The majority of these tenants are over 50 years of age. The project was first piloted in 1999 in the context of a city-wide rethink around high-rise social housing, co-ordinated by Government agency The Liverpool Housing Action Trust (HAT).

FACT is recognised as being the UK's leading agency for the commissioning and presentation of film, video and new media art. Founded in 1989, FACT is now based in the £11million FACT Centre. FACT has supported its local community throughout its existence and developed its international status through a number of innovative and highly acclaimed projects such as tenantspin. See www.fact.co.uk.

The tenantspin project has a complex structure but is extremely simple in its aims to involve disengaged communities in new media activity.

Everything seen on tenantspin is produced with and by tenants. All shows are permanently archived at www.tenantspin.org. This is the story of the project from the point of view of tenants, artists and staff, as told through 36 of its 342 archived shows. Each entry lists when, where, what and a link to the full online show (RealPlayer is required to view).

Yesterday

1. The beginning, 25 September 1999

The first show from tenantspin's original studio in Liverpool's oldest tower block Coronation Court (built 1956) opens with a shot of some of the city's tower blocks before cutting to an interior scene. Maria Brewster, FACT's Curator of Collaboration, is explaining the term "web interface" to elderly tenant Olga Bayley. While not fully understanding the technology, Olga clearly senses the possibilities, adding: "I think a community is being caring, without being familiar". Olga goes on to become one of tenantspin's most important champions. tenantspin emerged from these early webcast experiments as an experimental new way in which to engage elderly high-rise tenants in new and genuine debate about their future.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/coronationprofile.rm/player.html

2. Original architect, 22 March 2000

An interview with the original architect of Coronation Court, Mr Rex Brown. At the time, plans for the refurbishment of many of the city's blocks were being discussed. However, with spiralling costs and new structural problems discovered, around 55 of 67 blocks were demolished. Coronation Court was amongst those to go. As tenantspin's online archive grew, it became a valuable mirror of a dramatic period of regeneration in Liverpool as the city's skyline changed beyond recognition.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/OriginalArchitect.rm/player.html

3. His and Hairs, 14 December 2000

With tenants becoming more familiar with the production technology – cameras, microphones, mixers and so on – new possibilities opened up. Webcasts emerged that were not directly social housing themed but did reflect the lives and times of the community through a new media format. As tenantspin shared its first studio with a community hair-dressing salon, this report was an early example of the fly on the wall webcast.

www.superchannel.org/Home/Channels/CC/HisandHairs.rm/player.html

4. High Rise Tenants Group, 13 February 2001

In its new studio in the prestigious Cunard Building on Liverpool's riverfront, the High Rise Tenants' Group - elected tenant reps from each tower block - discuss proposed rent increases. Four of those involved on the day – Steve, Kath, Mavis and Vera – remained heavily involved in the project today. When FACT was introduced to the idea by Danish artists Superflex (see www.superchannel.org, the system through which tenantspin webcasts), tenantspin was initially proposed as solely a 'political tool. Efor social housing debate. As the project evolved, the social, artistic and light-hearted webcasts became equally as important.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/HRTG/RentIncreases.rm/player.html

5. Crossing Over, 30 July 2001

Using the city as a cultural playground, tenantspin was able to collaborate, improvise and be opportunistic across Liverpool. Within the existing Crossing Over Micro Festival of Digital Film Culture, tenantspin selected two artists – Phil Collins and Luchezar Boyadjiev - to collaborate with tenants on the creation of two new short films. Luchezar explored the hobbies and pastimes of residents of a south Liverpool tower block and Phil (Turner Prize short-listed artist, 2006) filmed some 'makeovers' with three

asylum seekers housed in a nearby block. New backdrops, vision mixers and radio microphones were introduced to the studio and a jingle ('Enjoy Yourself') especially recorded by The Len Norman Quartet.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Crossing_Over_Communities.rm/player.html

6. Arena First, 13 September 2001

At this time, tenantspin was webcasting weekly with a core crew of around 10 tenants. Twelve tower blocks were fitted with PCs but without adequate broadband, sizeable online audiences were extremely difficult to sustain. Interestingly, not once did this ever impinge on the quality of content being produced by artists, tenants and in this case, a newly formed landlord called Arena Housing. A long and fruitful relationship between Arena and tenantspin began on this day in 2001. Arena are a registered social landlord, now responsible for 13,000 houses and flats in the north west of England.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Arena_First.rm/player.html

7. Beans on toast, 21 October 2001

tenantspin participants visited Copenhagen to chat with Superflex. How far could this project go? Had it's original aims been achieved? What were the new priorities and possibilities? Meetings with similar projects in Copenhagen helped inspire tenantspin and vice versa. All the way from Coronation Court to Copenhagen, Olga Bayley hosted a marathon four-hour live webcast from the Superflex studio, including a unique demonstration of how to cook beans on toast. Images from this session later became posters that toured with the 'Populism' exhibition to Vilnius, Frankfurt, Oslo, Amsterdam and Helsinki.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/beans/toast_on_beans_01.rm/player.html

8. On the couch with Elvis, 6 February 2002

When working with tenantspin, many roles became available – front of camera, presenting, behind camera, ideas people, champions, viewers, supporters and so on. As a little “TV Channel” the project could welcome and accommodate a range of characters and, for many, the media offered the chance to play a different role or to play a part. This was very different from meetings around tables. tenantspin was fresh, it made mistakes, it had technology – not all of which worked – and it could be fun. Hence the Elvis lookalike. Legendary.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/ELVIS_on_the_Couch_.rm/player.html

9. Live on Broadway, 17 June 2002

tenantspin were invited by Superflex to take part in the ‘Open_Source_Art_Hack’ exhibition at the New Museum Of Contemporary Art on Broadway in New York. A party of eight travelled to set up a live studio in the Gallery and host one week of live discussions with social housing tenants, Museum staff, artists and visitors. One of the standout guests was Ricardo Dominguez from the Electronic Disturbance Theatre. He was interviewed by young tenant Kirk Ward who later represented the UK on the Eurovision Song Contest.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/SPIN_ON_TOUR5b.rm/player.html

10. Fluxus, 1 September 2002

In a busy year that also included a trip to Malmö for a project with Rooseum, tenantspin were invited by curator René Block to take part in the ‘40 Years Of Fluxus’ exhibition in Wiesbaden. Once again setting up a live studio and travelling to Germany, the group of five tenantspin participants and staff conducted a vast array of interviews and reports, including this one with Rirkrit Tiravanija, who would later invite tenantspin to appear in his Demo Stations exhibition at the Ikon Gallery in Birmingham.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/

fluxusintro.rm/player.html

11. BBC World, 29 November 2002

The project was gaining some interest from both the arts and social housing sectors and on this day BBC World visited to film a chat with participants about the project. Why were they doing it? What could they achieve? Were they learning new skills? How does it work? Raising the profile of tenantspin, it also gave the participants a fantastic insight into how the ‘real’ media works. The BBC would continue to be a genuine supporter and collaborator with the project.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/BBC_WORLD.rm/player.html

12. SuperBlock, 23 January 2003

In early 2003 FACT relocated to the custom built FACT Centre with galleries and workspaces exclusively for the presentation of new media and moving image artworks. tenantspin would broadcast live from FACT for the next 3 years and kicked off the year with this dramatic new 80-minute audio work commissioned by BBC Radio 3. Working with Liverpool-based writer Jeff Young, ten tenants spent one year developing a story set in the year 2040 on the premise that all the demolished tower blocks in Liverpool were rebuilt – on top of each other. The dark tale followed the SuperBlock’s original architect returning to the monster he created. As he climbs and meets various tenants and ghosts, his own personality begins to crumble like the building itself.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Superblock.rm/player.html

13. Hillsborough, 16 April 2003

Sheila Coleman introduces Gary, Anne Williams and John Mac, discussing the Hillsborough Justice Campaign’s ongoing work to obtain justice for those, and the families of those, who lost their lives at the football stadium disaster in 1989. This was the first of two collaborations

with the HJC and attained one of the project's highest ever online audiences, with Liverpool fans from across the globe participating in the show.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Hillsborough_Justice_Campaign.rm/player.html

14. The SuperNatural, 7 May 2003

A look at the paranormal with John McGuirk and Rita Robinson. Our special guests were Bill Blimson and Lorraine White from Merseyside Anomalies Research Association (www.mara.org.uk). They presented some stunning visual examples of paranormal and UFO activity across the Liverpool region. Such subjects became incredibly popular with tenantspin, helping draw in new participants along the way. To prepare each show, tenants arrive in the studio 2-3 hours before start time, help set up and test audio visual equipment, have some lunch together and wait for the guests to arrive 15-20 minutes prior to going live. Guests are briefed, sound checked and introduced to the crew. Audiences arrive 5 minutes before the presenting tenant announces: "Hello, and welcome to tenantspin."

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Supernatural.rm/player.html

15. A tribute to Olga Bayley, 20 August 2003

This show was dedicated to Olga who passed away the previous week. The HAT's Paul Kelly opened with a heartfelt tribute. The show itself explored issues affecting the 210,000 tenants across Liverpool in terms of what social housing providers were doing to develop the capacity of their communities. The panel included representatives from local landlords, tenants' panels and the Government's North West Office team.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Rising_Damp.rm/player.html

16. What you need to know (Part 1), 2 September 2003:

"What you need to know" was a special tenantspin webcast event featuring exclusive tenants' reports, artists' commissions and sequels to those shows most viewed on the archive. The event took a look behind the tower block sounds, signals, echoes, ghosts, services and networks. Part 1 presented 'CCTV. Who's Watching? You?' a new tenantspin film created by artist Adele Myers and tenants using footage from the Sefton Park security cameras. It was followed by a live discussion on the topic of surveillance at tower blocks with a community health and safety officer, a criminologist and a security system salesman.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/What_you_need_to_know_Part_1.rm/player.html

17. Money, 22 October 2003

A popular topic – tenantspin asked: where and how do you keep yours? This set of shows explored Credit Unions, ethical banks, debit cards, online finance, keeping money under the bed and pensions systems. Were the technological advances increasing an understanding of wealth or simply generating more money for the middleman? Experts and tenants debated at length.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Hanging_on_to_what_you_ve_got.rm/player.html

18. Care in the community, 18 December 2003

Part of a series looking at care, a subject suggested by one tenant caring for his elderly mother. In this section, we discussed Rosetta Life, a registered charity that works in hospices throughout the UK. It was followed by a chat with Nicky Grundy, MND Care and Research Co-ordinator at The Walton Centre for Neurology and Neurosurgery, who works with people with Motor Neurone Disease across the North West

and North Wales. Tenant Mark Hobson hosted. Subsequent shows explored the Council's new TeleCare system that deployed technology to provide better support for vulnerable citizens.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Care_in_the_home.rm/player.html

19. Proxy Music, 13 January 2004

Tomorrow's World - the living room TV revolution. tenantspin's Dolly Lloyd (vocals), John McGuirk (vocals, lyrics and spoons), Margo Hogg (lyrics) and Michael Roberts (guitar and vocals) worked with Danny Hunt of internationally renowned Liverpool band Ladytron to record new versions of three classic UK theme tunes - Crossroads, Eastenders and Countdown. The laid-back mood of late morning and early evening viewing was radically transformed into forward thinking thought-provoking cross-generational creativity.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Midday__Midweek__Midmonth.rm/player.html

20. On the Couch with Anthony Minghella, 12 March 2004

FACT's Executive Director Eddie Berg and tenants chatted with Anthony Minghella, Chair of the British Film Institute and director of films such as 'The English Patient' and 'Cold Mountain'. The discussions looked at the relationship between the "Do-It-Yourself" ethic of projects such as tenantspin and the multi-million pound media industry.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/We_talk_to_Anthony_Minghella.rm/player.html

21. Community Centre, 12 May 2004

Tenant Margo Hogg hosted an update on Sefton Park's new Community Centre. As each tower block was demolished or refurbished, the HAT or successor landlord would create a new communal space - Community Centre

- to maintain a sense of togetherness. At Sefton Park, the Centre that was being discussed would later house the new tenantspin studio. Margo was joined in the discussion by Phil Lee, one of the Centre's architects.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Sefton_Community_Centre_update.rm/player.html

22. Ways Of Seeing, 9 September 2004

Liverpool artists' group SPLICE were in conversation with community representatives involved in collaborative Liverpool Biennial projects. The discussion was hosted by Sean Hawkrige from SPLICE and featured Paul Kelly (Liverpool HAT), Paul Domela (Liverpool Biennial), Leo Fitzmaurice (artist) and tenantspin's own John McGuirk. The Biennial Contemporary Arts Festival often looked to tenantspin as a host, discussion forum, source of creativity and genuine link to overlooked communities.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/WaysofSe.rm/player.html

23. Behind the scenes, 16 November 2004

Since 2003 FACT have employed young local film-makers to pass on skills to tenants - researching ideas, planning shoots, filming and digital editing. This short clip produced by one of the tenants was based on a series of out-takes from tenantspin shoots. While each live webcast is transmitted as a Real file and backed up on VHS tape, outside filming is done exclusively on MiniDV and captured for subsequent streaming.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Out_Takes_volume_1.rm/player.html

24. Beyond belief, 14 December 2004

As part of Liverpool's Year of Faith, tenantspin staged an open discussion on the relationship between technology and belief. What role can science play in expanding our consciousness? Can new technologies really encourage ge-

nuine connections between people? Guest speakers included Martin Randall, Church of England Minister and Chaplain at Altcourse Prison and representatives from the Dean's Office of both Liverpool Anglican and Metropolitan Cathedrals.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Beyond_belief.rm/player.html

25. Conversations, 10 February 2005

Involved since day one, tenant Kath Healy has specialised in filming and editing very direct and poignant pieces on Liverpool life. Kath, who is in her seventies, produced 'Conversations' as part of the 'Shrinking Cities' exhibition in Berlin. The film consisted of a series of interviews conducted by Kath herself with high-rise tenants in the north of Liverpool. Each subject's relaxed nature is a testament to Kath and the ease that she put people to when she is behind the camera.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Shrinking_Cities.rm/player.html

26. Community Centre Launch Event, 22 February 2005

Early 2005 and the new Community Centre at Sefton Park is underway. The plans for the tenantspin studio within it are finalised. The plan is to broadcast directly from a studio 'Pod' in the Centre – globally via webcast and locally into 300 high-rise property TVs through the existing CCTV system. John McGuirk chats with Arena's Paul Smith and, for the last time ever on tenantspin, FACT's Eddie Berg about the next phase at Sefton Park. Eddie, having founded FACT in 1989, went on to manage the British Film Institute's new capital development in London.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Launch_Event_1.rm/player.html

27. Skating in the city, 28 February 2005

tenantspin meets Liverpool's skateboarding community to discuss skating in a city envi-

ronment. Panellists in the webcast included John McGuirk (tenant), Adam Cooke (skater), Winstan Whitter (Director of the skate film 'Rolling Through The Decades'), Dave Hopkins (journalist for Document magazine), Ian Robinson (manager of the Rampworx skatepark), Kingy (photographer for Document), Mackey (East Skateboards) and Claire McColgan (Head of Creative Community Programme, Liverpool City Council). This pertinent discussion was the first of its kind in Liverpool, bringing together different generations, decision makers, state representatives and a studio full of young skaters.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Skating_in_the_City.rm/player.html

28. A Winter's Tale, 7 March 2005

tenantspin commissioned sound recordist Chris Watson to work with the project on a new audio piece entitled 'A Winter's Tale'. One of the founding members of the band Cabaret Voltaire, Chris is also a solo recording artist for Touch music and sound recordist for many of David Attenborough's wildlife series for the BBC. Chris worked with the tenants to record the sounds that they could see from their elevated flats, but could never hear. These natural and human sounds were composed into two new 40-minute tracks and piped back into all the flats through the CCTV system. A unique soundtrack for a unique view, this webcast is a recording of the BBC Radio 3 programme 'Night Waves' feature on the project.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Night_Waves.rm/player.html

29. Election Dreams, 26 April 2005

In the lead up to regional elections, tenantspin staged a discussion featuring all six candidates from a south Liverpool ward. Representatives from Labour, Conservative, Liberal Democrat, Socialist, Green and UKIP were grilled by tenants and the BBC's Political Correspondent Liam Fogarty. Tenants' pre-prepared questio-

ns made up most of the show, with questions from the studio and online audiences mixed in. All the guests took the event incredibly seriously, viewing tenantspin as valid a platform as any of the 'regular media' outlets.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/tegetherinelectiondreams.rm/player.html

30. Live Forever, 11 July 2005

tenantspin were invited by artist Gustav Metzger to set up a studio in Norwich Art Gallery and deliver three key-note webcasts as part of the EAST05 International exhibition. This section features guest Chrissie de Rivaz, chairperson of Cryonics Europe. She discussed with tenants John and Jean the subject of cryonics, namely humans paying to be 'frozen' at the moment of death in the belief that technology will be able to revive them in years to come. Chrissie and the tenants touched upon the logistics, ethics, practicalities and impact of such a decision.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/LiveForever.rm/player.html

31. Sunday Matinee, 31 July 2005

tenantspin commissioned international artists' group Foreign Investment to develop a new project entitled 'Sunday Matinee' for a tower block in South Liverpool. This 23 minute film edited by Arena's Patrick Fox features exclusive footage of before, during and after the event. The group of 'artists, gamblers and accountants' that is Foreign Investment transformed the community flat into a garden of earthly delights, from the red and black decor, to the string quartet, choir, dancer, poetry, performances and the red and black food. Around fifty tenants, dressed in red and black by invitation, partook in a surreal and communal happening.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/sunday_matinee_kk_big_crop1.rm/player.html

32. Tenant Participation, 16 August 2005

tenantspin provided a roving report at a Tenant Participation conference in the Hilton Hotel, Birmingham. Arriving at the hotel, tenantspin set up portable equipment and captured the views and opinions of tenants from across the UK. The footage was then quickly edited and presented back to the delegates at the close of the conference. Interviews by Mavis Thomas, long-standing crew member.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/tpas05.rm/player.html

33. Community Centre Opening, 28 September 2005

tenantspin celebrated an important new chapter in its history with the launch of a satellite studio housed in Sefton Park Community Centre. The centre was officially opened by Mavis McDonald of the Office of the Deputy Prime Minister. Webcasts will continue from FACT alongside the Sefton Park productions, thus increasing the number of tenants able to participate.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/launch.rm/player.html

34. Greatest Hits, 6 January 2006

Invited to numerous events to help inspire others and disseminate good practice, tenantspin produced this compilation DVD that could be sent across the globe when participants' actual presence could not be facilitated. Highlights to look out for include interviews with artist and ex-KLF Bill Drummond, writer Will Self, actress Margi Clarke and writer/comedian Alexei Sayle.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Best_Of_2003_04.rm/player.html

35. A New Era, 7 March 2006

In tenantspin's first ever live broadcast from the Sefton Park studio, a panel including Phil Morgan (TPAS Chief Executive), Stephen Loftus (Resident Involvement Manager of Cosmopolitan

Housing) and Lynn Windsor (member of Arena Residents' Forum) discussed resident participation in a sometimes heated debate. A full audience participated as the BBC looked on, a City Council photographer snapped away and around 23 new tenants witnessed the tenantspin experience for the first time.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/citizensenior.rm/player.html

36. The Welsh Streets, 18 April 2006

In 1813, one in ten people living in Liverpool was of Welsh origin, with many only able to speak Welsh. In this FACT Centre show, tenants explored the impact the Welsh have had on the region and the controversy surrounding the Welsh Streets in South Liverpool, including the media coverage the area had gained following high-profile comments from Ringo Starr and John Prescott. Whether to demolish or refurbish these historic Welsh streets has divided the community and the webcast featured exclusive tenantspin footage of the area and interviews with key stakeholders.

www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/the_welsh_streets.rm/player.html

Today

'The Welsh Streets' is a good example of the project in 2006. The process behind the show was as follows:

1. tenantspin Away Day, January 2006, tenants get together to reflect on the year past and to plan ahead
2. Ideas are discussed and one tenant, Dolly Lloyd, mentions the Welsh Streets issue
3. Staff and tenants agree that it is an issue worth pursuing and planning begins
4. February-March 2006, local film-maker John Scotland works with tenants to produce a short feature on the Welsh Streets, including interviews with key players
5. Webcast listed in FACT Brochure, printed in

run of 3,000 and distributed across the UK and Europe

6. April, the webcast discussion is staged in FACT in front of a live studio and online audience. Webcast archived

7. May, tenants interviewed by the National Institute of Adult Continuing Learning, and particular emphasis placed on the Welsh Streets show, further disseminating the project

Tomorrow

tenantspin's plans for the next three years include:

1. www.tenantspin.org becomes a more interactive portal, housing tenants' polls, votes, home-made films and so on
2. An increase in the number of outside broadcasts
3. A contribution to Liverpool's year of European Capital of Culture in 2008

This breakdown of the project gives an insight to the journey and its priorities of developing genuine relations with participants and artists through the shared production of high quality content. Many people have been given the opportunity to speak out through tenantspin. Some have grabbed the microphone once to say something memorable while others have spent six years behind the camera. Some have been internationally known, some starting their careers and some were never heard of again.

Speaking at a tenantspin event in 2002, media watcher Stuart Nolan spoke about the uneven relationship between the internet and regular TV:

"We use TV a lot more than we use the PC and TV has a history of compelling content, by which I mean, name me a website that last made you cry. The point is that TV regularly makes people cry and moves us emotionally".

While tenantspin may not have made anyone cry, it has touched a lot of people both fleetingly and very very deeply.

Reclaim the spectrum

José Luis de Vicente jl@elastico.net

The invisible conquest

We punch a few numbers into our mobiles in the middle of the street and assume that we'll hear the voice of the person we want to talk to. We tune into a radio or television station and assume we'll be able to see the news or hear the soccer game we're so impatient for. Our laptop tells us it has detected a wireless network, and within a few seconds we're receiving our mail. And we rarely question any of it. It's only when something goes wrong - there's no network coverage, a satellite connection is down or a storm blocks reception - that we become conscious that the message or call we take for granted should actually reach us in the form of a certain frequency of radio waves in the electromagnetic spectrum. Sometimes being unable to receive these waves can be more irritating and cause more problems than losing a key or missing a plane.

We rarely pay attention to what goes on in the radio spectrum, even though we'd be unable to live without it. From maritime or flight paths to weather forecasts, supply chains for all kinds of products and the media, more and more things now depend on our ability to make signals circulate through this space that lies between three and three hundred gigahertz. A space that, at least in theory, is extremely scarce and precious.

The radio spectrum - the electromagnetic space through which radio and TV broadcasts, mobile phone and GPS signals and WiFi networks circulate - is the real estate of the information society. The infrastructure that keeps it going - from antennas that crown the most emblematic buildings to the hundreds of satellites in orbit - is the most ambitious feat of engineering that human beings have ever achieved; and the way it has been gradually colonised and conquered throughout the 20th century

has radically transformed the construction of our societies, the articulation of cities and our individual relationships.

The history of this invisible conquest is one of the most enthralling stories yet to be written. Since 1903, when Marconi joined the two sides of the Atlantic for the first time through a wireless telegraph conversation between President Roosevelt and King Edward VII of England, up until today, we've gradually woven an omnipresent and increasingly dense web of hertzian signals all around us. This web touches everything, from personal objects like TV remote controls and Bluetooth mobile phones, to the most remote processes like GPS data readings taken from a height of twenty thousand kilometres that can pinpoint our exact position to within a few meters.

Hertzian space

Just like the Internet, the radio spectrum contains, distributes and channels information. But unlike the net, the spectrum is not just metaphorically or conceptually a "space" - cyberspace can be "virtual"; while air space corresponds to a physical reality. It can be measured and detected, and gaining access to it often involves negotiating real obstacles in the physical world. Every time we move around a room with bad coverage, looking for the spot where we can hear the broken-up voice of the person we're talking to, or when we drive along a road with the radio on and pass through different stations that are superimposed on the same frequency, we are reminded of the topographic reality of the spectrum. In recent years, there have been some attempts to conceptualise the place of electromagnetic activity in its main theatre of operations: the city. Some post-digital architects and urban designers see air waves as elements of "soft architecture", just like smells or light. Elements that we don't perceive with

our eyes, but form part of the urban landscape and condition the way we experience our surroundings. In his seminal work *Hertzian Tales*, Anthony Dunne suggests the term “electroclimate”, drawing an analogy between hertzian and atmospheric phenomena. Just like weather conditions, electromagnetic fields are unstable, changing and free-flowing, with their contours and boundaries being constantly redefined.

Whether they are architectural or atmospheric elements, there’s no doubt that the air waves have radically transformed modern cities, to the extent that we have started building major monuments in their honour. Many of the world’s big cities have their telecommunications towers, rather than cathedrals, as their most visible architectural symbol - Berlin and Singapore, for example. Others, like Paris (the Eiffel Tower) and New York (the Empire State Building), have preferred to turn their symbols into antennas.

The explosion of wireless technologies has made this topographic dimension of the air waves a much more crucial issue, because radio space is now redefining, and in many aspects replacing, public space. Just like shopping centres are replacing squares and Starbucks outlets are replacing local cafes, we are now having as many social interactions by mobile, SMS, email and chat as face to face interactions. And the wireless Internet networks that permeate public spaces blur many of the boundaries between home, public and work life. When we are sitting on a park bench with a laptop, connected to the Internet - where exactly are we? We’re gradually taking more social dynamics from the streets and transferring them to the waves. But while we can question the decisions that determine the uses of squares and parks, we’re less likely to do the same with hertzian space because we are hardly even aware that they exist.

The spectrum wars

In spite of their strategic importance, we know very little about the spectrum: who owns it, how it’s managed and how decisions concerning its use are made. Discussing the regulation of the spectrum in a social context is not

a political priority, and the process is rarely subject to public scrutiny.

At one time, radio was (briefly) a lot like the Internet is today. Just as you can now create a blog or run a forum without any kind of authorisation, in the early days of radio in the US you could set up a station and start your transmission without any need for permits. There’s a famous story that explains how the most famous shipwreck ever, the sinking of the *Titanic*, was used by the government to claim its jurisprudence on the spectrum and introduce a regulatory system of exclusive licences for each frequency. This system turned radio into a medium of a few talking to the many, which led to the boom in commercial radio and television and closed the door to other hypothetical models that, in the words of Bertold Brecht, could transmit in two directions instead of one, turning listeners into participants.

If the spectrum is like real estate available for development, frequencies would be the plots of land: not all of them have the same value. And for decades, the most valuable have been in the hands of “the lords of the spectrum”, its first colonisers: the military, the broadcasting industry and telecommunications operators, who have enjoyed exclusive use of the most useful frequencies for decades, and in many cases considerably underused them. The administrative model was left more or less alone, as new technologies and systems appeared and gradually crowded the space. But some of the major reorganisations that have taken place have produced opportunities for speculation, such as the granting of telephony licences (in particular 3G licences that were granted through an auction system for the first time) and the transfer of radio and television broadcasts from analogue to digital and high definition, and they are being matched by a growing number of critical voices. Many people believe that in the participative society made possible by the internet, where we can all once again transmit as well as receive, the model inherited decades ago cannot remain intact.

Reclaim the spectrum

The bandwidth around 2.4 GHz, which has been called the “junk band”, is one of the rare public frequencies that can be used without licences. It’s used mainly by domestic devices such as wireless telephones and intercoms that monitor children’s rooms. But it’s also used by the routers that make wi-fi networks possible. If wireless network technology hadn’t been based on an open frequency, it would never have been able to expand so quickly. The impact and transforming power of open networks are an example of socially beneficial uses that could be obtained by making more space available for civil society on the spectrum.

“Reclaiming the spectrum” means re-allocating the uses that have been assigned to a set of frequencies. One of the most important re-allocations will take place in a few years time, when television stations are due to totally stop their analogue broadcasts, and, after the famous “blackout”, transform their signals into digital ones. But it’s easy to make the connection between the idea of “reclaiming the spectrum” and other public interventions like the Reclaim the Streets movement, which organised festive outdoor demonstrations in major cities throughout the nineties as a way of criticising the way the streets had become commercial and disappeared as a community space.

We urgently need to recognise the right to preserve the spectrum as a shared resource for all citizens. If a community benefits more from combining all the wireless networks in the area than from third-generation telephony, why are we heading in that direction just because they have to justify their business model? When it comes to extending the uses of the frequency system – are more television channels and video messages on mobiles really what we need? Do we want technologies that allow us to be participants, or just consumers? Can we continue to be tied to an administrative model designed for the television age, now that all of us are, more or less, transmitters?

The aim of the exhibition Reclaim the Spectrum, which was organised as part of the eighth edition of ZEMOS98, was to draw attention to the

need for debate on public, not just business, interests on the ways in which the spectrum is used and how these decisions are made, at a time when its social benefits could go further than ever before.

Reclaimers of the spectrum

Artists, designers and activists are being the first to make the leap to reappropriate and manipulate Hertzian space to subvert its uses. In some cases they do it by making what occurs on the airwaves visible, and mapping their domain to show how they disappear into the boundaries between public and private space.

This is what Canadian artist Michelle Teran has been doing since 2003 with her series of interventions *Life: a User’s Manual*. Armed with a frequency scanner, Teran intercepts signals from wireless video cameras around the area she is walking in, and displays their images on a portable monitor on the street. From the analogue fog there arise ghostly non-places like hotel lobbies, banks and automatic tellers, but also spaces as private as a baby’s nursery. These strolls turn into a real time map of what is happening in the narrow strip of the spectrum that is unregulated, and turns consumers into “micro-transmitters”. *Life: A User’s Manual* shows that the borders of physical reality do not coincide with those of Hertzian space. Another proposal for visualising activity in the spectrum is *Sky Ear*, British artist Usman Haque’s best-known project and one of the first architectural interventions that exist simultaneously in electromagnetic and urban space. *Sky Ear* is a “cloud” formed by a thousand spheres of ice containing sensors which respond to changes produced in the Hertzian fields that the installation encounters on its way, especially those caused by mobile telephones. When activated, the sensors provoke colour changes in the LEDs inside the spheres and illuminate them.

Other artists are encouraging the use of wireless networks to create active location-based communities, in the same way as used to happen in public squares or parks. Discovering that her wireless network was being used by her neighbours made London-based Indian designer Anab Jain reflect on how little she

knew about the people who lived around her and who entered the electronic space of her data network. In order to break this anonymity, she set up a free Internet access point outside her house, offering passers-by the chance to sit on her yellow chair and access the web through her home wireless network. The Yellow Chair Stories are an example of how electromagnetic waves (which don't respect the difference between public and private space, invading neighbouring streets and houses) can be used as a communal resource that, when shared, strengthens the sense of community of the people living in the same street or neighbourhood. Leaving a wireless network open and allowing third parties to use it can be a strategy for reclaiming the use of public space as a communal space, where face-to-face communication among users is encouraged.

In contrast to the usual wireless utopia of permanent and ubiquitous Internet access anywhere, anytime, WiFi Bedouin places the emphasis on proximity and creating a mobile wireless community that is physical rather than virtual. Inside this backpack there is an 802.11b access point (the protocol used by wireless networks) that works, but is useless for connecting to the Web. The aim is for the wearer of the backpack (the wifi bedouin) to create a nomadic "Internet island" wherever he goes, an autonomous data zone within which users - executives at the airport, couples in a park - create their own social dynamic, with "blogs", "chats" or file sharing systems in which the only participants are those within its reception radius.

Finally, the projects that hack technologies and protocols show how our current use of the spectrum depends more on political and commercial decisions than the wide scope of their technical possibilities. Jonah Brucker-Cohen questions the architecture of communications networks and considers how the sociological characteristics of the ways they are used can be changed by altering their basic rules, even just slightly. His Wi-Fi Hog is a response to the utopian vision of free networks as open, shared and communal spaces. The device, which Brucker-Cohen imagines as a tactical tool that could be used by activists in protest actions, allows the user to gain control of an open wireless

network in such a way that only the "kidnaper" can use it to access the Internet, expelling the usual users. The system consists of a laptop connected to a device that generates interferences, and a program that intercepts the data packets that circulate through the net. The software only "lets through" the packets originating in the IP of the computer connected to the Wi-Fi Hog; for all others, the interference device is activated and they are rendered useless. The aim of the project is to investigate how adding limits to a network and making access more competitive and territorial changes the relationships between users.

Somewhere in between the utopian discourse of those who want a commons on the airwaves and those who subvert and hack communications protocols and devices in total rejection of the controlled use of this technology, those who reclaim the spectrum are anticipating a political and social debate that was lacking in the 20th century and cannot be postponed in the 21st century.

REDTV, a new public square

Josevi Soria www.sinantena.net | josevi@sindominio.net

Imagine an itinerant network of community television stations that stimulate experience, trigger the potential that emerges when different people in different spaces do things together and can recreate itself, in new and endless permutations.

It was in the seventies that two Venezuelans from Argentina's ICAIC collective organised a course at the Miró Foundation in Barcelona. During these workshops, the Argentinean collective explained how to use audiovisual tools in social projects. This event turned out to be the catalyst for the creation of Video-Nou, a Barcelona collective that set out to use video as a form of social intervention and a way of creating public communication spaces. Carles Ameller, co-founder of Video-Nou, claims that this ICAIC workshop was vital for learning about other kinds of activities that could be carried out with video. At the time the most relevant examples were happening in Brazil, Argentina and Venezuela, using audiovisual tools and language for educational projects, and the 1977 workshops at the Miró Foundation inspired the creation of Video-Nou as the first independent video collective in Spain.

The history of these and other audiovisual collectives involves contact and contagion with other similar experiences, the sharing of knowledge and paying attention to what was going on, in order to learn how to transfer experiments in any part of the world to local contexts.

One of the best frameworks for immersion in other experiences, seeing each other's faces and sharing stories, is the one that emerges

when people come together for events like the one organised last March by ZEMOS98 and the Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) in Seville, Spain. It was there, at the Other forms of Television conference, that the proposal to weave a network of community television stations - REDTV - was born. These kinds of networks have provided the driving force and ideas behind many of the projects that, like Video-Nou, were presented at this seminar.

As a result of sharing our concerns, we came up with a series of ideas and attitudes that we all share: the desire to use the camera as a tool for transformation rather than simply a witness to actions; to go beyond counter-information and be more than a loudspeaker for social movements or for expressing a political line, and instead construct a public space for intervention, dialogue and communication, breaking down the barrier between transmitters and receivers and creating a real laboratory of human relationships.

Although not expressed in these terms, this network already exists and has existed for quite a while. It has been coming together and arming itself with bits and pieces, almost without us noticing it, as collaborations that emerge through the crossing of paths. The group Amatau from Bilbao, for example, started a television channel as part of a workshop in which colleagues like those from the Italian television project telestreets shared their experiences. Through the Cine Pobre screenings, the work of the collective Eguzkibideoak has helped to bring people together, for example when they transmitted a television program via streaming with the Pamplona Hacklab in collaboration with Sinantena

from Madrid. In one way or another, many of these collectives have participated in shared projects such as the global Indymedia network, or in conferences like the Hackmeetings that were essential for extending the culture of the commons.

In *Televisores*, a meeting for discussing and presenting the works of collectives that was organised by the Fundación Rodríguez in the Centro Cultural Montehermoso in Vitoria, we were fortunate to be able to give continuity to the Seville seminar *Other forms of Television* and continue working on the same issues, thinking about what REDTV could be.

It's true that at the high points of the social movements, such as the transition period in Spain, the 'other globalisation' movement or the mobilisation against the Iraq invasion, collectives have already been working to create their own forms of expression, specific moments of communication that develop in parallel to external events. But it's also true that these new forms of communication based themselves on collectives and networks that had previously invested in equipment, gone through a technical and political self-learning process and negotiated the highs and lows of the movements. These experiences were based on more in-depth and long-term work on the construction of temporal subjectivities that don't depend on the agendas of power or the cycles of activism.

These audiovisual networks and collectives play an irreplaceable role in conserving and reviving memory, not by safeguarding any museum, but through remembering through action and re-invention, in the sense that Ameller refers to in *Por una comunicación contextual*. In this article, Ameller vindicates the relevance of telling the story of Video-Nou, now over thirty years old, because there is "(...) a renewed sensibility and concern for these issues (...)"; not for the story itself, but "(...)because there are those who understand them, that is, transform them into the present (...)" Within a similar line of

work, we also find collectives like Amatau, who are re-using the transmitters of the television station Telefrisco, which broadcast programs more than twenty years ago, as part of a project by the Neighbourhood Association of the San Francisco neighbourhood in Bilbao. They are also recovering the station's old recordings in order to use them in their new research project on the transformation that the city is undergoing on its way to becoming a "brand name city". The people who form part of Amatau construct and recover the collective imaginary using an archive of images that they screen in the context of festive events with local agents such as migrants and long-term residents, as well as producers from all over who are invited to come along and point out changes that have occurred in the city from different points of view: art, graffiti, photography and video. Denunciation used to link the past with the future.

These ways of doing used by Video-Nou and Amatau are the essential node of what REDTV would be. The new forms of television, of expanded television, go way beyond hertzian TV as we know it. New ways of viewing and producing, on screens at home and on mobiles, Internet video, screenings, computers for editing video, etc. that are marked by new technologies and their popularisation. If we want to appropriate these tools without succumbing to artistic-technological fascination, we should set out to make something like television without television, concentrating on what is emerging around these experiences, collective production processes and the television performance itself. In Seville we spoke repeatedly about the difficulty of transferring these experiences to video, creating audiovisual work that doesn't format experience, shows "everything that happened at that time and place", and takes notice of multiplicity and intensity - in many cases a work in progress. Adopting a quality that is as underrated as the ephemeral nature of television allows us to focus on the importance of producing social bonds. The basis of all of this has to lie in breaking down the discourse of te-

levision experts, revealing the conjuring trick behind TV, the ins and outs of a medium that is much more accessible to everybody than they try to make us believe. Which is why it is possible to handle audiovisual tools for self-expression by sharing knowledge and working on long-term projects with continuity.

The REDTV set

The specific proposals discussed at the Seville workshops fall within the framework of the following main points:

A cartography

The first proposal that generated the most interest was the idea of creating a cartography of alternative audiovisual production - a map of existing structures. The idea is to find out who we are before we begin talking about who is present and what we have in common. To create a graphic image of where we do our thing and who we can do it with, what relationships are formed in this world, and what elements they share. The idea is a research project that would include interviews with existing groups, based on a questionnaire that we will prepare in order to define the way these collectives relate to other social elements, and how they question the communications sphere. We would also investigate the types of work relationships that occur in this field. We're still at the stage of defining the questions that we want to use as a starting point. We have to take into account the fact that the map is not the territory but a representation, some signs on a page that can give us some sense of direction within the chaos. This sense should be less rigid than a manifesto, a theory or an ideology, open, by nature, to exploring and finding others within the bounds of the unknown. We are proposing the creation of a network that is itself a research project, plotting alliances, producing a greater network. A few quotes can help us to define the road to be travelled:

"The map is not the territory. Maps are differentiated from the territory through acts of selection. As a creative practice, maps don't reproduce but rather reveal realities that had previously been invisible or unimaginable. Not all maps manage to do this, some simply reproduce what is already known, but these are replicas rather than maps...spatial experience cannot be separated from the things that happen in it, it is continuously remade every time that a new person finds it, each time it is represented through different media, when its environment changes, every time new affiliations are created. The construction of maps triggers possibilities, recreates the territory over and over, with new and different consequences each time".

Corner, James The agency of mapping in *Mapings VVAA* edited by Denis Cosgrove. Reaction Books. London 1999

"The mapmaker collects, combines, connects, marks, masks, associates and generally explores... What makes a map different from a replica is that it is wholly aimed toward experimentation derived from reality. A map has multiple entries, unlike a replica, which always comes back to "the same". A map is a question of execution, while a replica always comes back to a presumed competence. Writing has nothing to do with signifying, it is about measuring, mapping, the inclusion regions that are still to come."

Deleuze, Gilles and Guattari, Felix. *Rhizome* (introduction) Pre-Textos. Valencia, 1977
Rhizome (introduction) Minuit. Paris, 1976

The Third Audiovisual Sector

The ACS (Assemblea per la Comunicació Social) in Barcelona, made up by more than 141 collectives, pointed out another of fundamental role to be played by REDTV: lobbying for the creation of a Third Audiovisual Sector, which is neither the private commercial sector nor the public one run by governments. REDTV could

politically organise this Third Sector and demand that the new Audiovisual Law includes the right of associations to access the public service that is television. Hand in hand with this struggle for the recognition of the Third Sector is the idea of creating a fund consisting of 2% of the advertising profits of private television stations. This would allow for the creation of a sustainable form of television based on associations and social movements, that doesn't depend on the tolls charged through advertising and grants. An inspiring model that is hardly known in Spain, and that many people think is "crazy", is Amsterdam's Open Channel, an example that has all of the necessary ingredients that make it possible: on one side, independent production groups that have a strong belief in this Third Sector and its right to broadcast independent productions, and on the other, a public administration with a certain democratic awareness that doesn't allow the audiovisual sphere to be totally devoured by the whirlpool of private business profit.

A place in cyberspace

If there's one thing that can help us to compile the ideas that we want to connect through REDTV, to co-ordinate efforts and gradually accumulate them, it is taking advantage of the technologies and forms offered by the Internet. Web tools give us the possibility to set up horizontal co-operation and bring together time and space in projects that are physically far away. Its first role is to co-ordinate different times and levels of the cartography process, which involves constructing a map in an un-localised way using an open source software tool such as Mapomatrix, which allows us to continually add geo-references and new nodes that can keep growing like a living network in constant metamorphosis and communication.

It would also be a web site similar to the Italian NGVision, where telestreet share their videos so that they can be used by the local televisions, thus enriching their broadcasts. It's not about

creating a free and infinite container for video such as YouTube, but rather offering a selection. Repertory audiovisual material that is signposted with information that makes the best of the virtual qualities of the Internet - hyperlinks, texts and multimedia formats - and offers choice in the chaos of cyberspace. Perhaps it could eventually transform into a collective programming grid that could take advantage of opportunities to influence social reality. The materials published would support the commons from the point of view of free licences, such as creative commons, to share knowledge and video that others can use freely. The web site would also promote copyleft video and television tools and contact with open source software development communities, allowing for the appropriation of technology such as video streaming.

A web site is also a work space for creating and sharing research on experiments that have been tried in the past in order to re-use them. From this perspective of video intervention, the web site should be a container for audiovisual material and also for ways of doing: social video manuals, video activist manuals, for making telestreet programs, for streaming, using of tools for education, etc.

The real

However, this network is also very important because it deals with the immediate, the world in which we can act, shoulder to shoulder. The danger of these networks is the abstraction involved when we are represented by a link and are reduced to that. From there, the need for face to face meetings like the ones we are having. And the importance of working with and contributing to social movements and taking advantage of the moments of mobilisation in order to produce materials that deal with shared issues - thinking global and acting local - obtaining different views of a single event. We can act through guerrilla communication, street actions, media actions or the deconstruction of advertising and generate moments of

emotional shock. In short, take action to create a television of proximity that co-produces with the locals.

Proximity

Another problem that we should tackle together is based on the concern mentioned by Eguzkibideoak: distribution channels. As the students in Seville asked, "where can we see all these interesting things you're talking about?" And it's true that it's very difficult to access these materials. Most people don't have the chance to see us or listen to us, or to start up an audiovisual project like the one we're carrying out. The problem is to get people to pick up the remote control and turn off conventional television while giving it a participative and social meaning. A run of the mill web site can help, and it can become the start of the co-ordination required for other ideas, a network of spaces for screening works that we consider interesting and a DVD distribution company that allows us to publish materials and reach areas that have been inaccessible so far.

Prospects for REDTV

For REDTV to develop beyond its first faltering steps will depend on the extent to which we can take the work of each of our collectives seriously and play the role that we want to play within the global village. Our main point of contact with the social movements is collaborating to break the dispersion and encourage debate and research through audiovisual tools that help to build communities. We have to put our energies into research/action and self-organisation practices. To set up self-learning and access groups through a journalist-sociologist-encourager figure. Interactivity that goes further than "yes, no, cancel!". The non-specific nature of television allows different languages to be used and re-mixed, to put different worlds in contact with each other and build shared ideas.

Rather than the point of no return for critical capacity, the insurmountable dichotomy between reason and emotiveness that was proposed by Baudrillard in relation to new digital media - together with a great deal of critical thought - alternative productions actually cover a range that goes from the emotional and guerrilla-like to experiments in building a new public square. Television as an agora, a forum for citizens, such as the NIB (Noticiero Internacional de Barrio/Neighbourhood International News). If television creates an imaginary, we must use it to take advantage of 'the moment', as suggested by the TV Interventions of the Fundación Rodríguez. To generate criticism based on reason and affect, based on emotions. To tell stories and give voice to the myth. The global imaginary is expressed through the medium of visual culture.

We are driven by a passion for audiovisual media's capacity to generate communication that is not empty, that is based on the social, on a critique - true communication that always falls a little short of its aims, and doesn't ever exhaust itself. I think that creating a shared and stable space for alternative video collectives, that is, REDTV, would lead us to discover realities and forms of co-relation that are maybe still invisible or impossible to imagine.



Community TV, some thoughts for discussion

Grupo Alavio alaviocine@yahoo.com.ar | www.agorativ.org

1. On low-power TV

Since the late eighties, there have been groups in Argentina working with low-power television broadcasts. The possibility of building TV transmitters with DIY technology using electronic circuit plans, friends with some knowledge of electronics, the generalised presence of video (mainly VHS cameras) and a favourable macroeconomic climate (an opening up to imports and the low dollar) which allows people to acquire the components at an “economic” price, did away with the first major obstacle which is the equipment.

With its precursor in the widespread use of FM radios in the eighties, in the nineties there was a proliferation of local TVs (both VHF and UHF), to the point that over one hundred and fifty or more small, more or less stable, stations were broadcasting a signal in the free channels not used by private companies or the government. Based on the idea of producing live content, like during the early days of television, and with a growing archive of movies due to the proliferation of video stores that hired VHS movies, they were able to sustain infinite hours of programming. A space that could be used as a studio, a tall structure for transmission antennas, a transmitter, video players, a sound and image mixer, a few video cameras, microphones, etc, were all that was needed to begin the experience.

Now, out of all these experiences with television, how many can really be called alternative, counter-informational or at least community TV? Undoubtedly, very few. With a legal system that makes them illegal (broadcasts are considered clandestine and punishable by law),

some stations were subject to persecution and were closed down, specially those with a militant attitude. In the majority of cases, they were assimilated into the political and commercial system, becoming spokespersons for the expressions of regional political power that tolerated or encouraged them at different times. With a history of over fifteen years of operation, the low-power TV channels that survived from that time in Argentina were taken over by the government, and their links to the communities are just variations on mercantile relationships.

2. New TV, community television

To have media that are owned and native to the working class is the maximum aspiration towards the objective of constructing our agendas, with content that is relevant to the organisational needs and emancipatory struggles of the oppressed and exploited – they offer the possibility to open up small windows of freedom. This statement, obvious in itself, is not necessarily internalised among the peoples’ sectors. Communication through the mass media such as TV is reserved, in the imaginary of the majority, to the big financial groups or the government. A TV channel for and by the social movements and struggling sectors of society is almost seen as an impossibility. Social organisations still push this issue into the background or ignore it altogether, The road already covered and the resolution of technical matters isn’t enough, for now.

3. Context

Since the last military dictatorship in Argentina (1976-83), we have experienced an accelerated

process of the privatisation, concentration and centralisation in the hands of a few employers (financial groups) of the ownership of almost all the media: Conventional TV, cable TV, satellite TV, AM radio, FM radio, Internet services, fixed telephony, mobile (cellular) telephony, news agencies, national newspapers, local newspapers, postal services, loudspeakers on the streets, billboards on public roads, billboards on forms of transport, giant screens on the streets, the ability to manipulate personal data, etc...

For example, the legally declared make-up of the ownership of the two biggest media companies in Argentina:

Grupo Clarín:

Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. (Shareholding: 100%), Diario Clarín, Diario Olé, Revista Genios, Artear S.A. (Shareholding: 99,2%), Canal 13 (open television), TN (cable news channel), Volver (cabel channel), Canal 7 (Bahía Blanca), Canal 12 (Córdoba - Shareholding: 85,2%), Pol-Ka (productora de programas - Shareholding: 30%), Patagonik Film Group S.A. Asociado con Buena Vista / Disney y Telefónica Media (film production company - Shareholding: 30%), Multicanal S.A. (Shareholding: 100%), Clarín Global (Shareholding: 100%), Clarin.com, Ubbi buscador de internet, Teledportes S.A. (Shareholding: 100%), GC Gestión Compartida S.A. (Shareholding: 100%), Artes Gráficas Rioplatense S.A. (printers - Shareholding: 100%), Radio Mitre S.A. (Shareholding: 100%), Mitre (AM radio station), FM 100 (FM radio station), Prima (Shareholding: 82%), Ciudad Internet, Datamarkets, Fullzero, Inversora de Eventos S.A. (Shareholding: 100%), Ferias y Exposiciones S.A. (Shareholding: 100%), Feriagro, Editora de Revistas S.A. (Shareholding: 100%), Revista Elle, Tele Red Imagen S.A. (Shareholding: 50%), TyC Sports, La Razón (free evening newspaper - Shareholding: 75%), Televisión Satelital Codificada S.A. (Shareholding: 50%), Torneos y Competencias, Impripost (Shareholding: 50%), Papel Prensa (newsprint manufacturing - Shareholding: 36,9%, the

other 36,9% diario La Nación and 26,2% the state), Cimeco S.A. (in partnership with La Nación - Shareholding: 33,4%), La Voz del Interior (newspaper from the region of Córdoba), Los Andes (newspaper from the region of Mendoza), DyN (news agency - Shareholding: 25,6%), Galaxy Entertainment Argentina, DirecTV.

Grupo Telefónica:

Adquira (e-commerce), Atento (third-party telephony service), Fundación Telefónica, Pléyade Argentina (seguros del Grupo Telefónica en Argentina), Telefónica de Argentina S.A. (fixed national and international telephony -, telefonía pública, Internet acces -with the brands Advance amd Speedy- (Interne service), Telinver S.A. (Yellow pages), Telefónica Empresas (Grupo Telefónica activity that is present all over the world), Telefonía Pública (Telefonía Pública en la Argentina), Telefónica Móviles Arg. S.A. (Telefonía mobile, run by Movistar), t-gestiona (Corprate servces), Terra (internet), Telefé (TV channel with relays throughout the country).

This process, together with the technical advances in the communications fields that allow a huge volume of messages to be transmitted all over the world almost in real time, led to an accumulation of political and economic power that was unimaginable a few years ago. The power to standardise thought and punish diversity, anything that strays from the norm. The power to stigmatize when its not possible to hide conflict and make it invisible.

A mountain of information has the same meaning, in spite of the feeling of free choice. We have a remote control to select the frequencies of hundreds of TV channels, but once we've been through all of them a few times, we don't find a reflection of our lives, our problems or our needs as the working class, or even just as human beings. The greatest form of ecstasy is to feel the desire for fashionable goods, a feeling shared by those who exploit us and gain profit from this experience of subjectivity, with those who mould minds in their image and likeness,

with the pro-employer, submissive and selfish consciousness of a lone individual seated in front of a TV screen.

4. Breaking with what is pre-established

For years now, together with other groups of comrades, we've decided to fight this reality, these types of social relationships. This struggle is focussed on regaining the words and the mages of exploited or oppressed sectors of our communities, and having the chance to expand and spread them through the mass media. We claim our right as the working class to produce an imaginary that responds to our interests, our needs, our cultural tradition and history as a people, the special characteristics of our communities. We claim the right to our own media, diametrically opposed to the media of the bourgeois and the employers. Our transformation from passive viewers (consumers) to critical viewers and producers of a new imaginary is the basis of this political project.

A practical experience that can serve as an important historical precedent was Canal 4 Utopía, which has been taking part since the early 90s in this active resistance to the implementation of neoliberal programs (it fights privatisation, labour flexibilisation, for the freedom of political prisoners, etc.) and broadcast 24h a day for several years in Buenos Aires. Following persecution by the government, it stopped broadcasting in 1997. In other Latin American countries there are also important examples of TV broadcasts, such as La Victoria's Canal 3 in Santiago de Chile, which is maintained by the militant efforts of a group of locals. Teletambores in Maracaibo and Caita TV in Caracas, Venezuela, spearheaded the fight against the military coup in 2002, and were legalised by the Venezuelan state.

5. Some reflections on the method

As everybody knows, the technical and technological issues aren't the only problems to be

resolved in order to turn a TV channel into a fighting tool. According to our practice, it's important to identify some characteristics of the operation and organisation required to restore low-power television as a counter-information and community-based alternative.

- Property.

A medium of communication cannot be part of a social process that aims to question the institutions of the capitalist system if it is based on labour exploitation. For this reason, it's necessary and essential to find alternatives to private property. Perhaps the most appropriate mode for this challenge is social or collective property of the medium, that is, a collective of workers, social organisations, and even the target audiences for the messages should be the "provisional owners" of the medium and the equity that makes it up.

- Management.

We claim the right to self-management and direct democracy in the core workers in the medium together with the colleagues from the organisations that politically and materially join and support this communication project.

- Funding.

An obvious limitation that is difficult to negotiate in any media enterprise is funding, to begin and to develop the resources that can settle the operating costs and technological investments that are required in order to begin. The first temptation is for the medium itself, through the partial sale of air space, to be the main source of funding. In fact, the bourgeois mass media obtain most of their income from advertising and the direct sale of air space to third parties. This income policy undoubtedly determines the content and internal coherence of the programming. Ratings end up becoming the measure of survival.

We consider volunteer work and social affiliation as the dynamic factors that create social value. We claim the right to self-funding based

on the genuine contributions of those who join the project, individuals and social organisations. As long as this doesn't condition in any way the content or programming. We cannot accept the contributions of employers or organisations that clearly aim to exploit workers.

- Content.

The reason for being a medium, it obliges us to think of some mechanism that can give internal coherence to a discourse made up of the issues, notes or programs that are covered by a medium of communication. The area of content is a space in search of the people, organisational needs and the creation of discourse for the areas involved in struggles, the search for ideological unity of meanings, an opening up to diversity, provocation, social criticism, self-criticism, the immediate need for to search and experiment with forms, are some of the tensions to be resolved. Issues that cannot be overlooked when planning the programming.

- General participation.

Because television is a one-way medium (one transmitter to many receivers), we think that we should do everything possible to generate ways in which viewers and social sectors involved in conflicts can participate. Priorities should include the physical presence of the protagonists of the struggles in the television studios for live broadcasts, as well as the presence of the production team in the place of residence, work place of colleagues and organisations. E-mail, webcams, telephones other media, point by point, must be used to their maximum potential. We can only consider it a communal experience if it includes large-scale participation of the social sectors we want to communicate with. If we don't attempt this, we reproduce authority and immobilisation.

- Adaptation and appropriation of technology. While there is still a large degree of dependence on the commercial production of large corporation, we should make it a priority to produce the necessary equipment for our-

selves. Within this policy, adaptation is very important for much of the equipment, to resignify the original aims for which it was designed and manufactured, turning them into a kind of boomerang against the dominant ideology.

- Integration with the social and political movements. For us, it's necessary that the collective that runs this community TV station should be integrated with the social movements and struggles. The ideal is to form part of the organisations and rely on political agreement for sustaining the project. The other aim is for the sectors involved in the struggle to become, as well as protagonists, the producers of their own realities and messages, to be broadcast by the medium.

- Aesthetic aspects.

There is a need to optimise expressive potential in line with the limitations of available resources. To work consciously to break the moulds established by the hegemonic culture, while being clear and specific about the ideas proposed for each bulletin and program broadcast. As for sound and image quality, they must be at least equivalent to the standards of reception that people are used to seeing and hearing.

- Continuous education.

We should try to ensure that all participants are trained in terms of ideology and audiovisual technique to tell their stories. This training should be ongoing and cover everyone involved, regardless of the role they play in the station. This is the only way to support the experience and reproduce it anywhere that groups of comrades are prepared to implement it.

- Network.

For ideological and also practical needs, when a TV channel is conceived, so are aspirations to multiply the experience. It is always possible to defend a particular experience if we generate a general debate on the need and right to our own words and images, as long as it is the spearhead for many similar experiences.

6. The legal and the legitimate

Although it is currently illegal, we claim the right to practice communication through TV as part of the struggle for liberation. Faced with this situation, the only way of sustaining the experience is for the social sectors that reappropriate the content and transform TV stations into tools for the struggle to construct legitimacy themselves. So, we think it's essential to send transmissions through community channels, even if we don't have legal permission (and knowing that it's highly unlikely).

This action is essential to verify and construct legitimacy between sectors and social movements, and to fight a possible legal challenge. The debate that has opened up on the rights we have as employees to our own means of communication also seems like an important aim. An unequal struggle, considering how discretionary the current government usually is when it comes to giving advantages to the large economic groups, for example, extending the television channels and commercial radio licences for ten more years, without any kind of public competition or evaluation of the services rendered, giving them privatisation through a decree dealing with need and emergencies.

For this reason, we think we can only claim our right to be transmitters of television if we base it on the existence of community channels, and not by waiting for a law that protects us before we start broadcasting. We can use as an example the factories that were recovered by their workers, many of who would still be unemployed if they had waited until it became legal instead of breaking the locks and starting production, even though now many do have legislation (temporary expulsion) that didn't exist before the factories were taken. A legislation that was hard to pluck from the government.

In any case, the only thing that ensures permanence of these kinds of experiences is the legitimacy that fellow organised and mobilised

comrades can give us in defence of the television channel.

7. Aims and objectives.

These new media should record, reflect and diffuse the social processes of the working class and oppressed sectors. The main political objective is mainly to find ways that encourage the audience, made up of many of the protagonists of struggles and resistances (active and potential) to appropriate the media and use it as a tool. If this practice is achieved, the medium itself can become just another player that calls for direct actions, generates spaces for discussions, connections and meetings, and becoming an important pole for criticism and practice emerging from social sectors. The medium can become a political organiser, an offensive weapon, a tool that is creating our new subjectivity linked to the interests and expectation of the working class and the exploited and oppressed sectors of our society.

“Television creates an impression of humanisation”

A Conversation between Carles Ameller and Leo Martin

Leo Martín: So, talk to us... First tell us a bit about the Video Nou experience and what it meant to work within that circle.

Carles Ameller: If you look at Video Nou from the international perspective, it began a little late here compared to similar initiatives that started in the early seventies in the United States and Canada. Little by little, information started arriving here and the phenomenon began to grow; in our case it really reached us through two specific experiences, two projects carried out by Muntadas in Spain, well, in Catalonia - in Barcelona and Cadaques. And then also through experiences from the Southern Cone of America, particularly Venezuela, where the information from the North had already arrived and now was reaching us. Because we can admit that at the time they were probably more advanced than us. The reality is that these things need a political and social context that allows them to develop. We're obviously talking here about the transition years in Spain, 76, 77, 78, which was when all of this really began reaching Spain, or Barcelona, to be exact.

LM: What about production itself, the ability to communicate that you were looking for - how was work produced and how did it reach others?

CA: What we put into practice was a mix of the principal ideas behind these experiences from other places, which basically consisted in producing a kind of communication that was, above all, independent, in the sense that it didn't belong to any of the established structures of the time, either political parties or institutions, or even the democratic institutions

that were starting to develop. That is, it wasn't based on political cinema and experience, for example, but more on a different area that has much more to do with the background of the counter-culture of the time, and on ideas about communication that we could call “horizontal communication” in order to set it radically apart from the more vertically-organised forms of communication, that of the powers that be. On the other hand, we also wanted to make popular culture and everyday life an important part of the subjects that communication dealt with.

LM: Where did you get the money to produce things?

CA: To produce? Well... we were setting off on a new path, we turned to anyone who opened the door just a crack. There is a foundation called Serveis de Cultura Popular, for example, that I think still exists, which was carrying out sociological studies of some kind. In reality it was a branch of the Fundació Bofill, which still exists. And it was one of the first to give us a little bit of funding for what ended up being pilot programs at that stage, around 77 and 78. Specifically, the Can Serra project was made under these conditions and so was the program Ateneus, although it was cut off very quickly.

LM: So you used the economic structure somewhat of those...

CA: Yes, truly precarious...

LM: ...those grant applications that often failed to materialise.

CA: ...support of this kind, specially with a certain degree of openness in particular by the Institut del Teatre, which lent us its facilities, for example, because they had faith on our project. Actually, some of us had completed part of our education there, and this also made things a bit easier. Later on things did acquire a new dimension, with the development of the Video Comunitari project, because we managed to get a funding agreement with the Barcelona city council. And that provided funding for part of our activities, the more social aspects, we could say.

LM: I suppose that once you had the agreement with the city council – did this also affect your equipment, I mean, did you get your hands on more advanced technology?

CA: Yes, we also made progress in this area – it's inevitable in the field we're talking about here. You're always waiting for technologies that don't ever quite appear. We began with the formats that were used then, which were reels of half-inch tape and then U-matics arrived and VHS tapes began circulating, so we adapted to these formats and, obviously, each change implied some investment in resources. But at the same time we always tried to set up agreements with other centres, for example in the south of France, for specific productions. They were more advanced, they had more resources... it was the period when people were talking about resource centres. France, for example, set up resource centres with a regional focus with the aim of providing services, some more than others, for these kinds of activities that had closer social ties.

LM: I'm asking because in a way we've already started to talk about production. Both content and the financial aspects of production, that is, the resources required

for production at that particular time. On the other hand, we realise that the transformation of technology starts to seem relevant here, that is, resources seen as technological transformation, the equipment that is required at each stage. I think this will lead us later to look at how things have changed over time. And the issue of distribution also becomes relevant here... once the material was produced, with all the technological and economic problems that applied, how was it then distributed?

CA: There were two kinds of productions and the issue of distribution has two different levels. Firstly, we made productions that were more like what we called video-interventions, and these were the ones with which we really innovated in terms of communication within a particular community, with a specific project. In these, communication had to take place right there, above all, in its own context, and we'd try to ensure that production and reception were circular, constantly in contact. In this case the problem of distribution didn't really exist because the material had to be produced in this way in order to be effective and complete. Later, there was also the possibility that some of these materials could be extrapolated to other similar situations, outside their original context, and we kept these documents with the idea of being able to show them in particular contexts, but we kept them apart. This is one side of it, but these aren't the only types of work we're talking about. There were also documentaries, works related to the counter-culture's experiences with art, etc. which in the end became documents or works that, ideally, should circulate. For this reason, we always created a documentary base at the Servei de Video Comunitari, published a catalogue, and tried to ensure that it circulated sometimes by submitting works through calls for entries, events and festivals that came up, and we also tried to reach distribution agreements with other similar centres, such as Video In in Canada, which had some of our works in their material while we had some

of theirs. Apart from letting people know that it existed and that they could come to our facilities to watch it (because there wasn't so much infrastructure then - domestic video was just arriving - in terms of society in general, in Spain it began in 1982 -), the idea was that we had to organise diffusion. The concept of distribution didn't exist then, it didn't become an important requirement until 1984 in Spain. At that time, what identified us was often that we ourselves produced (like Dziga Vertov, who produced in his truck with his laboratory and also had his screens and projector there...), well we'd get the television set, the reel to reel video player and set up shop wherever, to show the work that was being done, sometimes its production process and sometimes works that were in their final stages. Therefore, it was more a problem of diffusion than distribution. We didn't ever enter a distribution stage with Video Comunitari material. The project ended in 83.

LM: All of this leads us to the fact that 1984, 1985, were precisely the years when Spain began to distribute video works.

CA: There was also an increase in video art and independent video, so you could say that it was non-industrial, non-television, but our experience slowly died and wasn't taken up by other groups. This really created a need for distribution companies for these other kinds of works, which were the ones closest to independent video.

LM: Maybe its true that in Spain in those years there was a suspension of these kinds of works, videos similar to what would later be called video "activism". It never did develop, did it?

CA: Three distribution initiatives were created at that time; there were two in Madrid and one in Barcelona, and none of them prospered. They were badly designed, they had good intentions, but they didn't manage to find the support they needed, so they couldn't survive

very long. Then there was a big vacuum, there was nothing left except the space that different institutions began to occupy...

LM: Which implied a loss of autonomy and independence...

CA: ...certain institutions, like the Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia (which started taking an interest in 1987), and then La Caixa, with some initiatives in the late 80s. But it's not the same: they aren't independent distribution or production companies. They buy material and make it circulate.

LM: We were talking earlier about the technological limits that you came up against, because we can't talk as though the technology were separate from other aspects. I think that the technological limits of video are key in any discussion about the reasons behind the suspension of the development more social aspects of video (mobile video that goes to events, records them, documents us and shows a different vision...)

CA: Let's introduce another element so we can understand each other better - the idea of television. Video and television have always been twinned, and sometimes the reasons they've wanted to take different paths were strategic and political more than anything else. Those who made videos always had the hope of making television or finding a place in it. It was even where you could experiment with new formats, it was a kind of utopia to end up occupying a space on TV with these kinds of productions. This went on until the mid-nineties, when people had to face the fact that even if they found a place, it would be in institutionalised television. The same thing happened later with the private channels, they don't generate spaces that can meet these needs or demands. At the same time, however, Video Nou was participating in the early years (from 1982) of what would become unregulated, local television. Local stations shared similar determining factors but they also faced other issues that

weren't central to us: they tried to play with the communications of a small community, but the machinery behind the internal forces that came into play – policies, local government bodies – drew it into other waters very quickly. Also, just the fact that they were programming, working with timetables, also implied other types of priorities and marked a difference.

But there's another thing related to the logic of the communication process I was talking about earlier: we were also generating a process of education and training. Our way of using audio-visual codes wasn't so much to question them as to work on them and organise workshops with some of the participants who had shown interest in the technology in this context. It was another aspect of intervention.

LM: How do these practices adapt to our time? I think they're not going to happen so much in physical space (although this aspect has to continue to exist), but increasingly in a virtual public space (the Internet). Around the 60s and 70s, these kinds of practices were suspended and/or slowed down and then in the 80s there was a little progress (autonomous, independent video that is aware of art history and conceptualisation in relation to arts practices...) What were the keys provided by this kind of more social video making and its stages?

CA: In the first stage there was an initial attempt to connect this new technology, which gave the civil population the power to talk about the things around them, and access more points of view than those of the state and/or private companies. In the second stage, during the 80s and early 90s, its limits were discovered (due to technological problems that prevented efficient, smooth distribution and production), and the project was basically suspended. Then there's a third stage based on technological developments (the Internet, cameras, video), where limits disappear, and there's a new possibility to re-launch projects.

At that time we were heir to a certain scarcity of resources, although they were already growing (in Japan there was proposal for economic survival. It wasn't driven by the United States.) It could expand from a commercial, business and social point of view. It kept growing until the 90s, when the means of production started to become affordable. That, together with the Internet, radically changed the outlook.

LM: This used to happen before the Internet, but only a small elite had access to the technology and then it started to break down in the early 90s because the Internet still didn't handle video. Web 2.0, which allows real-time images, is still very recent. Now real possibilities are starting to appear that can conceptually connect and then apply the postulates of the 60s that define the enthusiasm behind the start of the "video revolution". Today the political bases of social change are on the Internet.

CA: But above all in terms of quantity, in the revolutionary sense of quantity expressed by Mao (quantity equals quality)... or maybe not... because there is also a certain perversion...

LM: Today, with phenomena like YouTube (a macro-server of images from all over the world), thousands of people can exchange videos without knowing each other. And they are doing it with videos from all kinds of sources (television, personal videos...).

CA: What really works is the drive to communicate/ the way communication is needed or used in terms of intersubjectivity (affection and relationships, sharing). It's also essential to be able to generate spaces, within the huge web of happenings of all kinds, in which their links can be redirected and focussed for other reasons... because they belong to a group, because of cultural affinity... there's a place for this kind of collective and communal community.

LM: The idea of media ecology comes into play. Faced with the mix of video making impulses, how do we develop a smart ecological mechanism, as a community? Attempts based on defining, establishing or privileging some content over other content, will not be socially accepted. The ecological phenomenon appears when an abstract multitude begins to relate to mix with the content.

CA: The phenomenon of the mass media, which is made vertical through repetition (news agencies: the repetition of a single message, like in the 60s).

LM: There are two ways of reproducing a news item: with a critical or a non-critical attitude towards mono-channel information (counter-information until the 80s, it's starting to not work). Now is the worst time in which to talk about another field for creating-producing information, the field is less rigid, more horizontal.

CA: One of the fantasies that we used to have in the movement, in the 60s and 70s, was the belief that if we were sensitive to these things, then everybody was: that's a lie. Not everybody is, or feels as though he is, in the place of the producer (in the generic sense: the creator). Some people, through distribution logics, see themselves simply as receivers, consumers. They don't think they have that need in the political sense.

LM: I think that distinction between producer and receiver, is changed by technological developments and commercially imposed specific technologies in particular societies. When Benjamin wrote about mechanical reproduction, he didn't imagine that it would be driven by capitalism. Currently areas of consumption drive production (cutting edge technology with built-in devices: mobiles with cameras...).

CA: The technology itself sets out to materialise acts of communication and make them visible (they leave a trace), but in very basic terms (before it was letters, now mails are saved in the memory).

LM: More and more people have the tool that allows them to show-reproduce whatever they want. But what's our role?

CA: What seems difficult to accept from the point of view of political emancipation, is that a body or person can regulate what is important and what isn't (an error in the previous model, the previous stage). We have to avoid this. We have to face the noise - and there's a lot more noise now - but at the same time there's a problem in that it doesn't seem right that certain individuals should be able to say what's important. There should be self-regulation, which would work through affinities (mainly aesthetic and ethical).

LM: But television as a system for distributing information to a social imaginary is faced with a limitation (it doesn't produce interaction) and this is why we find huge changes in aesthetics and content (TV in the 50s versus TV now).

Television tries to expand its field by approaching the real (the lowest instincts). As viewers, we're tolerating this less and less, because we've suspended interaction with this medium and we're starting to get used to having it in others (the Internet, for example). We experience this as a limitation.

Faced with the possibility of premature death, television has chosen to throw its production energies into a semiotic field related to the most direct realities (because we can't interact with fiction, we tolerate it less). This expansion (into little-explored fields, misfortunes, private life...) is proving to be dangerous.

CA: Private life is actually something that has also been explored in the field of arts, but it didn't get turned into a spectacular subject

LM: In art it wasn't considered to be bad taste but now it is. Has the content changed?

CA: The focus is different; the two can be defined according to the field, but not their form. They're two different things. Art is based on humanisation, while television gives the impression of humanisation, but it only wants to manipulate the feelings of audiences, make them accessible from the spectacular side of things.

LM: Before it was the interpretations, but today if we shed a tear it's because something is happening before our eyes (Big Brother...), and there's the illusion of interaction (identification). This wasn't visible before. It reveals a crisis in the system, a sudden development in response to the competitiveness emerging in other fields of production and information. The expansion in response to the threat that the Internet poses for television on one hand, and on the other hand, television moving onto the internet. Once again, established government and business powers (and now there are more of the latter) are doing their thing. But there are complexities that never applied to television when it became established as a world communication system. Some thought that everybody should participate, but it never turned into a problem.

CA: At that time, what we could contribute through more alternative or art-based communication was a greater degree of subjectivity that allowed us to approach reality in a different way. And if that happened on television, people could see it and compare it with the other kind of communication that dominated the medium everywhere. Local and cable television stations made more things possible, but

political or technical problems didn't allow it to happen.

LM: There was always a missing link. You could make your image, but when you allowed it to be shown on television you could lose control over it. This doesn't happen today with Internet – you can have absolute control over your production.

CA: Only in specific contexts, on the Internet in general and in certain television experiences – but then we're not talking about macro-television, the reigning TV.

LM: But at least it happens, before it didn't exist or there were only one-off, anecdotal experiences.

CA: The people who continued Video Nou continued on the same line and made sporadic television programs. Small transmitters that you could use for short-range transmissions already existed and could be bought in Spain or Italy (this was around 1985/86). They nurtured these types of experiences for all those years, and it ended up becoming telestreets (although telestreets has a more marked political nature). This would be hard to understand without knowing that public and private television stations in Italy were run by the same person, which made people look for any possible means of response. Also, those who are involved believe that this is their role, and they define themselves as producers and political agents. They also want their action to spread, and for their stance to gain strength as citizen awareness.

LM: In social terms, there is a key moment for this competitive relationship in Spain: 11-M and 13-M (the dates of the Madrid bombings and national elections). That must have been post modernity, before there would have only been a couple of people on the street. It was a case of the people against media manipulation (created by particular interests, in this case government interests). People have other tools as well as the TV (e-mail, blogs, webs), and in this allows them to shape a different version of the truth of an event much larger than what the government tried to give us.

CA: The most shameful thing was the critical state of the government at that time.

LM: But today we have social bodies that, more and more, prevent that manipulation. We have to be optimistic.

CA: It's the gesture of an unspoken feeling, without continuity, but with all the risks implied, to take it negatively (the transmitting of violent acts through mobiles or the Internet, for example).

LM: It's important to persevere in the search for an ecology....

CA: I don't know what the limits to self-regulation are, but today there is a certain sense that people are overwhelmed. So we should use it more in the day-to-day struggle, not just at specific and significant moments.

LM: Another example: the sit-ins, protests organised anonymously through emails. The "macrobotellon" (an event involving group social drinking rather than a specific protest) was organised in a similar way. Mainstream television reported this event a priori with pre-existing connotations (violence, disturbances). This began a confrontation that led to predictable responses (different responses by those

in power). In the case of the sit-ins, there is the same viral contagion, the event took place, but the television ignored it in order to not give it more strength (it could turn into something bigger and they prefer to silence it). In the official media it appears as something anecdotal, when in reality people are on the Internet are "hooked" on this network of protest for improving the housing situation in the city. This is made possible through interaction with the technology people use in their everyday lives, and it can't be stopped by the state. Our times are being defined by social rivalry in how events are produced. Since 13-M, new social expressions are emerging from other media, television stations are scared and they are using "hook" strategies (morbid fascination, sending sms messages to programs...)

CA: Television still lives and feeds off a passive audience, because it produced a passive audience. But new generations are increasingly rejecting this attitude. Many people barely watch TV now, because it attracts them less.

LM: Here we could talk about lifestyles: Television is in our imaginary, our memories - we can make associations when we talk to people from the same generation, etc. In the future or now in our present, a mother will sit down to watch TV and her son will be in his room playing videogames online with a Japanese boy and using chat to talk to his friends. He is subject to impulses that his mother won't ever know, imaginaries that his mother will never enter, and neither will some other boy his age, because this depends on your tastes.

Now one child watches one thing, and his brother watches something different. This frees us and gives us diversity, but it also individualises us. A social divide opens up and we start to have less in common. How do we have shared thought in this situa-

tion, if we are the same age and we don't have anything in common because our imaginaries are different? We'll always need shared ideas because there will always be things that affect us both.

CA: Some people say that there was an attempt after the crises of renaissance humanism that we went through and that ended at the end of last century. This doesn't mean that a new humanism isn't possible, and in some way this is what it's trying to do: in a way, what could be shared would be the most basic elements. We should all try to be aware of this, and conserve this area as the commons. On the other hand, the references would go beyond just humans, it would also affect other living beings (animals, plants...), because if they're not humanised too we wouldn't recognise them, and if we don't recognise our responsibility to them we eliminate them. In the end, it would be self-destruction.

LM: The image is becoming a dominant element in the construction of the world.

CA: But sometimes there is a crisis of representation. It's already problematic to construct a representative image, and once it's constructed there are no codes for sharing awareness. For example, the filmmaker Kaurismaki complains that there has been a split between himself as a producer of art and his audience. The density of images has decreased, or expanded, but it has become more superficial. Perhaps it's part of the phenomenon of the explosion of images, although it should be possible to make a distinction. In the end, the problem is the relationship that always exists between what happens and what experiences it. If the person producing something is linked to the context, the rupture is smaller. But as soon as this is not the case, the area for producing the experience will depend on sharing levels of knowledge, experiences, ideas, feelings, that allow people to identify with what they are watching. Cinema has done it in one way, television in another, and the Internet in a different way again. But if you see it

as a phenomenon that is gradually becoming generalised, you can see the growing sense that there is less capacity for relating, which is part of that process of individualisation.

LM: ...on one hand I agree, but on the other I think we're living in a time in which relationships are generating expressions that we had never seen before (for example, demonstrations at a global level). We're in a period of transitions, from one paradigm to another. This one is starting to take shape, but we can already sense the differences with the one that came before.

Television that manipulates, television that educates.

Some notes on television and childhood.

Beatriz Rodríguez Pérez <http://igualmente.blogspot.com> | bea@zemos98.org

[...]
After working so, so hard
Sometimes women need
A little, just a little, just a little bit freedom

María Isabel. 7 years old. Eurojunior 2004.

There are some people who are against television, and especially against its programming. From certain fields, and it seems that education is one of them, television is seen as an enemy that has to be destroyed or left behind. To me, however, this analysis seems too superficial. We need to stop and do a more in-depth study of television, observing it so that we can use it for the benefits it can provide.

There is no doubt that from the moment it was created until now, television has influenced the minds, behaviour, values, attitudes and other aspects of people's lives. It's very important to look at studies about these matters from the educational point of view. We should start from the fact that television currently holds a powerful position within the family situation; it controls our time and therefore sets the rhythm of our life.

TV starts being part of our lives when we are very young and the power it acquires over us marks our childhoods. It ends up becoming so important that it conditions the socialisation process of our boys and girls to a great extent.

The socialization process is cultural and begins at birth. A newborn baby begins observing everything that happens around him or her, tends to imitate adults to reduce insecurity in

relation to the outside world, acquires the values and behavioural patterns of his environment, and eventually is formed into a "social being" within a particular group and with particular social norms and ways of thinking.

For better or for worse, television has an incredibly important role within this process, given that babies increasingly spending a great deal of their time seated in front of the television and therefore acquiring values, behaviours, attitudes, thoughts, ideas about the world around them, sounds and images that flood their senses and change their way of perceiving their environment. The number of hours that babies and boys and girls in general spend in front of the TV set is directly proportional to the increasingly un-inhabitability of the city. Families fear "the dangers of the street" and many fathers and mothers prefer their children to be inside, consuming television.

Unfortunately, there has been a gradual decrease in the time that children spend at play (individually or in groups), which is one of the bases of their development and one of the main sources for acquiring knowledge. In his book *The City of Children*, the Italian pedagogue and artist Francesco Tonucci states that "over the last few decades and in a particularly clamorous way in the last fifty years, cities - which were born as places for gathering and exchange - have discovered the commercial value of space and disrupted all notions (...) Cities no longer have dwellers, they no longer have people who live in their streets, their spaces: the city centre is a place for working, shopping, going to the office, but not for living; the periphery is where people don't live, they just sleep

(...) The city has lost its life". (1). Tonucci advocates a diametric change in cities, with children as the parameter, and states that "the idea is to accept the intrinsic diversity of children as a guarantee for all kinds of diversity, because we can assume that when a city is better adapted to children, it will be more fit for everyone". [2]

Girls and boys spend many hours in front of the television, which should make us ask ourselves - Who do they share this time with? What type of programs do they watch? Are children's programs really of an educational nature? Let us try to answer these questions.

In relation to the first question, we should focus on the concept discussed by the teacher Agustín García Matilla, which he calls the "absent third" and which I think is present in most homes at the moment. The "absent third" is a generalised contemporary figure based on the fact that when a child is sitting in front of a television set, only the child and the television are there. There is usually no adult present, and it could be that an adult presence will always be necessary to help children analyse and understand what they are seeing. No parent expects a child to learn to walk without help. Learning in relation to television could be a similar process, but it's a bit more complex. A study (3) of "the absent third" directed by the teachers Aparici and García Matilla suggests that "children sense that their parents don't have a very clear vision of what can and what shouldn't be seen (...). According to many statements made by the children, their parents don't usually guide their TV viewing and the only comments they tend to make are of the kind "this program is silly". They also see that, when their parents are interested in watching a different program, they express it clearly and send the children to a second TV set. It is only in exceptional cases and very unusual for parents to "negotiate" with their children what the family could watch together" (4).

What is also true is that as well as using it to "over-protect" their children, many families use

television to lighten the work involved in parenting. The situation of parents seating their children in front of the TV so they can have a bit of peace after work is common. And television is very attractive, children are usually captivated and withdraw into a "reality" that they don't understand, that is constantly changing and in which many messages of many kinds are transmitted. As we said earlier, from television they learn behaviours, attitudes, emotions and, more specifically, patterns of social interaction, a particular language, stereotypes, gender roles, etc. Have we asked ourselves, as parents and educators, whether these are the lessons we want to transmit? In relation to this, Tonucci invites us to do the "test of observing the absorbed gaze of a child in front of the television" (5).

General ratings data shows that the programs most-watched by boys and girls - which implies the most highly-valued - are targeted at adults. This is the source behind suggestions being proposed from different fields, which we will look at a little later, for creating restricted time slots and including age limit warnings before each program.

If we look at audience figures (6) for the first week of May 2006 in Andalucía, the programs most watched by children were: Pelopicopata on Antena 3, Arrayán on Canal Sur, The Simpsons on Antena 3, Mirmo on Canal 2 Andalucía and Los hombres de Paco on Antena 3. Only two of these, Pelopicopata and Mirmo are considered to be "children's" programs, or rather to be "made for boys and girls". It is also significant to note that the soap opera Arrayán was one of the programs with the largest audiences among adults; that Los Hombres de Paco was the most-watched by women and young people; and finally, that The Simpsons is also the most watched animation program amongst young people. We have to ask why it is that three of the five programs that were most watched by children don't belong to "their sphere"?

As parents and teachers we've asked ourselves why children watch these programs that aren't targeted at them. What leads a child to watch a soap opera like *Arrayán*? Are we aware of this situation? Without going into the positive or negative aspects of a locally produced soap opera that reproduces the very same roles that other institutions, such as education, want to eliminate (specially in relation to gender roles, diversity, forms of behaviour...) it's clear that children steep themselves in the "heroes" and "antiheroes" based on these stereotypes. It's like in the song that was all the rage in 2004, with a little girl called María Isabel, barely 7 years old, singing *Antes muerta que sencilla* (I'd rather be dead than plain), a truly sexist song and a huge hit thanks to television.

The main responsibility lies with the family, school and the media. All of these form part of a society that has forgotten or doesn't want to know that television is educational and that the important step is to use it didactically, because it's a very important agent in the cultural socialisation of our boys and girls. In the field that is closest to me, we find that schools don't work and don't include as part of their syllabus manipulation, knowledge and an unprejudiced approach to new technologies and television. Many educational practices related to television are postponed in favour of finding some time for relaxation. Television generates passivity; we must fight actively against this. A lot of work has to be done in order to learn to see and learn to analyse television. It should be a subject that crosses through all of children's education, the stage at which children pay most attention and collect most information of all kinds.

If we don't think that audiovisual literacy is also necessary, schools will remain stagnant. Because it may initially be difficult to analyse the influence of television on our children, but, gradually, television generates in them an image of what the future expects from them, which may not correspond to the model of citizens

and people that we should be building.

Some attempts at audiovisual literacy in schools have obtained excellent results. But even today, government bodies consider them as an educational innovation, while in my humble experience I think they should be proposed as part of the standard syllabus. Subjects such as mathematics and language, in which children learn to count and do sums, read and write, are as important as audiovisual literacy should be. Our children should gradually learn to watch television and to make television, to manipulate audiovisual language. They should learn about the media with the aim, above all, of mitigating as far as possible the effects they produce.

Some of the most active groups (7) working in this line include Proyecto Grimm, created by a group of teachers interested in the creative use of technology in the classroom, which is being developed in various schools in Spain. Grimm TV is a specific experience in the use and creation of video in the classroom, and its application on the internet. It began as the result of a proposal by the Laboratori de Mitjans Interactius and the group Acme at the Institució Montserrat in July 1999. A specific example is the Fuente Nueva CEIP, in San Pedro de Alcántara, Malaga, where classroom work includes the use of and research into new audiovisual media, new network technologies and, of course, the use of television, as just another means to be used in the process of educating its students for contemporary society (8).

All television channels owe their initial existence to public service. Private channels must meet general requirements, including educational quotas, and public channels should be examples of a more didactic kind of TV. But study of children's programming and advertising, which invades all television programming, shows that play and toys are still treated in a sexist way. It hard to deny that the presence of feminine and masculine characters in most children's series is quite unequal. We have to go back to María

Isabel because she reminds us that women “sometimes” need “a little” freedom.

At the risk of generalising somewhat, the main character in television series is usually a boy who is brave, smart and heroic. And the supporting character is usually a girl who plays a secondary role. Male characters are the centre of the action, they are responsible for their own success and on many occasions they save the girl who has gotten herself in trouble. A simple analysis shows us how these programs encourage male and female stereotypes that have nothing to do with the society we want to build. We should be encouraging an egalitarian society in which girls and boys have the same opportunities to be who they want to be, in which sexist toys and games disappear, and children are educated in gender equality. I think that the figure of woman as a sexual object is also a key element, even in programs during the times that children can supposedly watch “without risk”. The paradigmatic figure on Spanish TV could be Natalia, an ex-contestant on OT (the Spanish version of Pop Idol), and the presenter of the children’s program Megatrix on Antena 3.

But there’s no need to be alarmist, because some work has already been done by different social groups. The values contained in children’s TV programs, such as advocating equality in every sense, educating in relation to the individual person and social groups, encouraging and facilitating coexistence, promoting non-discrimination, stimulating tolerance, supporting integration and, of course, promoting non-violence, are present in a Self-regulation Code for television content and childhood. Now we should ask ourselves how well television stations are complying with this code.

The childhood television content self-regulation code was signed in 2004 by the TV channels Televisión Española, Antena 3, Telecinco and Cuatro. The code has its own web site (www.tvinfancia.es) that includes the most im-

portant documentation and information. The code sets out time periods for applying stronger protection for children, specifically, from eight to nine in the morning and five to eight in the afternoon Monday to Friday, and from nine am to midday on Saturdays and Sundays. [9]

The Self-regulation Code raises many questions for me - Is self-regulation a real measure? Why haven’t the autonomous governments’ television stations signed the code? What about local channels? Has the code been publicised sufficiently?

From the education sector we should be aware of these measures, transmit them to our boys and girls and mothers and fathers and, at least, start to generate a debate on the issue. The code itself has a complaint-lodging mechanism - it could be an interesting topic to work on in the Schools for Mothers and Fathers. For myself, I continue to stand behind the recommendations that I prepared a few years ago for working with parents of the 1 year old children in my classroom (10). I’m not just talking about television. The management of the private centre where I was working didn’t think it advisable to bring up these issues with parents. Today, these personal recommendations still seem to me to be valid and necessary:

Television and our children

Contrary to appearances, television is educational. That is, it instils in our children a series of values and social norms and a vision of the world that includes ideas of right and wrong, regardless of whether we agree it or not. The degree of influence of this vision will depend on the role that we take on as parents in relation to television.

“Significant learning” results (in relation to television or other audiovisual media) are achieved when there is interaction with the (adult) family member who watches TV with the child.

Rather than sitting children in front of the television alone and passively as though it were an “electronic nanny”, we must spend time with them, talking, discussing and questioning what is being watched.

Studies show that by the time a child turns 15, he or she has watched television for a period equivalent to 17 months. That is, a year and a half of his or her life will have been spent watching television.

Small children don't distinguish between television programs and commercials until they are approximately 4 or 5. Before then, television is simply a whole that attracts their attention.

Young children are much more distracted and excited by commercials due to their colour, sound, changing images and their higher attractiveness, than by children's programs or programming in general.

At these ages, starting from 2 or 3 years old, their taste can be moulded by different types of content, styles and aesthetics. It begins at these ages, and then it never ends. Advertisers are well aware of this,

We can make our children watch and be fascinated by silent films, black and white cinema, cultural programs...that is, we can make our children critical in response to the bombardment of commercials and television for the unthinking masses that currently predominate.

We can also educate their hearing by listening to different kinds of music with them - oriental, classic, calming, or nature sounds, radio plays or stories, etc. Many of us who are now adults think, why don't I like classical music? And I ask you: do remember hearing it often at home? We usually like what we were taught as children.

Walt Disney's children's films, for example, are the McDonald's of children's cinema. They're not perfect, they're full of old-fashioned ste-

reotypes and they encourage irrational consumption. It's necessary to think through it with the child who is watching, think about what it wants to tell us, what ideals and degree of morality it has. Variety is how we encourage and develop the imagination of our boys and girls. This is why I recommend that you look for other kinds of films, and don't abuse of the kind mentioned above.

To sit and watch TV with our children and talk them is difficult after a day at work, but it's our responsibility as parents. To educate them is to manage to make them think for themselves and be able to make decisions in a way that is coherent with their ideas. Television can be very positive if we use it as a means, not an end, of education.”



NOTES

[1] TONUCCI, Francesco. La ciudad de los niños. Madrid. Published by the Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pp 22-23.

[2] TONUCCI, Francesco. La ciudad de los niños. Madrid. Published by the Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pp 34.

[3] APARICI, R. y GARCÍA MATILLA A. (Directors), CALLEJO, J., GUTIÉRREZ, A., MATILLA, L., MARTÍNEZ, L. M. y MONSIVAIS, R.I. (Researchers). Televisión, Currículum y Familia Madrid, MEC, 1995

[4] GARCÍA MATILLA, Agustín. Una televisión para la educación. La utopía posible. Barcelona. Editorial gedis. 2003. pp. 183.

[5] TONUCCI, Francesco. La ciudad de los niños. Madrid. Published by the Fundación Germán Sánchez Ruipérez. 1999. pp 42.

[6] Boletín de la Sociedad de la Información. Andalucía comunicación.com. 2006. nº 224, page five 5. Andalucía. Sofres AM.

[7] Proyecto Grimm. Barcelona, 1998. Related links: <http://proyectogrimm.net>. A project started by a group of teachers who decided some time back to find out what happens when you put a computer in a classroom.

<http://www.grimmtv.com/>. Proyecto Grimm web site about video in schools.

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/fuente-nueva> Web of the CEIP Fuente Nueva, which works within the framework of Proyecto Grimm in San Pedro de Alcántara, Malaga.

[8] I also recommend the web site of the Educators and Communicators Association AIRE www.airecomun.org. Especially interesting is the work they presented at OPEN ZEMOS98 in March 2006 Children invent stories to do with their rights.

[9] The Self-Regulation Code also establishes an additional measure, again a supplementary one - Media Literacy as the responsibility of television stations themselves. Where is support for literacy that the TV stations are supposed to provide?

[10] Originally published in the collective blog of the New Technologies and Narrative Media Lab of the ZEMOS 98 collective. www.narrativemedia.org

Other related bibliographical references

* FERRÉS, Joan. Article: La construcción de los valores en la televisión. Revista Signos, nº21. 1997.

* JIMÉNEZ, Pedro. ¿Deberíamos construir un nuevo paradigma para la educación en medios?. Creación e Inteligencia Colectiva, comencemos empecemos Cultural Association, Universidad Internacional de Andalucía and Instituto Andaluz de la Juventud. Catalogue / Book ZEMOS98_7 audiovisual festival. Seville. 2005 Downloadable in PDF format from <http://www.ZEMOS98.org/festivales/ZEMOS987/pack/pdf/pedro-jimenez.pdf>

* POSTMAN, Neil. El fin de la educación. Una nueva definición del valor de la escuela. Barcelona. Editorial Eumo Octaedro. 1999.

* RODRÍGUEZ, Beatriz y JIMÉNEZ, Pedro, Un taller de cine interactivo para adolescentes Paper published in the documentation of the 18th Social Pedagogy Conference Do we build educational alternatives from social movements? Organised by the Department of Theory of Education and Social Pedagogy at the Universidad de Sevilla. Seville. 2004

*VVAA. Infancia, televisión y género: Argumentos para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión. Published as a collaboration between the Instituto de Radio Televisión Española and the Instituto de la Mujer.

“Another television is possible if we think of something that isn’t television”. Fragments of a conversation with Fran ilich

Fran ilich <http://possibleworlds.org>

Pedro Jiménez <http://www.zemos98.org> | pedro@zemos98.org

This conversation took place on Eduardo Dato street in Vitoria-Gazteiz in May 2006, during Televisores. Encuentro sobre experiencias alternativas en television, a conference on alternative television experiences organised by the Fundación Rodriguez and held in the Centro Cultural Montehermoso.

Fran ilich is one of the main collaborators in the ZEMOS98 project - he has attended and co-ordinated the narrative and new media areas. Since around 2000, we have continued to create tactical media projects, training programs and digital online art.

This conversation has allowed us to meet again one year later, to pick up old ideas again and see things with a bit of distance. The conversation extends over two meetings during the night - after Fran’s presentation at Televisores, where, dressed in a Zapatista balaclava, he talked about his net.films, his vision of television (delete.tv has been his bedroom media lab project for a long time) and his new project Possible Worlds (<http://possibleworlds.org>), in his words a “socially aware media initiative that runs under the secret agenda of ‘another world is possible’”. It is an archive, a virtual community, a media library, a web hosting service and a co-operative autonomous server that currently hosts the ezln and spacebank (alternative banking) sites and weblogs.

Pedro Jiménez: This year we’ve wanted ZEMOS98 to reflect on the extent to which another kind of television is possible. So the first question that comes to mind is - In your opinion, is another kind of television possible?

Fran ilich: OK, I think that another kind of television is possible, only if we think about something that isn’t television...I mean, the real question would be: Is a different form of communication with millions of people possible? I’m sure it is. But I don’t know whether communication with millions of people can exist if it comes from a production model based on money, professionalism and specialisation. I don’t think you can think about cities of the kind that exist today, without electronic public squares. And I think that television would be this meeting point – not in the ‘modern’ sense where a huge guide was needed to impose major scientific and technological solutions to social problems, but a place in which multiple narratives and voices can come together as action, not as representation... I have no idea how this television would work, I don’t know whether it would be based only on audiovisual media, on a cinematographic or television language... I doubt it.

PJ: Who would be responsible for creating it? Governments? Citizens? Activist groups?

FI: I think that the first step we’re going to go through is fragmentation. Why? Because after all this monolithising (if such a word exists), the next thing to do is create a whole lot of little worlds... We’re seeing it with the Internet, and not just the Internet but the whole world of the market, and not just the market, also things like fashion, which isn’t just a market - in a way it’s something that reveals ways of thinking, the way in which members of a group identify with each other, all through signs...For example, the fact that people think that countercultures are

used to sell products, this has a lot to do with the capitalist focus that exists in the world right now. It's because we're still inside the paradigm, which can't change quickly, but we're already seeing the fragmentation. I think that the forms of television that are coming – or whatever is coming – will be less based on ratings and more based on real communication: identification and dialogue. And I think it will be based less on 24 hours of continuous programming and more on moments, instants...a less time-based TV. I'm thinking about a form of television that is less smooth and doesn't need these dramatic structures or the rhythm imposed by consumerism... so they can keep selling you things. Who knows whether there will still be any raw materials to exploit? Nobody knows, do they? So I think that the next step is to generate these spaces of resistance...not necessarily focussing on resistance but rather on communion - aiming towards community.

And I think this is related to much bigger things, like the world built by our immediate ancestors, from the 17th or 18th centuries to the present. This world is based on direct confrontation with nature. We know that all living species that exist do so because they were able to adapt to nature and adapt their technology to their relationship with nature. And human beings aren't doing that, we're in direct confrontation with nature through unsustainable cities and so no... I think that's where we have to find economic models that emerge on their own and don't imply making a big effort.

PJ: And continuing from that idea which I think is really interesting, how do you see your own work? For example, your projects may seem very different from each other but at the same time they form part of a single thing which is you, as the creative subject....I'm thinking about Telenouvelle Vague (1) as one point, compared with your teen novel Metro-Pop or big b(o)ther (2) as a third example, that is... How are they all related and how have these kinds

of projects developed with that idea about nature?

Fl: Let's just say that my relationship to art and creative work always starts from the political in the sense that I respond to my needs in terms of space and time. For me creative work has to be intimately, humanly, linked to a particular moment, a time and a place... And I've been responding to various aspects: big b(o)ther, what can be done with the narrative structure imposed by blogs? How can we subvert it? Getting 13 people in there for a month to talk about anything, to generate a space...and that's also a response to the phenomenon of reality shows that were already all over the place back then, specially in Europe and a little less in America. But now also in America...then, I think with big b(o)ther the idea was to use blogs for something different. The same goes for Telenouvelle Vague, it's a soap opera but it responds to the needs of revolutionary TV.

It's a homage to Godard because in a sense Godard is almost the "writer-critic who writes with the media"...or with cinema, he's somebody with a certain sensibility and understanding of our times, of living in the city and narrative, who decides - "I don't want to be a writer and I don't want to be a critic, I want to make films". And he makes films that in a marginal way are always responding to their time. So... Telenouvelle Vague arrived at a time when I was thinking "I have to focus on my Mexican or Latin American reality", and work from there. For many this was already highly objectionable because I'm North American, I come from the Tijuana-San Diego border, I'm really gringo to a lot of Latin Americans and many Mexicans don't think I've got the Mexican feeling, but... I also watched soaps and I think soap operas or French melodrama or Italian novels or ballads from Spain, Rome, Italy or Miami are languages that are fundamental to communication on the side that I happened to live...

I was interested in mixing those two things and

working on them in the area that I'm most interested in, which is the Internet.

PJ: And what role does fiction play in this process of fragmentation? Because fiction does bring things together, a book circulates through different communities, the fiction that any book generates unconsciously brings together the thoughts of a country, an area, a generation, a community. So what role should fiction play in this change you were talking about earlier? Should it also be non-linear, fragmented, totally de-structured? Or just the opposite?

FI: One day during the period when I was most desperate about...just barely hanging on to narrative techno-formalism (3), I was walking through Tijuana with Mark Dery and he said: "You know what, Fran? Nobody wants anarcho-syndicalism in their novels, nobody wants...sorry, I know that you're trying to do something else, you are doing something else, everything's cool...but nobody wants that, everybody wants an ending... they don't want to work when they read a novel or go and see a film! And they want to have a transforming experience and that's the cathartic power of Aristotelian drama, isn't it? Good. But Aristotelian drama also has to do with power and I think that it's important to work the fiction thing in a tactical way... in the end as a secret agenda that works..., the secret agenda is a secret agenda and it can't be spoken, right? But the way to respond depends on the moment, the space, time, situation...and I think that it's also very important, for example, to know that it's impossible to stop being temporal. Any novel, no matter how hard you try, is going to respond to a time and a space. And then, when ten years have passed before you see or read that novel again, it's going to trigger new things and it might end up being an old virus that was waiting to revive. Every new generation that re-discovers the conquest of Mexico, for example, will find new things in it...and that's an incredible thing. In the case of Metro-Pop, when I published it I got a lot of

negative criticism, even before it was published and read. In that young writers' circuit, I got a lot of criticism from people saying "that's not a novel, that's an essay, that's journalism"... And I would say "but the novel format can take anything", and finally thirteen years after it was published...this year, around twenty thousand copies were sold and it became a text book for secondary school children in Mexico, and it's still being read, it's still stirring things up, even though it's very much a 90's book, a Tijuana and a generational book.

PJ: You pay homage to Godard with a very specific Mexican reality. There are also translation problems that seem really interesting....there are times when understanding seems difficult, even the characters don't understand each other and there are things that are impossible to understand, English subtitles, parts in Spanish.... In your work, what's the relationship between the first and the third world (to put it in those terms even if they're not particularly great)?

FI: mmm... I think that's a really key point. On one hand, the translation of languages...the issue of language is so deep that it ends up being about the most basic meanings and things change completely. It can be super-funny or super-sad, depending on which side you're on.... so I'm quite interested in showing these characters that don't understand each other, the techno-mystic Swedish girl that goes to America in search of intuition and finds a revolutionary movement of urban indigenous people who 500 years later are still fighting for the lands they got to 700 years earlier, and how these relationships happen in which a single thing has several meanings. When we can't all read everything...it's a very complex world. And I find that really interesting... Burroughs said that "language is a virus", and the problem is that it's a benign virus, so to asking how we can reveal the virus is a bad place to start. Oh, there's a virus! If a virus manages to enter its host and

work in a beneficial way and becomes part of the host, then we'll probably never know it exists. And anyway, a virus always tends to destroy or transform its host...so that's important: to see where language takes different cultures... and now with globalisation it's a key aspect, because in this globalisation a few are living at the expense of many, but those few aren't evolving, they're not learning to do things that "resolve" things for the many, so it's an abusive situation. It doesn't suit the lucky few to let the many do their own thing because - what would happen then? On one hand we have very strong cultures that are linked to a particular climate, a particular fauna, food, habits....and here we can ask ourselves whether that was a coincidence....in the case of biopiracy, for example, where certain kinds of natives or indigenous people have had access to plants and medicines, for many years but don't hold copyright or patents. But you would expect that they should have rights over those lands, those medicinal plants. And if they don't look after them, they will disappear... I don't know, it's a very complex thing and it definitely has something to do with the dominant narrative in the world.

(At this point Jose Vicente Soria, from Teleepies, and Fito from the Fundación Rodríguez join us).

PJ: Does the "i" city still exist? [4]

FI: Absolutely. For example, that's the perfect example of fiction creating reality. In the nineties, a whole series of young writers in Tijuana started to talk about those things. Then the people from San Diego came, Chicanos, to show us their literature but it was very Mexican, and then....they were basically rejected. In Tijuana there were people who followed Magic Realism and traditional Mexican literature and they were completely rejected, and on the other had you had this "Tijuana-Barcelona" and this "Tijuana - Traffic" and that's were it all got mixed up together and "Tijuana-Barcelona" is the vision that survives in Tijuana and a few

years later it started to be exported, in a strange mix of all this... So now you go to Tijuana and from there you get to the airport and you start to see this Tijuana that ten years ago existed in books that were totally unreal, that talked about new subcultures, parties...that didn't exist in real life...and now they do. But I think this is something that has to be discussed, because this Tijuana is completely absurd. It's the Tijuana that they write first, and they start inserting into everyone's heads, they start believing it...and then building it. This virus destroys its host - what's happening now? that today's generation of artists and writers will say to you - "Tijuana is ruined, nobody believes in that Tijuana, it never was....the myth doesn't work any more". Because when people get to the city and see it they say - What's this?

PJ: Getting back to the subject of television - Could Alexander Astruc and his proposed "camera-stylo" (5) be useful for the new possible other television that we were speaking about earlier?

FI: Yes, I actually think that he would be the basis for all of these new forms of television. Who said the other day that "the video activism aspect doesn't work because the technology stops creating desire?"

Fito Rodríguez: mmm...that's one of Laura Baigorri's texts...(6)

FI: I think that sums up the history of the last thousand years, and you can sum it up precisely by talking about the pen...I mean everyone has had access to a pen for at least 100 years, 150 years, and to paper. But that doesn't mean that people are writing or that the world is more literary and we keep falling back into talking about the ideology of technology to resolve social problems...well it's not going to work, because the essential and basic issues don't get resolved...we're just postponing them...saving them up for a computer with more RAM, more memory, more capacity, streaming, the Inter-

net, satellites... to resolve problems, and that's not the way things go! Things are a lot more human, more natural, it's got more to do with the environment, communication, the body...

Fito Rodríguez: **Without falling into technological determinism, do we need to know about technology to know it's code, so they don't pull one over on us?...There will always be hackers, won't there? Because they're necessary. There have always been hackers.**

FI: Of course, in fact, I think that the important thing about computers, or technology, right now, is that they're like pens or libraries that are finally opening up to admit everybody. That is, everybody that can pay more than 300 dollars for these kinds of things. And I think that's the important thing. The thing about hackers is really important at the technological and human level... For example, David Casacuberta (7) totally got it, around six years ago, when he said "hacktivism is a kind of humanism"... Yes, totally. And it's important to know how to read code, whatever that means, and it's important to know how to use technology rather than be used by it, but...it's also important to avoid being seduced by it, and not end up with some monastic discourse in Latin. It's important to be able to speak in a language we all share.

Josevi Soria: **But...I also think that technology and television are based on oral culture and so it is much easier for everyone...it's much harder to write, which is something that needs a certain degree of inspiration...and oral culture is much simpler, everybody talks and that's what television can be based on..**

Fito Rodríguez: **Yes...but I think that would be the case if television really had an honest and direct relationship with the spoken word, but I don't think it does, it's hidden by the visual...there are things like testimony, people's opinions, their**

voices and so on that aren't the ones on talk shows and they're hidden by images. Even programs that tell themselves they're about talking are blocked by other kinds of things - the way they're directed and produced...there's an image sickness.

FI: What I would say, to go back to the beginning of the conversation, is that on one hand audiovisual language is highly sophisticated because it can suggest a whole lot of things in a single image, a travelling shot.... it's incredible that we all know how to read it... the last 40 or 50 years have seen the development of this highly sophisticated language that anyone can read, without the need to go to school. Now the problem is access to the means of production and to learning to speak and write it. There are people that can learn it if you give them a little camera, blah, blah, blah...editing quickly...it's not the same as being able to speak like a native and, obviously, writing with the source pen is a coded language, a language in a less immediate code. But don't forget that audiovisual language is edited, it doesn't always happen in real time. That's something to do with being able to understand the code, which takes us back to hackers. Another important thing that you mentioned, orality, is probably more important, although it also becomes complicated because oral culture allows all-to-all communication...maybe that's why Socrates realised that there was a problem facing civilisation, or the known world, with the beginning of the written word. What was happening was a problem of the fragmentation of time. Life started to become less based on experience, more based on ideas. In Socrates' times, words, form and writing were all intimately related... they were the discourse itself. Television pre-imposes a structure that has to do with market ideology, shopping centre sales. But if we go back to the primates or some other specific point in evolution, how was it that we could - those of us who ended up becoming humans - implement in our own bodies the cellular and organic technology that allowed us to structure words, whi-

le other primates couldn't? I think there's a key point there, which has to do with technological ideology again, because we haven't integrated our cities into our environment. That is, they are impositions on nature and they haven't managed to become completely integrated...

PJ: This morning you spoke about your support for "the other campaign" and the EZLN, and I wanted to ask you - Do they need a television channel in Chiapas? Or not?

FI: I think they do, because television is starting to reach further and further and they don't see themselves reflected in it. They learn that they're ugly, they learn that they don't speak Spanish properly, that they don't think properly, that they don't have the same values as other Mexicans, they learn that they have to go to the US, that they have to accept their jobs, become employees, sweep houses, get paid badly, that at the end of the day they have to feel proud of all that, don't they? So I think that they do need a television channel, but one that emerges from a process of dialogue and an analysis of what is happening there. For example, an important experience is Zapatista education, the Zapatista schools... that may not look revolutionary from the outside, but the fact that a few Mayas or descendants of the Maya people can study in their own language in a place where there are some concepts that we Europeans have and for them don't exist - there are words and ideas that they don't have and they don't need...then this affects the way in which they see Mexico's history. In the first three years of primary school children are taught that "in the past Mexico consisted a few bro's who were a few tribes who built some pyramids and found this cactus and this eagle and founded a city; that the Spanish came, Tenochtitlan became Mexico City, and this country that we know was born...and then in the twentieth century, with the Mexican revolution, mixed blood people became Mexicans, a mix of two worlds. Before we were creoles (children of Spaniards)..." and

they teach us that indigenous people are something of the past, which disappeared with the conquest 500 years ago... But that's not so, indigenous people are the present just as those of mixed-blood or creoles are, and this is just part of the attempt to get rid of the indigenous people, take their land, their medicine, their water...take the little they have left.

PJ: And how would a TV channel that is close to the indigenous peoples be produced?

FI: I think... on one hand there is Promedios, where they produce documentaries that are sold all over the world. Then there are two very different experiences. On one hand filmmakers in the cities who go and generate workshops for their own benefit, which is very common, and on the other the Oaxacan experience. There's a whole series of Oaxacan productions that are so raw, so sexual, so strong, and really do show you a different world...maybe not a different cinematographic language, though probably this as well, but definitely a different idea of time and space... And the vision that some of them have been able to generate is so successful that you really feel you are watching their passions...one that I saw about seven years ago, in 99, was about some problem with land - it was about a kind of union chief who asks them for money, he gets a lot of money, and then he goes and talks to the people in the city and they say "You're thick, give us the money and you take this money and go back and tell those stupid Indians no..." , so this Indian goes back, fights with his family, and because he has a lot of money he marries one of the prettiest girls in the village... but all told from this incredible indigenous perspective. It's a bit like literature from Greenland, which is really something else. It's got nothing to do with drama, I don't know what it's about.... where suddenly love is cannibalism and you eat those you love, or where the murderer doesn't kill for the sake of killing but because he's hungry or cold.

PJ: But Marcos's image is very television-friendly. In relation to the outside world, EZLN has played with this image a lot. He was actually on TV a few weeks ago, wasn't he? Being interviewed on CNN?

FI: Yes... but Marcos is for me and you, isn't he? If you go to them.... they love Ramona, they love Moses...and when I say they love them, I mean you're there and they have little dolls of them, like GI-Joes... made with fabric and they look all the same to you, with their balaclavas, and they say to you (puts on a high voice) "no, this is Ramona, because she's got plaits, and she fought because she never got married and blah, blah, blah" and you say "órale, they've got a whole mythology"...Whereas Marcos is the whitey, the good guy, a bit like Jesus Christ to them, but he's not the Marcos that we see. He's like the cool mixed-blood guy who came and decided to stay with them, but he's not, he's not... let's say I don't know whether they'd marry him.... there was a young man from the Piezas del Rompecabezas collective who had red hair and they would laugh at him and say "ah! you've painted your hair" and they'd crack up laughing... With me they didn't believe I was Mexican, they'd ask - "Where is the country of Tijuana?" ... "no, I'm Mexican..." (high voice) "no, you're not Mexican"... and they see geographic distances in a radically different way to us who can quite easily get on a plane...

(After dinner, we continue the conversation in the hotel room)

PJ: This morning you said that for a while you were driven to do a particular thing just because the format had changed or there was something new, but not any more... What drives you now?

Fran ilich: I'm quite interested in passion and inspiration... I think that media art or Internet art or electronic art can lack passion because it is so closely linked to engineering, electronics, rational worlds to do with the management

of time, resources, finances....cultural management... that it can become a totally rational art... I mean, in some sense I'd believed the whole thing about art having to be intelligent and rational and that bohemians belong to the past. I was suddenly asking myself - Who can really be sure that transparency is better than its opposite? Who said that things are really faster now than they were before? They're obviously not, it's just that we're trapped in this vertiginous node... and we have vertigo, don't we? so really without inspiration there's nothing more... you don't do so many things. (high voice) "Oh I want to decode Linux"... is not the same level of inspiration as "fuck, I'm in love". Love is still the best drug, the one that carries you forward and keeps you awake, isn't it? In this sense, maybe net.art didn't touch these issues....Olia, perhaps there are others, I can't think of any names right now.... Who else? Who touches on love as strongly as Olia does? ...I don't think these issues have disappeared, because if these things disappear then we've really lost... What do we turn into? Hey? I don't think they've disappeared, it's a fact that they haven't really disappeared and continue to move the world, and for most people dates like the 14th of February and the 10th of May are still important, aren't they? And so is pop music like Sony Music and popular music like Flamenco or whatever...soapies, traditional Hollywood films, same as always. And techno-formalism isn't letting us communicate better, although it might be making us famous in some ghettos.

PJ: What is narrative?

FI: Let's say that narrative is basically action that happens over time, a succession of actions that follow any structure, any form. Fiction can be a lie, or any other thing, that can be expressed onto reality itself. And then there are genres like the novel, which is the most interesting one to me... but there's still a lot to be done in relation to mixing genres.

PJ: How has your idea of realism evolved?

FI: Now I think that narrative is in reality, or at least it should be, with works like NikePlatz, like the CNN, like FOX, works that are really creating reality, the stock exchange, the 11th of September, I think this is the key to everything... Al-Jazeera, Telesur... the Zapatista Intergalactic Television...

PJ: What about the remix that DJ Spooky talks about – is taking reality in order to turn it into something else also narrative?

FI: I think that the remix is a key element in narrative today like cut&paste was in the 70s, mainly through the writings of Burroughs... the remix is definitely important... but it's also just a trick, the DJ's trick. The DJ is a magician, a shaman, somebody who can steer the party towards as "good vibe" or a "bad vibe"...but he's connected to the people, isn't he? When we remix reality with narrative media (8), it means we're using narrative media to change reality, which means going back to Jean Paul Sartre's old idea of a committed writer...what am I saying? it's an idea that goes much further back... but now, we have remixing and that can mean a lot of different things, connecting different channels can also mean mixing media....attacking on various fronts...

NOTES

(1) A soap opera in homage to Jean Luc Godard, available by episodes on <http://possibleworlds.org> was produced in 2005 for <http://56k-bastard.tv/>, a Pro Helvetia and Xcult Project.

(2) A collective weblog that in February 2003 hosted 13 media-activists who Fran ilich invited to participate in what he called a text-based reality show. It's still online at <http://bigbother.walkerart.org/>. This project was part of the exhibition How Latitudes Become Forms - Art in a Global Age, at the Walker Art Center in Minneapolis, US.

(3) During that morning's conference, Fran himself defended techno-formalism as the part of his work that was contained within discussions about technology, the constant attempt to change formats and go from one medium to another, without trying to achieve a narrative that was closer to the real, his own reality. This provoked a serious crisis in him, and the attempt to get out of there is what has taken him to his current situation. This idea resurfaces various times throughout the conversation.

(4) "Tijuana and San Diego are one city, that like Berlin, got divided by accidents and things of destiny. Tijuana and San Diego are the same city, the "i" city, the point that unites the first and the third world. The border imposes itself like a dimensional vortex swallowing the travellers without papers." Fragment from Fran ilich, *Metro Pop*, Ediciones SM, 1993-1997.

(5) "(...) This is why I call this new period in cinema the era of the *caméra-stylo*. This imagery has a very precise meaning. It means that cinema will slowly turn away from the tyranny of the visual, from images for the sake of images, the instant anecdote and the concrete, to become a writing medium that is as flexible and subtle as written language." The birth of a new vanguard: Alexander Astruc's "*caméra stylo*" at <http://www.fueradecampo.cl/documentos/astruc.htm>. Originally published in *L'Ecran Français* No. 144, March 30th 1948. *Stylo* is short for '*stylographem*' in French, and it can be translated as 'fountain pen'.

(6) The quote, a bit sui generis as spoken by Fran ilich, corresponds to the Critical Art Ensemble's *Utopian Plagiarism, Hypertextuality and Electronic Cultural Production*, published in Spanish in *Tecnología y disidencia cultural*, Arteleku, Donsotia, 1996. It's part of the compilation *El futuro ya no es lo que era*. De la *Guerrilla Television a la Resistencia en la red* by Laura Baigorri. It can be consulted online at <http://aleph-arts.org/pens/baigorri.html>

(7) E-mail message on a public mailing list that Casacuberta and ilich have both moderated, ([nettime-lat-0206/msg0009.html](http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-lat-0206/msg0009.html))

(8) Workshop led by Fran ilich in the context of UNIA's *artepensamiento* during *zemos98_6*, from March 8 to 12, 2004. More information about the workshop at www.narrativemedia.org and <http://www.unia.es/artepensamiento04/estetica/estetica01/frame.html>

The internet, another channel for viewers

Eva Sanagustín www.evasanagustin.com

The Internet, which only started becoming popular barely ten years ago, is the youngest of the mass media. But even so, and in spite of the fact that it doesn't yet reach everybody, the existing, currently dominant media are being forced to modernise and bring themselves up to date with the new reality created by the existence of the Internet.

To give an idea of its historical influence, it has added adjectives like "traditional" and "conventional" to the press, radio and television, marking a clear dividing line in both time and form. It has forced the other media to adopt a new format and the adjective "online" in order to remain in the information and communication market.

The Internet has changed society's consumer habits, bringing people to computer screens (and, increasingly, mobile phone screens) in search of what they used to find in the press (information) and television (entertainment), and also what traditional media couldn't offer them (interaction, proximity, speed).

From the point of view of information, the clearest examples are unfortunately found in events that trigger the circulation of information on a massive scale, such as accidents, terrorist attacks and natural disasters. Right now, the Internet acts as a source of information that leaves other media far behind because their response time is a lot slower and, above all, because only the Internet has first-hand information.

This same information also applies to the area of entertainment, because user opinions

are also used in the area of leisure. It is just as easy to exchange and download comments about movies, songs, books or programs as it is to reserve hotels, buy tickets or play online. The users' point of view is even more important than in previous media.

The Internet is where the best correspondents and journalists can be found: the citizens who are actually experiencing the news item and who post their opinions without any censorship. This freedom is undoubtedly what is making television viewers move away from conventional media and look for an alternative line that fulfils their expectations in relation to information.

For those who have access, the internet is replacing the press and television. According to the 8th AIMC Internet Users Survey, 67.7% of net users admit that their Internet use has decreased the time they spend watching television. Seeing the way they use it, it is clear that the Internet is replacing television by offering users more services.

Even so, the percentage of users who connect to the Internet rather than watch TV hasn't yet had much of an effect in terms of decreasing audience figures for prime-time programs, although it does have an influence on a specific and highly valued target market – young people. Television channels, sensitive to any small change that could affect their sources of income, are keeping an eye on the web, adding services to their web pages (such as online newspapers) in order to find a new audience to supplement the television audiences they are slowly losing.

The online presence of television stations

A television channel's web page is now its best communication tool, the best way to get to know its programming first-hand, and the least they can offer in order to interact with their audiences.

It's up to them to take an extra step and offer value-added services for Internet user, as the press does. Live broadcasts, videos, images, exclusive information, forums, chats, blogs.... every channel has its own version for creating a presence on the Internet and placing in front of computer screens those it can't get in front of a TV set.

Since the 17th of May this year (to mark Internet Day 2006), Radio Televisión Española (RTVE) has launched a free peer to peer (P2P) system that allows users to watch Canal 24h and Canal Docu live through the Internet. Also since early this year, TVE is celebrating its 50th anniversary with short videos that tell fragments of its history. It's a small step for sharing images from its immense archive, although it still seems a long way from the day when it will distribute whole programs or more commercial channels.

The model chosen by Antena 3 is to distribute fragments of its programs, while Telecinco is convinced that the aim of the web is to become profitable in itself, not as a tool for its own communication. These two channels also have their sights set on mobile telephony and have announced their migration to 3G for transmitting programs: Telecinco with Amena and Antena 3 in collaboration with El Terrat and Vodafone.

Cuatro has shown it knows exactly who its target is, how to reach it and where to find it: on the Internet. It did a countdown of the birth of its blog, and has launched two more for its series and the World Cup Soccer. The people behind Cuatro know that the blogosphere talks about the channel and its programming, and they take advantage of this to find out what

their audiences want and give them what they would otherwise look for elsewhere. For example, for the first post on their series blog obtained more than 450 'welcome' comments. This channel is also making the jump to videocasting, by offering a series of reports on the World Cup, free of charge.

If Cuatro takes full advantage of the web, the other new channel, La Sexta, is at the other extreme. Its website is more like that of a production company than a TV channel, although at least its press section keeps working as well as it did at the beginning.

As this shows, the national TV channels in Spain are taking small steps towards Internet users, but they're still not making a clear commitment to this new medium. One channel that has done so is the regional Catalan station TVC, which on the 17th of December 2004 launched a video-on-demand and live Internet broadcast signal for all its channels (available depending on the station's programming).

Some international examples also seem to be following this path. In October last year, Apple and the ABC in the US signed an agreement that allowed users to download and watch episodes of some of the TV station's series on their iPods. In April this year, the ABC allowed users to watch the full version of episodes from four of its series on the Internet through streaming, the day after they were shown on air.

These tests, which are limited and were monitored from all possible points of view, allowed the channel to explore the level of interest in this new form of content distribution. The BBC, the public UK channel, did the same in September 2004 and 2005. Using a custom system, the Integrated Media Player (iMP), the BBC placed its programs on a P2P network but with Digital Rights Management (DRM) restrictions, just like the ABC that prevented anyone from viewing it outside of the US, and with availability limited to one week.

These very cautious examples confirm that TV stations fear the Internet. They sense, as users do, that their future must necessarily involve making the leap to online content or losing their piece of the pie. An example that shows this changing mentality is the case of the NBC, which ended up signing a contract with YouTube after having criticised it. It has also posted webisodes (short episodes that are only available on the Internet) of one of its series in order to keep viewers interested when the series is off the air.

But for the moment, television stations only use the Internet for promotional purposes because computers don't have television's capacity to convene large amounts of people.

The Internet audience

Not all homes have a computer and not all homes have an Internet connection (much less a broadband connection). According to the eEspaña 2006 study, the Internet penetration rate in Spain is 40%, not even close to the presence of a television set (or several) in practically every home, without any additional cost for receiving a signal.

The Internet is still not strong enough to compete with the other channels, especially because even though investments in online advertising are growing, advertising is still much too focused on the traditional media. Advertising is the only form of income for private television stations, while the expected investment for online publicity this year is 12%.

One of the factors behind this low investment rate is the difficulty involved in determining a web site's audience. With its Anytime Anywhere Media Measurement (A2/M2), AC Nielsen is starting to consider ways of measuring audiences, just like Google wants to monitor our computers. But it will still be a while before we have a tool that allows us to break down hits in a way

that is as comprehensive as the data provided by Sofres in Spain.

Even so, we know that the average Spanish Internet user is a young, unmarried student (15-24 year old male) with a flat-rate ADSL line. This target market doesn't seem to interest most advertisers, who keep seeing television as the best-established, and therefore most profitable, of the mass media.

But examples that see things in a different way are gradually starting to appear. The exception to the rule in Spain is called MobuzzTV, a vlog that defines itself as a place where you can stay informed about the latest trends. With over 500 episodes in just over a year of transmissions, they have already had their first experiences with advertising. They were the first station in the world to screen Levi's latest campaign last March and carried advertising for the Disney movie Cars in June this year.

Their advertising agencies undoubtedly appreciated the viewers of the more than one million programs watched each month at MobuzzTV. Although these strategies are currently just an accompaniment to the "real campaign" on TV, sooner or later there will be a vlog with just as many viewers as prime-time programs, and will be considered to be just as valid.

Internet compared with television

The Internet, like television, never stops. Both are accessible 24h per day, 365 days a year. But only the Internet can respond to each user in an immediate and personalised way, and only television is a free public service that reaches almost everybody.

The Internet provides decentralised communication (many to many) in which there is not just a single person transmitting, but many people maintaining many conversations, dialoguing at the same level, between equals and simultaneously. Something that is so basic to the

Internet is actually the opposite in the case of TV channels, understood as transmitters, which have to adapt their hierarchical monologue discourse to this revolutionary way of understanding communication.

Within this communication process, the Internet has paved the way for itself as just another medium that has to be taken into account when trying to hear the voices of viewers, basically the same as citizens. But TV channels are only interested in profitability and they think they can only get one kind of profit from the Internet: to achieve higher audiences than the competition.

Fragmented supply, personalised demand

In order to meet the needs of advertisers, conventional television stations cut up their programming schedules (to segment audiences) and their programs (to fit commercials). On the Internet, it is the screen that is fragmented to allow advertising in. The content isn't divided up because most content is quite short and generally designed to be consumed more quickly.

Although audience figures for some programs reach into the millions, it is getting harder and harder to represent the whole of society through the characters in a single series or program. In their attempt to get as many people as possible in front of the television set, TV channels leave out viewers who don't want to see the same as everybody else. And a viewer who is not attracted or represented will look for an alternative that takes his individuality into account and can express it, such as, for example, a computer screen.

It should be the mission of all television stations - those who have seen themselves lose part of their audiences and those who take advantage of another station's audience losses - to offer frustrated viewers other products that do meet their expectations. The easiest option would be

to boost the web presence of programs or series that are broadcast on other days, which would also benefit the station by influencing viewer loyalty and improving communication. But the television stations' message isn't to everybody's taste, so the only solution for viewers is to try and configure their own programming.

The IBM study *The end of TV as we know it: A future industry perspective* chooses 2012 as the year in which television as we know it will disappear and then be reborn with fragmentation and individualisation as its main premises. The future of television is for each viewer to customise his or her own television programming schedule.

Internet Protocol Television (IPTV), which seems to be the logical development of integrated Internet and television, is a system for delivering television through ADSL that allows viewers to watch any of the available programs at any time. This means that viewers can configure a made-to-measure programming schedule that suits their own timing and tastes. According to the North American consulting company Gartner, the number of Internet Television subscribers will reach 3.3 million in Europe this year, and in four years time it could reach 16.7 million.

In Spain, in January 2005, the phone company Telefónica launched its IPTV service Imagenio (currently the market leader, with over 200,000 subscribers). Jazztel did the same in March this year with its service Jazztelia TV, and France Telecom launched Wanadoo TV in May. In this way, Internet providers are providing television, telephony and data (the so-called Triple Play) in their private war to win more subscribers.

Universal viewers and users

It's easy to forget that television started as a monopoly in Spain, with only two channels. Fifty years later the supply has multiplied and we can watch many more Spanish channels as well as foreign ones through satellite, cable and

the Internet. Different channels, both general and thematic, try to do each other in order to attract our attention with local or foreign-produced series and programs.

In Spain the broadcasting rights for foreign programs begin a year after they go to air in the country that produces them, but information and opinions about the series or program get here on the very day of the premier (or even earlier), and generate expectation in the foreign market. When the press hasn't started writing about them yet and the TV stations are still looking at what they can premier/broadcast according to the audience figures in the original countries, users are already following the programs at a distance through file sharing, summaries of episodes and comments on all kinds of pages.

The opportunity to reach a world audience is lost for economic reasons. If the Internet were just another distribution channel, the television stations wouldn't be afraid to offer Internet users the chance to watch their programming regardless of the time, date or place. But it's possible that when a station puts up the program for international sales, nobody would want to buy it because part of the potential audience would have already seen it.

Active viewers

Users want to form part of television in the same way as they form part of the Internet. They don't just want to watch and receive information from the media, they want to participate (even though we're still a long way from interactive television). To television viewers, as citizens, the Internet is the best option for expressing an opinion and creating an alternative voice that is independent of the mass media, and setting their own agendas.

Yahoo! is considering using the videos of its users as a source for its Yahoo! News service and the British newspaper The Times has con-

figured its own online television channel on which materials produced in different ways (for example by readers) may appear in the future. This shows how citizen journalism is gradually growing and also gaining prominence in the audiovisual sector.

The Internet multiplies sources of information through web sites, mailing lists, forums, chats, blogs, wikis... In particular, blogs are the ideal format for judging the dominant form of television (and expressing opinions in general) and creating an alternative voice. The same applies to vlogs, which are perfect for creating small channels from which a creator can broadcast images and opinions. These videos (in the best case a mix between video art and journalism) are distributed through the Internet in the same way as those made by journalists are distributed through TV.

Services such as Google Video, YouTube and Yahoo Video offer free services for sharing video. Google launched its service (which later included a TV series search tool) in April last year, and although it looked likely to make big profits quickly (considering who its parent was) it was soon overtaken by the competition. YouTube was born in June of that same year, under the attractive tagline - "Broadcast Yourself" - and Yahoo Video arrived a year later.

But nothing comes anywhere close to the popularity of YouTube, which comes in at number 18 on the Alexa Ranking, way over other Internet video services. In March this year, it received almost 13 million unique hits. Each day, 25 million net users watch over 50 million videos and upload another 50,000.

But, just like all kinds of file sharing, these sites come up against the problem of copyright. Users no longer simply share the funny home videos that spread as rapidly as a virus. They also use these services to circulate fragments of programs captured directly from the TV or downloaded from program web sites and then

share them through the Internet and discuss them with their friends and readers, both for their comic and critical nature (Look what they said on.....!)

YouTube's response to copyright infringement is to deactivate the user's account (as happened in Spain with the blog *Llámame Lola*), as well as restricting the duration of individual videos in order to prevent users from uploading whole episodes of series. But in spite of the fear that piracy triggers in television channels, studies have shown that instead of drawing Internet users away from the television set, it actually motivates people to watch the series, showing that word of mouth (screen to screen) works.

Before now, if you asked your friends whether they'd seen a particular program the night before and the answer was "No", your only option was to explain the program to them as well as you could. But now, you can share the video, even if it's a week after it was on air. In the same way, until recently if you wanted to respond to or comment on a program you could only do it with your friends, while now you can easily provide feedback through the Internet and your comments may even have as much impact on the blogosphere as they would in a newspaper.

The Internet, another channel for viewers

Television stations are taking uncertain steps towards the paradigm of online channels: high-quality programs that are available from anywhere at any time. The Internet has to play the role of just another channel, in which viewers can configure their personalised, individual television according to their own criteria and without taking into account programming times or the sources of the videos and programs (mix the next-door neighbours' holiday video with the latest overseas hit series, for example).

When this happens, the power will be handed over to viewers and TV stations will listen to the audiences rather than using them as simple exchange currency. Television stations will distribute content, but the viewers will decide what to watch and where to watch it. And the television could be the screen on a computer, or on a mobile phone, an iPod or a PSP: All of it, we hope, free.

This utopia could come true if there is a generational change which no longer sees the Internet as an insecure network; if Internet implementation becomes as widespread as that of television; if television stations ease up on their abusive controlling stance; and if advertising changes along with consumers, turning towards new technologies and placing the same trust in online as they do in traditional innovation.

But we shouldn't forget that this process of change is driven by viewers. It's up to us to turn it into reality.

Television is personal

Juan Varela www.periodistas21.com

Three hours and four minutes each day. Glued to the TV. The amount of television consumed in the world is on the rise (28 minutes more in 2005 than a decade earlier) in spite of the Internet and media saturation. In the attention economy, television still rules.

And now the empire is advancing on the Internet and telephony networks.

The new television fits in your pocket. The television of the future won't require an armchair. Forget about sitting in front of a screen to watch your favourite programs. Television is in your mobile phone, in your computer, in PDAs. It's everywhere. Our lives fit into 625 lines. Whenever we want and whatever programs we want. The tyranny of the programmers is over!

Television is evolving and the analogue blackout is getting closer. Many of the industry's hopes for the implementation of digital terrestrial television, the growth of cable and satellite subscription channels, television services on mobile phones and broadband Internet television (IPTV) rest on the games and stars of the World Cup in Germany.

When the World Cup ends, the number of screens will have increased several times over. And then what?

Major television channels and production companies are already getting a taste of the impact of P2P networks and they don't want to lose any time. They've decided they don't want to suffer like the music industry and they've reacted quickly.

Through their own web sites and new distribution channels, televisions are forgetting about airwaves, stations, channels and the tyranny of schedules, and starting to distribute programs for on-demand viewing using a new business model: the expansion of pay-per-view in exchange for ad-free spaces.

The technology has changed, and so has the market. It all began when TiVo started making Digital Video Recorders (DVR) and personal video recorders (PVR) popular in 1999 because they allowed people to watch television whenever they wanted, and ad-free. It was also the start of time-shifting, the capacity to watch TV asynchronously and forget the tyranny of programming and timetables, that sense of 'quickly or you'll miss the program'.

But there are threats to the audiovisual revolution, and the worst of them is putting the Internet's neutrality at risk. Audiovisual content requires a lot of bandwidth, and the change in the way content is distributed is blurring the differences between telecommunication companies, television production companies and TV stations - the traditional distributors.

Telecommunication operators can become media because they carry content and can even provide it through their own services (Internet, mobiles, ADSL, etc.) To ensure their investments in the network are profitable, they aspire to make a distinction between Internet content and services and implement provider and user payment systems. Those who pay will enjoy high-speed services. Everyone else will make do with a second-rate network with major limitations in relation to generating new

content and applications.

The end of the neutrality of the net is the greatest threat to the Internet's original architecture. The demand of the operators will end the principles of non-discrimination of content, interconnection and universal access. The threat comes from understanding television as simply a commercial medium dominated by the major channels.

TV that is digital, mobile, the programs you want at the time you want. Live or asynchronous, with the option to rewind and watch a particular scene, goal or song again. To watch major productions or those of average people. With sophisticated production values or a small camera contained in omnipresent mobile phones, PDAs, etc.

And all for what? Does the evolution of television condemn us to television for ever or does it change the medium, the content and the relationship with audiences.

Television without public space

Television has left the airwaves. It's a revolution. Throughout its entire history, television occupied public space, and governments and international institutions then adjudicated themselves the authority to regulate it.

"Television is, in our Legal Code and in accordance with article 128 of the Constitution, an essential public service, the ownership of which corresponds to the State." So went the preamble of The Television Act 10/1988. But by then the satellite and cable television revolutions were already announcing the end of the old idea of broadcasters as the dealers of public space on the airwaves.

In 1989 the European Union approved the Television without Frontiers directive that aimed to open up audiovisual borders in Europe to the broadcasts of all its states. It forced the growth

of private television, and in 1997 the deployment of satellite TV forced another legislative reform. Television Broadcasting, which was affected by the first directive, was defined as "primary broadcast, through cable, land or by satellite, codified or not, of televised programs aimed at the public" was changed to "the television broadcasting body", which could be understood to refer to any "legal or physical person who assumes editorial responsibility for the schedules of televised programs and transmits them or causes them to be transmitted by a third party".

Televisions were defined as the channels and the programmers, not the broadcasters, the traditional stations granted licences. A broadcaster's ownership or licence no longer defined television broadcasting. Now it's the content. From this point of view, now we can all be a television.

2005 marked the start of the major "modernisation" of European Community directive, driven by the attempt to regulate all linear and non linear audiovisual and conventional television services and on-demand services delivered through any technology.

The European Commission defined the new revolutionary scenario:

- Convergence of technologies and services: Traditional TV, IpTV, mobiles, etc.
- Expansion of the coverage of conventional television, digital TV and 3G mobile networks.
- Growth of pay TV and pay-per-view services.
- Expansion of video on demand (VOD).
- Audiovisual content exchange through P2P.
- Mixed linear and non-linear television services.
- Changes in the habits of television viewers.
- New digital advertising methods.

Under the umbrella of television, understood as audiovisual content services, the new proposal includes all media that inform, entertain and educate with audiovisual content as their

main objective, through the airwaves or using any other technology. The proposed guideline proposes a "light legislative touch" to all audio-visual media to protect basic rights and minors, and regulate advertising.

Many people consider it a threat the development of a new form of television, because the new services tend to personalise TV, while legislation still treats it as though it were a mass medium. And the standards in each case are different.

Now that the period of the occupation of public space is over, television and its content are a personal choice. It's the end of broadcasting. The period of the one-to-many paradigm is over and many-to-many is growing in its place. Television is a private thing. Radio space is safe because the digital environment no longer has any limits. TV is private because the programming of the major TV channels is having less and less of an influence on the public imaginary and agenda. It still has an enormous influence, but the multiplicity of channels, choices, ways of consuming and accessing allows a different and much more customisable experience.

The most popular videos on YouTube are already competing with the most popular programs on the major channels, at least among young people. Family conversations are getting further and further from the universe broadcast by the idiot box. Many pockets and computers are full of infinite animated images that have nothing to do with the imaginary of the mass media.

Interactivity

The new television is interactive. Viewers can continue to sit passively in front of the idiot box, or they can take advantage of its possibilities for interaction, which go from choosing programs, making comments in real time, surveys, the guide, enhanced teletext, etc. The key is a feedback channel through Internet, cable

or satellite.

The BBC already uses interactive television for its news, sports, weather, children's and entertainment programs. And it has redefined the future in accordance with the progress and new demands of audiences:

"On-demand television will be the third era of broadcasting and the second stage for digital media. The first era was linear channels with limited choice. The second was linear channels with more choice (supply), more of the same. The third gives audiences much greater control and ability to personalise and interact".

The battle for technical standards is still an obstacle for interactive television, which is used by many analogue channels through the easy option of SMS messages, which have already replaced conventional telephone communication between viewers and studios to a great extent.

Many people maintain that most television viewers will continue to pay more attention to the images on their screens than to their remote controls and keyboards. And they're right. But many programs transform the experience of watching television into a conversation with other viewers, beyond those sitting next to them on the couch.

Television interactivity totally changes their idea of a passive, enslaving medium. The alternatives to the idiot box are growing. Now it's possible to interact with programming and content.

The potential for dialogue with television is still very limited, but the inclusion of SMS messages in entertainment programs, interactive game shows and other possibilities for interaction allow television to be used in a different way: from consulting programming, services or information to influencing television narrative. Viewers can jump out of the armchair and into



the content, like Alice crossing into the looking glass.

For now, television narrative remains in the hands of screenwriters and programmers, but audiences are looking for a way in and some producers are starting to take them into account.

Participation

“The future is already here, it’s just not evenly distributed”. These words by the writer William Gibson show why people have thrown themselves into making television and audiovisual content as soon as technology put the necessary tools in their hands. Television is no longer the capital of a few - the owners of the old licences, the politicians who grant them, those who have the money to produce audiovisual content. Traditional barriers are giving way little by little, even though television as a mass medium will stay the same for a while.

The new literacy is audiovisual, claims Lawrence Lessig. New generations have more audiovisual knowledge and understanding. They are able to create audiovisual content in the same way previous generations could write.

“Media literacy is the ability to understand, analyse and deconstruct the images contained in the media” as defined by the director of *Just Think*, Dave Yanofsky, marks much of what can be seen on YouTube, Current TV and other participative televisions, where users set the programming.

“Don’t watch, immerse yourself” is YouTube’s motto. It encourages you to subscribe to your favourites and track new postings, join a community with other users to share your preferences and viewings, and create your own content. It’s the virtuous circle of participative television.

Blogs, Internet television, vodcasting...televi-

sion belongs to participative audiences, who create and watch what others create and are starting to generate communities around specific subjects, fields visual grammar.

Participative television is not an utopia. The multiplication of cameras through digital equipment: video cameras, laptops, mobile phones with cameras, etc, have transformed any place into a paradise of capturers of images who aren’t satisfied with just recording them, but use them on their webs and electronic sites where they can be saved in order to be shared. You no longer have to wait for someone in a TV station to grant you the 15 minutes of cathode fame that Andy Warhol promised you. The digital world allows you to become your own producer and reveal yourself, your friends and others in that great digital TV that the Internet has become.

The digital camera revolution, especially cameras built in to mobile phones, has come so far that big competitions are already being organized to award prizes to the best citizen-journalist images.

The revolution in the audiovisual industry

This new audiovisual culture combined with digitalisation is transforming the industry, society, habits and everything that we associate with television.

Convergence is the mantra.

The physical media are changing and the business model is changing: on iTunes, Apple’s huge digital audiovisual store, it’s already possible to find the best series on the major channels for \$1.99. ABC, NBC, Fox, MTV, ESPN, Sci Fi Channel, Comedy Central, Disney, Nickelodeon, Showtime. They’re all available for your computer and iPod.

But there’s another way to watch TV. At MTV they’re not convinced that their preferred

content is that which can be seen on the big screen, and they're also looking on the small screen. And they don't think that mobile television, the industry's big hope, will use the same formats as old TV did.

Twenty five years after the music channel MTV was founded, a group of experts from the company is looking for new alternatives to allow it to remain young and attractive. And their search extends to other types of programs conceived for mobiles - shorts or programs with a straight-forward and unsophisticated style, made by the mobile cameras themselves or imitating their style.

In response to the distribution of traditional TV programs through vodcasting or commercial Internet platforms, MTV has started to put its weight behind sites like iFilm.com or Heavy.com.

The videos on iFilm are short, designed and edited for mobile phones, and accessible from several operators. If they're less than three minutes, all the better. First a short ad, and then the video that you want. From commercials to video clips, passing through comics and a 5-minute abridgement of the MTV awards.

Heavy.com is pure adrenaline for adolescents. Provocative and sarcastic. The rowdiest face of Internet television and TV for mobiles.

Rejuvenate or die. And take care of and expand your business. Some sites use pay-per-view, while others are funded through advertising. If you want to follow the most popular series, you can do it on conventional television (when they arrive) or get there first through the platforms of companies like the ABC or CBS.

Innertube is the CBS's proposal for distributing free content, mostly promotional material. It offers trailers, previews and fragments of its programs. It is essentially conceived as a marketing tool that even includes commercials.

The ABC has chosen a different model. It distributes its most popular series and programs on the Internet free of charge, with commercials that can't be detected or skipped. The same old television formula on the Internet, but without programming barriers. Users choose and watch the program and commercials.

In 2005, the BBC decided to make the past seven days' programming available to British citizens on the Internet. The BBC Integrated Media Player (iMP) uses P2P technology to legally distribute programs, protected by DRM (Digital Rights Management) that make the rights expire after seven days and prevent it from being transmitted to other users.

The British public channel is assessing the possibility of making its entire historic catalogue available on the Internet to British citizens. Meanwhile, the BBC Film Network provides the opportunity to show and spread the works of British filmmakers and television directors through the Internet and new technologies such as mobile phones and high-resolution transmissions.

The latest step in favour of new television is the transmission of games from the World Cup in Germany simultaneously through conventional TV and the Internet, which offers extra possibilities such as the virtual recreation of specific pieces of play in the games through Virtual Replay.

In Catalonia, you can already watch 3alacarta, a live or on-demand television service available through broadband Internet. 3alacarta includes live programming from all the public channels belonging to the Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (TV3, 33/K3, 3/24 and TVCi) and many programs and much of the material offered by these public channels are available as video on demand.

The Catalan service works as a double service, with free and pay versions. The live transmissio-

ns and low-quality video are free, while users have to pay to access the full programming with high-quality images and the historic TV3 material. 3alacarta is a step forward in interactive television, and allows users to write comments about the videos and read those of others.

Information multiplies its images

Television has changed information. The arrival of television concentrated power in governments, licence holders and the politicians that learned to handle it.

John F. Kennedy changed politics for good when he understood that television transmitted power. A medium to promote personal image and concentrate power before an admiring, emotional and passive audience. You could interrupt the president while he was speaking to his ministers, but not while he watched the evening news.

Now it's more difficult. Television is less and less informative and is becoming entwined with infotainment. Public television is being questioned and reviewed almost everywhere in the world, and those in power can no longer mark the territory with their licenses. Television reaches us from all sides. First it was the parabolic antennas that sprouted up on the rooftops of democratic countries and those that banned them. Now it's the Internet, which is getting harder to stop in spite of the proxies and firewalls installed by censors.

Edward R. Murrow, the man that stood up to Joseph R. McCarthy's witch hunt from the CBS, was already complaining in 1958 when he made his famous speech to the directors of television news programs. Then, Murrow complained that "the most powerful communications tool yet devised to inspire in citizens the hard realities that we have to face up to if we want to survive" wasn't on a par with citizens.

He already thought that "the public is more rea-

sonable, restrained and mature than most programmers think". And that was when television was in the innocence of its infancy.

Now the information alternatives of images are growing. While the appearance of the CNN changed the pace of information and its audiences for ever, the audiovisual expansion on the Internet is transforming many webs into a new source of audiovisual information.

Televisions are starting to include audiovisual information segments and videos in their information programs. In Spain, Telecinco.com and Cuatro.com news, along with many others, offer some video and audio on their sites, although most of them aren't connected with information.

The major television stations are also Internet televisions. But the advantage is that viewers are no longer tied to a news program. The big information webs allow users to consult the news with a whole range of audiovisual content, information chosen by the user from the evening news and bulletins.

CNN is one of the channels that have been most decisive in backing audiovisual news. Many of its news items include videos, and on their pay service Pipeline, it's possible to watch four video channels through streaming and access all CNN news and images, without advertising.

NBC has strengthened the audiovisual information on its MSNBC.com portal, where they are just one more element of the news content that includes magazines, newspapers and digital media. Apple, through its iTunes store, has dared to offer its main news programs for \$1.99.

Not wanting to be left behind, ABC news is including more and more stories with video on its web page. For those prepared to pay for information, it has created ABC News Now, which allows users to watch 24 hours of news and

current affairs programs on television through cable services, the Internet or mobile phones. In Great Britain, the BBC uses streaming to transmit its evening news, and Sky News regularly uses videos. Agencies have also decided to join in, and some, like Reuters, transmit a large part of their audiovisual services through their web sites. And portals like Yahoo also include audiovisual information as part of their services.

And they're not alone. Newspapers have joined a growing market, where informative pieces are more highly priced than the evening news. The major online newspapers in Spain, such as elmundo.es or elpais.es already use audiovisual information as part of the services they offer and their scope.

If you want to see news without having to worry about the time and the dictates of the directors in charge of the news, the best is on the web.

The future of the new form of television
But, will the new TV be like the old one? Is there any point in having so much material available, so many channels, so much technology, so many screens?

Habits, the supply, and the market are changing. Experts agree that the programs, formats and styles that work on the big screen don't work on the web and on mobiles.

75% of North Americans have no interest in watching TV on their mobiles, according to a study by RBC Capital Markets. A few more are interested in music on their phones, but 70% can't imagine themselves using their mobiles to listen to their favourites.

In relation to mobiles, three discussions continue to mark their future: the technology, the business model and the content. Most mobile internet is distributed through 3G, but experts believe that it will be unsustainable if audiences grow. It will be necessary to build networks

dedicated solely to mobile television.

Two technological models subsist (and it looks like they will continue to do so) for future models: streaming and downloads. The first is more appropriate for information, sport, etc, and the second for narrative and entertainment programs.

The business model is increasingly bringing telecommunications operators and the media closer together. The former have the network, the latter the content. Bandwidth use, who gets the final user and whether users pay for the content or the server are some of the issues being discussed.

The understanding between companies is growing, but the Internet is under threat if it loses its neutrality to become a privileged channel for the diffusion of content.

The debate between advertising and pay-per-view is also unresolved. Advertisers have started to show an interest in new sponsorship formulas for reaching audiences interested in their products. New television offers the potential to segment and customise advertising that was unimaginable with conventional television.

Operators and owners of content prefer the pay-per-view model, but advertising is growing and consumers are receptive.

The new television is approaching. On one hand, mobile and small screens, but on the other screens are getting bigger all the time. The customer chooses - television, the mass media model, is becoming personal.



“Produce yourself!” Television, the internet and the emergence of clip culture.

Antoni Roig aroigt@uoc.edu

A bad day. On YouTube.

Hong Kong: April 27, 11pm, on the route 68X bus.

A middle-aged passenger confronts a young man seated behind him who has tapped him on the shoulder to ask him to lower his voice as he spoke on the phone. An argument begins and quickly escalates, taking on a tragicomic tone. The older passenger demands an apology in an increasingly aggressive way, while the young man reacts with indifference. “I’ve got pressure, you’ve got pressure!”, “It’s not resolved, it’s not resolved!” are some of the phrases that the first passenger shouts over and over. The argument lasts more than six minutes. A third passenger records the scene using his mobile phone. The video reaches HK Golden Forum first, and soon after it’s on Google Video and YouTube. It ends up receiving over five million hits on YouTube, making it one of the most viewed videos in May. And the madness is unleashed. In Hong Kong, the video becomes a social phenomenon. The phrases spoken by the protagonist of the video (later identified as Mr Chan) become popular with Cantonese teenagers. Parodies, some with political overtones, start popping up everywhere and the protagonists of the incident find themselves unexpectedly popular overnight (which ends up causing Mr Chan and those close to him personal and professional problems). Meanwhile, radio talk shows use the case as an example of the stressful rhythm of life in the city, and TVB, one of Hong Kong’s major TV stations, ends up using a parody of the video to promote its coverage of the World Cup in June 2006. It becomes the inspiration for a soft drink commercial. The interest generated by the phenomenon and the appearance of a version of the video with En-

glish subtitles allows it to be taken up by the Western media (including Associated Press, The New York Times, The Guardian, Real Tech News and The Wall Street Journal), while YouTube abounds with all kinds of re-makes. And, since the 7th of June, “The Bus Uncle” has his own entry in Wikipedia. I’m writing these lines on the 27th of June 2006, exactly two months later.

The situation described above seems merely anecdotal: a minor local incident (an argument on a bus) is accidentally captured on a mobile phone and acquires a disproportionate level of notoriety thanks to “one of the latest Internet phenomena”, in this case YouTube. The traditional media machine does the rest. But to my mind, it is highly indicative of the profound changes taking place in new media.

In the traditional television paradigm, the news (and therefore “current” issues) is produced professionally by agencies or the television channels themselves. “Unprofessionally” captured images are only broadcast in very specific situations, for their “documentary value”, even if they don’t meet broadcast quality standards. In the case of The Bus Uncle, an event captured by a mobile device with low sound and image quality grew to dimensions that were unimaginable even a few years ago, spreading through channels totally outside of traditional mass media. Caught unawares, the media reacted by reappropriating the story, the action, the protagonists, and even the aesthetics of the video. This feedback process generated new texts in its turn, both “professional” and “amateur”. This is just one more indicator of the need to question preconceived ideas about audiovisual cultural production and specially about television,

at a time in which users have a multitude of options - to “choose”, but also to produce, recreate, disseminate and share content.

Television in the digital era: the end of the media as an institution?

The major discourses around the future of television in the digital era seem to be highly conditioned by the concerns of companies that produce and diffuse content: increased supply, audience fragmentation, adaptation to technological leaps such as TDT – which was implemented even as it became obsolete -, unknown aspects such as content, interactive services or the future of high definition, multi-platform production, the place of local TV in all of this and the proximity and tension between public service and private enterprise, between the local and the global, scarcity and abundance, are some of the recurring themes. All of these undoubtedly relevant issues answer to the same preconception - television as an institution. This approach sees television as a more or less homogenous system in which a series of public and/or private organisations produce content while viewers (now users), consume it and/or access new value-added services provided by the same institutions. This has generally been the approach of media, and even “new” media studies.

From this point of view, technological innovations are designed to satisfy the needs of users who are increasingly competent in the use of information technologies. Access, availability, mobility, quality and interactivity are some of the terms used in discourses around “new television”. But is this model still valid in the current context? We need to pay attention to at least one set of issues in order to gain a wider perspective into what television, and the media in general, really represent in the digital era.

The origin of the problem is the realisation that we are facing a new context in which the media are in a state of profound transformation that

involves more than just the technology. At the moment, conventional cinema and television can be seen as familiar points of entry to forms of consumption that are increasingly hybrid, where emerging and traditional media are intertwined, and there is a blurring of barriers between reception and transmission, production and use, mass communication and interpersonal communication, the professional and the amateur, the public and the private (just ask Mr Chan!).

Because it may be that the Internet’s most radical contribution as a new medium has been to redefine the relationship between “producers” (traditionally professionals who create and distribute content) and “consumers” (traditionally understood as receivers, spectators). This relationship has become more complex and has certainly been marked by an unprecedented historical act, in which consumers stop simply being users and acquire the capacity to become producers and editors who conceive, select, implement and spread their own content or remix and share content of their choice. For popular culture theorists such as Henry Jenkins, this situation is a key point in the emergence of participative culture.

These technological and cultural changes have their economic counterparts, which shouldn’t be overlooked. According to various experts, the success of cultural and entertainment online stores such as Amazon, Netflix, Rhapsody and iTunes points towards a new model that may turn out to be decisive for the future development of the media. It’s what Chris Anderson has called The Long Tail™. According to Anderson, these kinds of companies don’t obtain their profits from massive sales of a few successful products, but from the capacity to respond to minority interests by marketing products that would usually be found at the end of sales graphs. The tail they form is so long, that adding the individual figures results in profits greater than those produced by the big hits. This is a radical change in relation to the “lowest com-



mon denominator" culture that would show that targeting minorities can be profitable, by making the products available (Rhapsody, for example, offers more than half a million songs) and also through the recommendation systems in which users play an important role.

The traditional media can't remain totally aloof from this new situation. On one hand, figures show that there is a marked tendency towards consuming less TV by a sector of the public, especially young people, in favour of communications-oriented practices (such as mobile phones or Messenger), customisation or production. Blogs, online videogames and P2P networks all owe part of their success to their ability to combine communicative aspects with customisation and production. In this sense, file exchange networks are more than just an apparent threat to the industry's intellectual property rights. They are also a "non-legitimate" way of consuming audiovisual material as an alternative to television programming. Meanwhile, audience fragmentation and some new contributions to consumer electronics have placed advertisers and advertising companies - the major source of income for television channels - in a state of alert (as we will see below, advertising has taken note and is taking full advantage of this new situation).

Is it time (once more) to announce the end of the media and cultural industries as we know them? Time for the liberation of viewers through new technology? For the global emergence of talent that has previously been kept at bay by the interests and entry barriers of the big corporations? Is it time for the arrival of a fair communicative model, and, all in all, the anxiously awaited democratization of the media? It would seem not. For a start, there is nothing to make us think that we are witnessing the replacement of "old media" by "new media". In general, although evolutionary theories based on the "old" being replaced by the "new" are attractive, they tend to end up being terribly wrong. What we do know is that superimposed

layers are emerging in the media, each answering to its own logic but able to coexist with the other layers and interact in a feedback process. Particularly important changes are arising from this cohabitation of different elements, and new approaches are required.

The need for a theoretical reorientation: towards mass self-communication?

In a conference in May 2006, Manuel Castells warned a large group of journalists and politicians that ignoring the new dynamics of social organisation would put the representativity of the political class at risk, citing many examples of civil mobilisation through the Internet and SMS. Castells situates this growing organisational autonomy of citizens within a framework that he calls "mass self communication". This is another example of the profound implications of this new context in which institutions and citizens relate to each other, and a call to theoretical reconsideration. Below, I will briefly describe three attempts to think about the media from precisely this perspective, bearing in mind the coexistence of institutionalised communication and citizen communication models.

To Lana F. Rakow, the basis of the theoretical debate is the idea that social communications research has taken the emphasis off the study of the "effects of the media" in favour of the uses of the media. In other words, instead of asking ourselves, "What do different media do to people?" we ask "What do people do with the media?" This is an important change of direction, but it should be noted that both approaches start off from the same basic idea. This underlying assumption, which I've already mentioned above in relation to television, is that the media "talk" while the public "listens". But with the consolidation of a new context characterized by the fact that it gives the public the capacity to produce, it's time to reconsider our questions. I believe that instead of asking "What do people do with the media?" a more basic question (that retains the idea of use)

would be “What media do people make?”. And just to go a little further, thinking about The Bus Uncle, we could also ask, “What do the media do with the media that people make?”.

Meanwhile, P. David Marshall proposes a “cultural production thesis”. Here, the new context is characterized by the emergence of a productive culture that is driven by the users’ “repressed desire to produce” and made possible by software and the Internet. This hybridisation of the roles of viewer, user, consumer and producer has produced a number of odd neologisms (such as viewers, prosumers and producers) and terms like “productive consumption”. These also serve to remind that, significantly, the new context favours particular forms of consumption, whether it be through electronic devices, hardware, software, communication services or cultural products. In any case, the most important contribution of the cultural production thesis may be that it points out the need to study cultural phenomena from a new perspective that includes the “writing” as well as traditional “reading” activities of users.

Finally, Henry Jenkins has set out a more general theory called “cultural convergence of the media”. Jenkins starts by noting that so-called media convergence can’t be seen as a technological change. To him, it must be understood as a process linked to the use of a set of ubiquitous and intimately related media technologies. Jenkins describes a tension between two opposed but interrelated trends. On one hand, reduced production and distribution costs, combined with increasing media channels, provide consumers with new and more efficient ways to file, annotate, appropriate, and redistribute audiovisual culture. This, as I mentioned earlier, he calls participative culture. On the other hand, ownership of the dominant media is concentrated by a very few corporate giants, which control all sectors of the entertainment industry (corporate convergence). For Jenkins, the future of the media depends on negotiating a pact or truce between these two

trends, and he predicts various scenarios depending on the outcome of these negotiations between participative culture and corporate convergence. This model would, for example, allow for a scenario in which the two types of media power can coexist, one through concentration of ownership, where messages acquire authority through established media channels, and the other through participative culture, where messages gain visibility only when they are considered relevant by a network of diverse users. At one end, current values and issues would be identified, and at the other they would be re-contextualised for different publics, allowing different voices to be heard. In this scenario, the main channel would be for consolidation, and innovation would occur on the periphery.

We can thus state that the option for users to engage in “self production” or “self communication” is of major importance, specially as the Internet becomes more strongly audiovisual. Fan-produced movies based on pop culture icons such as Star Wars or The Matrix, sometimes with startlingly high production values comparable to the originals, and the symbiosis between the industry and players in the world of videogames, are significant examples of the application of participative culture to the audiovisual sphere. For a closer look at the appropriation of the formal elements and languages of television, I will discuss the emergence of “clip culture”.

The emergence of “clip culture”. And how advertising learned to love it.

According to April 2006 figures, YouTube, which defines itself as a “company for people to watch and share original videos worldwide through a Web experience” serves 40 million videos and receives 100 million hits each day, while its users upload 35000 new videos. Its motto: “Broadcast Yourself!”. In response to questions raised by their business model, the founders explain that their aim is to fund the company

through a type of advertising that doesn't interfere with users' experience, while also setting up agreements with companies that will allow YouTube to provide a one-stop service for the diffusion of professional videos (such as video clips, trailers and even the first few minutes of upcoming movie releases). It's clear that the company's success is based on the ease with which videos can be uploaded and accessed, but also its ability to lead the way with "clip culture", a phenomenon based on the ability to share and distribute small-format video (clips) in a viral way. This is the key to the success of The Bus Uncle which had a massive impact not just by appearing on YouTube, but by spreading through email and 3G telephony. This kind of marketing fits perfectly with the practices that are being implemented by advertising companies as part of their Internet strategy. The basis of viral marketing or advertising is precisely to make consumers themselves spread and share content sponsored by a particular brand, whether they be visual jokes, sufficiently attractive advertisement spots, songs, games or photographs.

Once again, marketing and advertising companies are a step ahead when it comes to sensing and adapting to changes. Danny Rimer, who has studied the subject, highlights two current key elements on the Internet. One is the idea of community and the other the "self-service world", in which we as consumers have become editors and creators of content and thus radically changed the game rules. Even a superficial analysis of recent advertising strategies, for television and the Internet, reveals that there is an increasing interest in integrating audiences into campaigns, not just as consumers but also as producers (even if it is ultimately for self-serving purposes). It's what marketing experts call "citizen marketing". This is how a well-known biscuit company presented its pioneering 2005 campaign, targeted at a basically young public (note that Buen Rollo is a very common expression that means something like "good vibes" or "cool"):

"BuenRolloTV is your chance to express yourself by making your own TV commercial. And we're going to make it easy for you! Just grab a camera and some friends, film a Filipinos commercial and send it to us. You can send us as many ads as you like. Firstly, we'll post them on the BuenRolloTV web site, and then we'll put the best on TV. That's right, on TV. Don't say that's not Buen Rollo!"

There's no doubt that advertising companies have gauged the value of "clip culture" and made the most of the productive potential of its consumers and the possibilities of viral video. It's not surprising that in 2006 the battle to take out the "song of the summer" title is taking place virally, with MTV and Universal among the contenders.

The future of future TV.

I think that bearing in mind the battle of TV, it would be interesting to end this chapter by comparing the differences between two models of digital television that are being proposed for the immediate future. These seemingly opposed models, IPTV and Internet Television may provide some clues from the perspective of the industry and also the cultural point of view.

Although the term may seem confusing, IPTV isn't television delivered through the Internet. It's a proprietary system for distributing signals through secure channels based on the IP protocol. This model is particularly attractive to media companies, who can use it to replace their cable, satellite or TDT systems in the short term, and to the advertising industry, attracted by the enormous possibilities of accessing user preferences to implement personalised e-mail actions and custom, interactive advertising. It is also attractive to content producers, because it gives them an enormous degree of control over their property. Detractors reproach IPTV for

answering to the logic of traditional television, which is fundamentally institutionalised and structured and consists of companies providing services to users, seen as “customers”, through a closed and geographically limited system of diffusion and also for requiring users to acquire specific devices such as set-top boxes. It would basically be an improvement to the first paradigm. Even so, there are those think that far from increasing the power of the big corporations, IPTV actually breaks the media oligopoly that existed until now because of the need to regulate a space with limited capacity, such as analogue television or TDT. This point of view, defended by experts such as Jonathan Taplin, predicts that IPTV would provide real opportunities for new creative talents and educational initiatives thanks to the potentially unlimited multiplication of available space, which would make it easier to target all kinds of markets (although Taplin himself acknowledges that this democratization depends on regulation of the industry to guarantee a truly open system).

The basis of Internet Television (sometimes more generically discussed in terms of the emergence of video Internet) is fundamentally and radically different. Its proponents define it as an open model that makes it as easy for anybody to “publish” their own television channel with a high image quality on the Internet, as it is to publish a blog. Companies that develop tools for Internet Television use open standards and aim to be as independent from physical devices as possible (no need for a new set-top box). In addition, new infrastructure isn’t required because it works over existing broadband (this is one of the temporary weak points of IPTV), and it is also presented as a solution with a global scope. Internet Television is undoubtedly the heir to the many initiatives for webcasting and other ways of transmitting video through the Internet that have been developed over time. At the beginning of the new century, before the widespread implementation of broadband, we witnessed experiments and appropriations of video on the Internet

based on streaming. Now, it is videoblogs and videocasting that continually generate new expectations, as shown by the success of Ourmedia, YouTube, GoogleVideo and The Internet Archive. One of the leading companies developing platforms for publishing television through the internet is Brightcove, which offers a platform for publishing and distributing high-quality video through the Internet. Forgetting the usual mix of enthusiasm and grandiloquence surrounding utopian promises about the future, I think its interesting to record the following words by Jeremy Allaire, one of the driving forces behind the initiative: “the most important and core theme that underlies all of these changes, this model of Internet Television will see a shift from a model of closed software, closed hardware, closed network to a model of open platforms, that anyone can access, use and build for.” Even though these are the words of a former Macromedia director, it’s difficult to avoid relating them to another key element in the development of internet television - the free software movement. In fact, the Participatory Culture Foundation (PCF) has already started a project to create a free software Internet TV platform.

To conclude.

Throughout these pages I’ve tried to point out various trends and examples in order to underline a single idea, that the emergence of a productive culture challenges traditional ideas about the media and forms of cultural consumption, even as it implies a radical change in the game rules. All of this plunges us into a situation of uncertainty, hybridisation, superimposition and contradiction. A new, complex environment that, as often happens, is particularly interesting. While debates about the implementation of TDT are still taking place, we are already talking about IPTV. While the imminent arrival of high definition is being discussed, video for mobiles is breaking new ground and the viral video phenomenon is going off. While the arrival of Blue Ray (or will it be HD-DVD?) is

announced, we are questioning the need for physical supports for information, and while we are being alerted to a crisis in advertising, art directors seem to have fully adapted to “clip culture”. High definition, network, mobility, viral communication, digital television, mass self communication, copyright, creative commons, free circulation of content, free software... It seems unlikely that the battle being waged is for survival. What is probably at stake is the location of sustainable models of communication that will coexist, with some tension, but acknowledging and facing each other openly. Because, as Mr Chan, who never imagined that an image of himself on a bus would travel around the world, we’ve all got pressure.

NOTES

1. Source, www.masternewmedia.org
2. See Taplin, 2006
3. The IN3 report on Network Society in Catalonia (2002), which was the result of the first stage of Project Internet Catalonia (PIC), already showed that 16.6% of Internet users watch less television, with 61.1% of these being young people. In the second stage of the project, which is currently underway and in which I participate as a researcher in the field of communication, we’ve decided explore these figures further by collecting new data on the use of IT in the home, paying special attention to the role of young people and multitasking.
4. From specific devices such as PVRs (Personal Video Recorders) to DVD recorders, TDT tuners or televisions with built-in hard drives.
5. For example, the Spanish telecommunications company Telefónica has recently announced that it will launch its own P2P platform called Pixbox, presenting it in terms of consumer liberation from the low quality and reliability of free platforms such as Kazaa or E-mule. It is paradoxical that a communications giant should try to capitalize on a formula based precisely on the direct relationship between users.
6. Presentation given as part of the 7th Parliamentary Conference on Audiovisual Media: television and other audiovisual communication windows. Parliament de Catalunya, May 15, 2006.
7. Presentation given as part of the 7th Parliamentary Conference on Audiovisual Media: television and other audiovisual communication windows. Parliament de Catalunya, May 15, 2006.
8. Harries, 2002
9. See Marshall, 2004

10. See Jenkins in Thorburn and Jenkins, 2003 and Jenkins 2004
11. clip culture
12. www.youtube.com
13. Danny Rimer at a conference submitted to the international marketing congress IMAN06. Source, <http://etc.territoriocreativo.es>
14. Source, <http://etc.territoriocreativo.es>
15. Source, www.masternewmedia.org and Taplin, 2006
16. The most obvious precedent in Spain of what an IPTV service may end up being is currently Imagenio
17. See Taplin, 2006
18. Source, www.masternewmedia.org
19. Source, www.masternewmedia.org
20. Source, www.masternewmedia.org

BIBLIOGRAPHY:

- Alberich, J; Roig, A. (eds. 2005). *Comunicación audiovisual digital*. Barcelona: Editorial UOC
- Castells, M (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Castells, M; Tubella, I; Sancho, T.; Díaz de Isla, I; Wellman, B. (2002) *La sociedad red en Catalunya* (research report). [www.uoc.edu/in3/pic/esp/pic1.html]
- Harries, D. (ed. 2002). *The new media book*. London: British Film Institute Publishing
- Jenkins, H (2004). “The cultural logic or media convergence”. In: *International Journal of cultural Studies* (vol. 1, no. 7, pp 33-43). London: Sage Publications.
- Marshall, P.D. (2004). *New media cultures*. London: Arnold Publishing
- Rakow. L.F. (1999). “The public at the table: from public access to public participation”. In: *New Media and Society* (vol. 1, issue. 1, pp 74-82). London: Sage Publications.
- Taplin, J. (2006). *The IPTV Revolution*. Article included in the CD ROM of the 7th Parliamentary Conference on audiovisual media. Parliament de Catalunya, May 15, 2006.
- Thorburn, D; Jenkins, H (eds. 2003). *Rethinking media change: the aesthetics of transition*. Cambridge: The MIT Press.

Related links:

- www.brightcove.com
- www.masternewmedia.org
- www.ourmedia.org
- www.youtube.com
- www.thelongtail.com
- en.wikipedia.org/wiki/Uncle_bus

“We have to fight against the hegemony of the visual in order to gain time” An interview with Chiu Longina by Pedro Jiménez

Chiu Longina www.longina.com

Pedro Jiménez www.zemos98.org | pedro@zemos98.org

Chiu Longina is his pseudonym - many people don't know his real name and it doesn't matter now because he doesn't bother to hide it. But symbolically, this nickname implies a full acceptance of the Fluxus ideology, that art = life, full stop. Chiu Longina is a friend, a colleague and a "partner", and this e-mail interview is an excuse to continue to get to know him.

He studied Musicology at the Universidad de La Rioja, and more recently Anthropology at the Universidad Complutense, Madrid. As a sound artist, he has participated in festivals and published audio pieces, most of which can be downloaded from the Internet. He is part of the working group at the Centro de Creación Experimental (CDCE) of the Fine Arts Faculty in Cuenca, directed by José Antonio Sarmiento and Javier Ariza. He was also one of the coordinators involved in selecting pieces for the Sound Art Festival IFI in Pontevedra, and forms part of the SINSALaudio collective in Vigo.

But above all, Chiu Longina is a tireless sound worker and activist, who works with enthusiasm and integrity to broaden the collective perception of sound using free culture resources.

Chiu Longina has participated in ZEMOS98 since its 5th edition, and we have exchanged all kinds of information with him. He performed in the collective's earliest sound experiences and has written texts, published reports and developed audio.actions.

Pedro Jiménez: In the 8th edition of ZEMOS98 you presented some of the latest projects you've been working on - What is artesonoro.org? And mediateletipos.net?

Chiu Longina: Artesonoro.org and mediateletipos.net are open network communities that have freedom (rather than maximum profit) as their basic premise. Mediateletipos.net is a free news agency for sound-related news that I work on with 5 others (Juan Gil, José Antonio Sarmiento, Pablo Sanz, Julio Gómez, and yourself, Pedro Jiménez). One of its aims (among many others that you can read about on the web site) is to provide information relating to the world of sound. In both communities, we're convinced that innovation gains strength through sharing (all that is not given is lost). This is the value at the centre of these community projects, which have an important ethical dimension based on commitment and the value of co-operation. For example, in Mediateletipos we reflect on the extent to which the spirit of open source is starting to reach the essential components of power. The extent to which the mobilisation of resources, outside of government institutions, contributes to diluting the power of corporations and questions the economic theory of power. These projects have joined other social dynamisation initiatives, supporting the strength and reliability that already exist in other networked communities. Guerrilla war. Taking a stance against neutrality and, at the same time, reflecting on the dangers of technological fundamentalism, putting forward the opinions of all social fronts without judging them. Culture is a dynamic social construction, and one of the aims of these projects is to narrate/record its real time.

We use our own (or commons) production tools, we submit them to public opinion and discussion and, all in all, we create culture. These projects are a collective investigation that

has nothing to do with the major production centres and so involves double the effort (periphery versus centre). It also acts as an information platform, a digital media library that provides tools for a critical use of the web. They also generate a data base of social practices and actions related to audiovisual culture and make them available to society in general, openly and freely. Public and open field work.

PJ: Take a deep breath and answer quickly – Do you own TVs? What do you watch on your TVs?

ChL: Yes. One in each room, two portable sets and two TV tuner cards on the computers. 9 TVs in total. I see in it a whole new generation that has been educated through its screen. I think it's OK.

I also watch the series *Weeds*, a small miracle in America (I downloaded it from Torrent and I connect the TVs to the computer).

And then I watch a lot of junk, muzak-tv style, for company when I'm home alone (3).

PJ: Do you go to the movies?

ChL: I watch a lot of films, but mostly at home, seated 40 cm from the laptop with a good pair of headphones. With an adaptor for two headphones, the experience of watching with another person improves no end. The proportions of a giant movie screen and a 15.4 inch LCD screen 40cms away are exactly the same. Cinema has to go one step further, get closer to the pure multimedia spectacle. A good option is 3D cinema (like imax) I remember going to the image theme park in Poitiers, France, a few years ago and seeing a whole lot of 3D movies by Jean Jacques Annaud. This changed my idea of what a cinematographic spectacle is (in reality this began with *Jaws 3*, where you had to put the cardboard glasses on). The other thing is P2P, an invention that allows you to tune into the world cinematographic scene, in real time. South Korean film is unrivalled (if they did it in 3D, that would really be the business).

PJ: OK, you're a sound artist, but you've captured many of your sound actions as photographs. Are you interested in photography? And the other "plastic arts"?

ChL: A photograph is no more than one twenty-fifth of a second of video, but I'm not belittling it, I'm just making an observation. I've never been attracted to working with photographs, although I recognise that if they're done well they transmit messages clearly. I've used it on some occasions, but always as a "witness" to an action that I've been interested in representing, never as a work in itself; I use it to document actions. I've spent years trying to find a way to photograph sound and I haven't found it. Instead, I've found out that sound doesn't allow itself to be photographed. It has a very interesting subversive component, a "soul" that can't be the "object" of an "objective" and any attempt to make it so is nothing more than French-style poetry.

If we understand "plastic" as a way of "moulding" or "giving form" to an idea, then yes, I use these types of techniques. The problem (for the mercantilist system that tangible objects require), is that I produce ideas and not materials, and these intangibles are the objects of my work. As an example I'll talk about sound, its use, consumption and distribution, which is what I'm into: Ava Edison's late 19th century invention of the phonograph, a technology that allowed sound to be recorded or "captured", opened a new door to incipient capitalism, which saw in this technology the possibility for creating a new product for the market. An opportunity to create a new need in society. The industry then managed to "capture", "package" and "own" sound, transforming it into a new tangible product subject to market laws. It gave physical form to an element that is essentially intangible, and through this manipulation, it created a product that has contributed to the cultural construction of human values. From this moment on, the shared imaginary of western so-

ciety associates music with its physical media (a record automatically implies sound). Since then, music has been associated culturally with “an object that sounds”. That invention implied a major conflict within the field of music professionals, who thought that an invention of this type would take audiences away from live events and thus decrease business.

But the industry has generated has also more recently generated a technology that questions its own business model.

A technology that allows sound to flow and be distributed without the needing to associate it to material media (this is the case with computers and more recently mp3 audio players, portable hard drives and small personal computers).

Now, the industry is finding that it needs to consider adapting to these new ways of consuming and come up with a new business strategy driven by a new kind of demand. A new conflict has been generated, with new economic overtones. I'd say that my plastic arts work is to analyse and “model” this phenomenon.

PJ: You say that photography is part of video, ha! that's postmodernity. This is a really obvious question then, are you more interested in video than photography?

ChL: Yes, I like it more. I use it to document the actions I do, and I take a lot of care with the aesthetic (not technical) aspects. I like to compose situations that are artificial or unnatural, that appear to be lies. Then I film them and there is almost no post-production. It's something like Michel Chion's Audio-Vision, if you want an example. The last video I made (with Berio Molina, a sound artist who often works with me), is a piss-take criticism of virtuosity in post-digital work. Although these kinds of post-digital music already intrinsically contain a critique of the perfection of technology when

they take advantage of and highlight its technical faults and errors, they haven't been able to avoid falling into the same trap that ensnared the music historically called “serious” or “cultured” (Classical Music) a few years back. Perfect-Pitch has been a “value” in classical music, and the programmer who masters a programming language (Perfect-Byte) is also a “value” in new kinds of music. But neither of these two values guarantees a high-quality sound discourse. Concealed behind this veil of values, there have been fakes, bluffs, and other sub-organisms that have the power to effectively seduce and swindle.

Luciano Berio already criticised them in the 60s with his series *Sequenza*, Paul McCarthy did it in the 70s, in a slightly more acid way and in painting, like Elmyr d'Hory or the lo-fi in sound art. In any case, this video is a critique of this value (also from a position of virtuosity), done as emphatically as possible by holding a funeral for the most widespread programming languages used in digital sound art (although the video, in this case, complements a series of photographs that depict this funeral). The video is the most lucid part of the critique, it's called Inter(L)Corporation and it's a search for a byte in a laptop, that perfect byte. Meanwhile, Berio washes a bagpipe to rid it of the burden placed on it by recent History – the controversial right-wing politician Fraga Iribarne brought bagpipe players along with him every time he took possession of his post as president of Galicia. It wasn't the bagpipe's fault, was it? I've recently put up a new web site that includes part of my work on video, all very accessible, here: www.longina.com/web

PJ: Rest in peace, software programs everywhere. How important is humour in your artistic activity?

ChL: Much less than I would like. Perhaps my work is a bit too “transcendent”, serious and systematic, cold and superficial, but that's only a surface appearance or, if you like, an initiation

rite. Sometimes I remember zaj feeding the pianos (he'd give them alpacas) or that orchestra conductor who would come out on stage, and, when he bowed, take advantage of his position to tie his shoe laces. When I remember those actions I crack up laughing, but at the same time I understand the profound political commitment of those performances. Humour is the most complex way of transmitting messages, but it's not easy. Examples of humour in Sound Art would be Nilo Gallego or Ladrillio in Valladolid. These artists have crossed the line, and they reach audiences in this way. I remember one of Nilo's actions with a flock of sheep, a kind of Symphony for sound artist and sheep that he did with Felipe Quintana and later repeated in Nodar (Portugal). The action consisted in going back home with the sheep (and their bells). You can imagine the symphony. Paul McCarthy also went for humour when he dressed up and criticised the art world and (black) humour was what I was doing when I held a funeral for all the programming environments. I'd like to turn the tables now and paint this humour yellow.

PJ: What about politics, how is it present in your work?

ChL: Your question in itself is already a kind of exam, in terms of Foucault's Discipline and Punish. The examination, as Foucault said, "turns each individual into a 'case': a case which at one and the same time constitutes an object for a branch of knowledge and a hold for a branch of power". Maybe the comparison is a little unfortunate and unfair, specially because your question isn't meant to exert power, but it forces me to explain that my work has an important political component, and fill in the exam paper that allows others to label and classify my work. I think of politics as the "exercise of power", as an agreement and a collective decision that includes coercive measures or the threat to use them, it's a game in the end. It's a game I don't want to be part of, at least not with these rules, but I do enter into the idea of resistance, resistance to allowing myself to be dominated.

I resist being a ventriloquist of power and, for example, I use noise because it opposes silence (noise can generate disorder). I renounced a public service position that I'd applied for and been awarded, and I aspire to being a fish in the ocean and not a shark in a pond. Everything I do in my work includes these elements.

PJ: Sorry for the exam, but this question is worth 4.33 points towards your final mark. Is there a war between sound and image? Which is oppressed and which is the oppressor?

ChL: More than a war, what there is now is a blood pact. One feeds off the other, they complement each other and produce synergy. The visual image has recently become aware of the power of sound, but continues to use it to strengthen its own power, so sound is still the oppressed. If we look from a historical perspective and do a memory exercise, it's easy to see that the invention of the printing press (which history attributes to Gutenberg, but which was actually invented three centuries earlier in 12th century China - think of Chinese Ink) is chronologically a long way away from the invention of the phonograph or the gramophone (virtually in the 20th century). That's almost eight centuries of the hegemony of the visual over sound. With the printing press, written thought and images could be conserved, and with the same technology it could be diffused. Many current studies and investigations by communication theorists, anthropologists and other social scientists place their work within the framework of a paradigm that could be described as "influence of technology on socio-cultural change", that is, they try to understand and explain how technology can change ways of perceiving the world - cognitive aspects -, and therefore social practices, acts, everyday life, thought. They throw in together processes of perception, cognition and communication on one hand, and media, artefacts and technologies on the other.

Let me go deeper into this, because your question hit the spot.

McLuhan (to quote the most quoted) and the anthropologist Edward T. Hall mentioned the influence of electronic media in the changing cultural perception of space. But this interest in space, how it is perceived and transformed, isn't the only thing they share. They both also understand that all technology is an extension of the bodies or minds of human beings and that any study of human communication must take into account the fact that technological media, understood as environments in themselves, tend to transform human perception and, in consequence, culture. This technology that I'm talking about, created by human beings, isn't just an extension of the human body - at the same time, it becomes amputations of this same body. Every time human beings are subjected to a change, especially one that requires adaptation, as a consequence of the creation of a new technology or type of media, the human body goes through a painful experience. What I want to say with all this is that the invention of the printing press changed (traumatically) our way of seeing the world (seeing it through our eyes), and a similar change didn't occur in relation to the way we hear the world until the invention of the phonograph. It took eight centuries to make it happen.

Now to peel another layer off the onion (continuing along with these two authors)...

Vision is synthesis, while hearing is holistic. Through sight, human beings synthesize experience, we learn by seeing and then what we learn influences what we see. The separation between the field of vision and the visual world responds to this interrelationship, which implies a differentiation between what is seen and what is perceived (or internalised). Vision synthesises, selects, and this selection is mediated by perception, which in turn is mediated by culture. Studies of the printing press as a new technology led theorists to discover the impact

that the transition from an oral culture to the mechanisation of writing had on society. The printing press transformed a sound environment into a visual environment, and by doing it also transformed the way the world was perceived in Western society. Because it can generate various copies of a written text, the printing press encouraged a sense of private identity and began a process of overturning the spoken word - the acoustic space that brings people together around a speaker and promotes verbal communication among them.

Fortunately, now, new technologies applied to the media built a new acoustic space which, because it is virtual, entails another series of socio-cultural implications. However, this acoustic space is characterized by the amputation of borders of space and time (I'm talking about the Internet). When visual synthesis is amputated, the sense of hearing is extended, and its essential physical and cultural characteristics have not been fully studied in this context. I'd better quote an anthropologist of the UNAM, Rossana Quiroz Ennis, who has worked with these two authors:

"While Hall tries to explain acoustic and visual space on the basis of their physiological characteristics, McLuhan does it from their historical and cultural characteristics. He describes acoustic space as the mind-set of Western civilisation, as it has evolved over the last 4,000 years to sculpt a monolithic and linear image of itself, an image that emphasises the working of the left side of the brain and, in the process, glorifies quantitative reasoning. Acoustic space, on the other hand, is a projection of the right side of the human brain - a mental attitude that abhors setting priorities and labels and emphasises the norm-type qualities of qualitative thought. Acoustic space is based on holism, the idea that rather than a single cardinal centre, there are various centres floating in a cosmic system that only extols diversity".

Sound is now at the forefront of the battle front. With this quote, I'm also answering the

next questions that you ask me: Why is it necessary to fight the hegemony of the visual? Where is the subversive? It's clear. We have to fight against the hegemony of the visual in order to gain time, to promote the qualitative over the quantitative, to develop the right side of the brain, to be satisfied with loving and being loved, to accept the diversity that bothers the new Pope so much, to really screw the political right, to let chaos and non-determination (as per John Cage) appropriate the everyday, to break the symbolic domination of power, to alert those who are dominated to the fact that they are accomplices to their own domination, to create resistance and compensate the balance. I started this list with "gain time" – I was referring to the eight centuries head start, to the hegemony of one sense over another, image over sound. So if we promote and diffuse sound we will be working in this line, we will be fighting on this front.

PJ: How do we do it? What are you working on to make this sound front more visible?

ChL: I'm going to start working on the project www.escoitar.org, with Horacio González, Berio Molina (the team I worked with on the Sound Art festival IFI) and Juan Gil (one of the editors of mediateletipos.net). This project is a social software that allows any user to upload sounds and associate them with google map (it's a google map hack). It's a bit like Murray Schaffer's World Soundscape Project, but with a strong social component (as well as ambient sounds, it will be possible to upload conversations, the opinions of collectives, manifestos, wishes, etc.)

We think that there should not only be a positive attitude to sound from anywhere, but it should also be studied in order to identify the components that are worth conserving or even restoring. To approach a city through its sounds, for example, is to get closer to its heritage, which can be collected for strictly

documentary purposes or, in this case, as raw material for subsequent sociological work and also to encourage discussion and cooperation on the net. Sounds are non-renewable materials, and the act of capturing and exhibiting them implies lengthening their useful life, generating new living and changing spaces. It is healthy and natural to perceive, understand and imagine our sound identity, that of our places, their coherence and idiosyncrasy. Sound as heritage, sound as a historical document. All of this using the possibilities offered by the net as a horizontal and democratic system. We're going to present the project in Galicia in September, then in Cordoba and then in Madrid.

I'll also work on a nice project that we're doing from SINSALaudio, in Vigo. It's called Escola SINSAL, based on Julio Gómez's idea of taking a project to primary schools that includes an initiation to listening, sound production and a whole lot of aspects related to sound (the history of sound recording, scratch for kids, glitch and digital errors with CDs, DVDs, etc.) We've already been to two schools and submitted a proposal to take it all over Galicia. The SINSAL website (sinsalaudio.com) includes a section on this Escola SINSAL with photos and comments on the first experiences, which have been really amazing. As you can see, we're still talking about promoting and diffusing sound through small political acts.

And a final project I'm thinking about is to get out of this virtuous wheel I've become involved in, this intellectual thing, which is starting to tire me. I need action.

PJ: On we go...

A

Abe, Shuya, 33, 218
Akerman, Chantal, 32, 217
Ameller, Carles, 75, 240
Anderson, Chris, 165, 286
Annaud, Jean Jacques, 179, 293
Aparici, Roberto, 111, 259
Attenborough, David, 62, 233

B

Baigorri, Laura, 18, 127, 211, 267
Barzyck, Fred, 32, 33, 218
Baudrillard, Jean, 82, 244
Benjamin, Walter, 102, 254
Berg, Eddie, 59, 61, 232, 233
Berlusconi, Silvio, 44, 224
Birbaum, Dara, 31, 217
Bleicher, Julian, 72, 238
Block, René, 56, 230
Boddy, William, 16, 210
Bookchin, Natalie, 25, 214
Bourdieu, Pierre, 16, 22, 209, 210, 212
Boyadjiev, Luchezar, 54, 229
Brecht, Bertolt, 17, 70, 210, 237
Breer, Robert, 36, 220
Brewster, Maria, 52, 228
Brown, Rex, 53, 228
Brucker-Cohen, Jonah, 73, 239
Buñuel, Luis, 45, 225
Burrighs, William S., 126, 133, 266, 271

C

Cage, John, 30, 32, 36, 186, 217, 219, 220, 297
Casacuberta, David, 128, 268
Castells, Manuel, 166, 287
Chion, Michel, 181, 294
Cirlot, Juan Eduardo, 48, 226, 227
Collins, Phil, 54, 229
Cooke, Adam, 61, 233
Corner, James, 78, 242
Crego, Juan, 49, 227

D

Danton, Georges-Jacques, 30, 216
Deleuze, Gilles, 79, 242
Dery, Mark, 125, 266
Diderot, Denis, 30, 216
Disseminet, 25, 214
Dominguez, Ricardo, 55, 230
Dubois, Philippe, 42, 223
Duchamp, Marcel, 48, 227
Dunne, Anthony, 69, 237

E

Einstein, Albert, 35, 219

F

Fargier, Jean-Paul, 28, 31, 35, 215, 217, 219
Fitzmaurice, Leo, 60, 232
Foucault, Michel, 182, 295
Fogarty, Liam, 62, 233
Fox, Patrick, 63, 234
Framis, Alicia, 25, 214

G

Gallego, Nilo, 182, 295
García, Dora, 25, 214
García Matilla, Agustín, 111, 259
Gautreau, Jean-Michel, 31, 217
Gibson, William, 154, 281
Gil, Juan, 178, 186, 292, 297
Ginsberg, Allan, 36, 220
Godard, Jean-Luc, 124, 126, 265, 266
Gómez, Julio, 178, 187, 292, 297
González, Horacio, 186, 297
Götz, Karl Otto, 33, 218
de Gouges, Olimpia, 30, 216
Grundy, Nicky, 58, 231
Guattari, Felix, 79, 242
Gutenberg, Johannes, 184, 295

H

Haque, Usman, 71, 238
Hall, Edward T., 184, 296
Hölderlin, Friedrich, 19, 211
Hill, Gary, 31, 217
Hopkins, Dave, 61, 233
d'Hory, Elmyr, 181, 294
Hunt, Danny, 59, 232

J

Jain, Anab, 72, 238
Jenkins, Henry, 164, 167, 286, 288
Jiménez, Pedro, 178, 292
Jordá, Joaquín, 17, 210

K

Kant, Immanuel, 29, 216
Kaprow, Allan, 33, 35, 218, 219
Karkhalev, Eldar, 22, 23, 25, 212, 213, 214
Kaurismaki, Aki, 102, 106, 257
Kennedy, John Fitzgerald, 157, 283
Kovacs, Ernie, 33, 218
Kubota, Shigeko, 29, 31, 216, 217
Kuntzel, Thierry, 31, 217

L

Ladrillio, 182, 295
Lee, Phil, 59, 232
Lessig, Lawrence, 154, 281
Lialina, Olia, 132, 270
López, María Isabel, 110, 258

M

Mao, Tse-tung, 100, 253
 Marat, Jean Paul, 30, 216
 Marconi, Guillermo, 68, 236
 Marcos, Subcomandante Insurgente, 131, 271
 Marshall, P. David, 167, 288
 Martín Patino, Basilio, 17, 210, 211
 Marzo, Jorge Luis, 18, 44, 211, 224
 McCarthy, Joseph Raymond, 158, 283
 McCarthy, Paul, 181, 182, 294, 295
 McLuhan, Marshall, 29, 35, 42, 184, 185, 215, 216, 219, 223, 296
 Metzger, Gustav, 62, 234
 Mekas, Jonas, 36, 220
 Miller, Paul D. aka Dj Spooky, 133, 271
 Minghella, Anthony, 59, 232
 Molina, Berio, 181, 186, 294, 297
 Moorman, Charlotte, 30, 34, 217, 219
 Morgan, Phil, 64, 234
 Muntadas, Antonio, 18, 31, 45, 95, 211, 217, 225, 250
 Murdoch, Rupert, 44, 224
 Murrow, Edward Roscoe, 158, 283

N

Nair, Sami, 15, 209
 Nakajima, Ko, 31, 217
 Nixon, Richard, 36, 220

O

Orwell, Georges, 36, 220

P

Palacio, José Manuel, 49, 227
 Papa Pablo VI, 28, 215
 Paik, Nam June, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 43, 211, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 223
 Pienne, Otto, 33, 218
 Prescott, John, 64, 235

Q

Quintana, Felipe, 182, 295
 Quiroz Ennis, Rossana, 185, 296

R

Rakow, Lana F., 166, 287
 Ray, Man, 37, 221
 Rimer, Danny, 169, 289
 de Rivaz, Chrissie, 62, 63, 234
 Robespierre, Maximilien de, 30, 216
 Robinson, Ian, 61, 233
 Roosevelt, Franklin D., 68, 236
 Rossellini, Roberto, 19, 211

S

Sanz, Pablo, 178, 292
 Sarmiento, José Antonio, 178, 292
 Sartre, Jean Paul, 133, 271
 Sayle, Alexei, 64, 234
 Seawright, James, 33, 218
 Selbo, Vivian, 25, 214
 Schaffer, Murray, 186, 297
 Schöffner, Nicolas, 33, 218
 Schonberg, Arnold, 28, 215
 Shulglin, Alexei, 25, 214
 Sócrates, 129
 Starr, Ringo, 64, 235

T

Tadlock, Thomas, 33, 218
 Tambellini, Aldo, 33, 218
 Taplin, Jonathan, 170, 290
 Teran, Michelle, 71, 238
 Tiravanjija, Rirkrit, 56, 230
 Tonucci, Francesco, 111, 112, 258, 259
 Torres, Francesc, 31, 217

U

Uchida, Hido, 33, 218

V

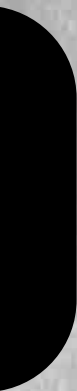
Val del Omar, José, 47, 226
 Vázquez Montalbán, Manuel, 16, 209
 Vertov, Dziga, 19, 98, 211, 252
 Viola, Bill, 31, 45, 217, 221, 225
 Virilio, Paul, 19, 45, 211, 225
 Voltaire (Arouet, François Marie), 15, 30, 209, 215, 216
 vom Bruch, Klaus, 31, 217
 Vostell, Wolf, 18, 28, 29, 31, 44, 45, 211, 215, 217, 224, 225

W

Welles, Orson, 16, 17, 210, 211
 Weibel, Peter, 46, 225
 Warhol, Andy, 155, 157, 281
 Watson, Chris, 62, 233
 Whitter, Winstan, 61, 233

Y

Yanofsky, Dave, 154, 281
 Young, Jeff, 56, 230
 Youngblood, Gene, 15, 209



"El pensamiento productivo consiste no tanto en ver lo que aún nadie ha visto, como en pensar lo que todavía nadie ha pensado sobre aquello que todos ven."

E. Schrodinger, premio Nobel en Física en 1933.

Si dedicáramos nuestra vida a contemplar cosas absurdas, quizás llegaríamos a la conclusión de que lo absurdo no son las cosas, sino que somos nosotros. Levantarse por la mañana y enfrentar a nuestro cerebro a la imagen que reproduce el espejo del cuarto de baño... es un acto heroico! Pero en este empeño obstinado de intentar reconocer algo distinto de una imagen que se repite una y otra vez... o bien se esconde una extraña patología o bien reside la esperanza de la humanidad.

ZEMOS98

Seamos realistas. ZEMOS98 está lleno de esos seres extraños que se detienen a contemplar todo lo que les rodea para preguntarse que hay más allá de lo que ellos ven. Pero la cuestión no sería judicialmente perseguible si no se tratara de que además intentan ver lo que otros ven donde ellos no ven, lo que otros ven sobre lo que otros no ven que ellos ven, o lo que es peor ya: lo que otros ven sobre lo que los medios ven que otros ven sobre lo que otros no ven que ellos ven.

Este es el trabalenguas de la Cultura Audiovisual. Un potaje compuesto por representaciones mediáticas, empresas del capital, monopolio, oligopolio, individuos, redes, internet, colectividad, barrios, aceras, esquinas, fronteras, vallas, muertes, tránsitos, viajes, sueños, ideas, creación y...televisión. Si, ese oscuro objeto (y paradigma) del deseo postmoderno llamado Televisión. Si Calderón de la Barca viviera, tened por seguro que sería uno de los usuarios más activos de Youtube.

ZEMOS98 no inventa, sólo recoge. Nada hay en el camino que no se haya dicho o explicado antes. Se trata de una cuestión de frecuencia. No es lo mismo hablar de lo ya conocido que buscar nuevas formas de reconocerse. Reconocerse es mirar dentro de nosotros y ver qué hay de nuevo y qué falta. Es encontrar en otros lo que no hay en uno. Reconocerse es ser otros y seguir siendo nosotros.

Detrás del escenario en el camerino, una joven esperaba inquieta frente al espejo el turno de su intervención. Casi sin que se diera cuenta llegó su madre para tranquilizarla. Con la emoción y el alboroto de su turno, olvidó llevar consigo el guión que había previsto días antes dejar en la parte trasera del atril. Una vez fuera, en el escenario, la joven miraba aterrada al público en medio de un silencio ensordecedor. Estaba a punto de llorar y salir corriendo. Pero de repente, su madre le susurra desde el lateral del escenario...

- No te preocupes, la televisión no lo filma...

Y entonces la niña levantó la mirada, ahora tranquila y confiada, y comenzó: "Bienvenidos a esta representación..."

Sigamos siendo nosotros y vosotros, sigamos dejando los guiones de lado, sigamos improvisando, sigamos creando y recreando.

Gracias por estar aquí y ahí.

Gracias por ser nosotros y vosotros. Seguimos.

www.zemos98.org



Sponsors:

concertado como programa de



con el apoyo de



Instituto Andaluz de la Juventud
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

