

**Entrevista con Claudia Giannetti, directora del Canariasmediafest -  
Festival Internacional de Artes y Culturas Digitales de Gran Canaria  
España  
junio 2006**

**EWAN WALHS**

**¿Cuáles son para usted los principios del arte digital?**

El término 'arte digital' es problemático, ya que se refiere a un tipo de producción muy concreto. Creo que el término 'media art' es más amplio y permite abarcar las diferentes vertientes de la producción actual que emplea los recursos tecnológicos. Por otro lado, hay que entender el media art como manifestación en el contexto del arte contemporáneo, porque sería un equívoco considerarle como una tendencia aislada. Su principal característica es utilizar los recursos tecnológicos y telemáticos en la producción y exhibición de la obra.

**¿Cree usted que la interactividad es el elemento que atrae al público al 'media art'?**

El énfasis en la interactividad es muchas veces más una cuestión de marketing. Con frecuencia se suele pensar que un producto interactivo es el que funciona mediante un simple gesto de pulsar un botón. La interactividad va mucho más allá. Por ejemplo, la navegación en un DVD o CD-ROM no significa interacción. El usuario está simplemente definiendo un recorrido. La moda de la interactividad, como estrategia de marketing, provino del mundo de los *media*, y lamentablemente ha sido absorbida también por el arte. Por lo tanto, no existe la necesidad de que todo arte creado con tecnologías digitales sea interactivo y muchas producciones que se "venden" como interactivas son meramente participativas. Sobre todo es importante destacar que no hay un grado de calidad en función de interactividad.

**¿Cree usted que el 'media art' se ha popularizado en los sectores jóvenes?**

El público joven es un público que nació con los nuevos medios. Nació con Internet, creció con los videojuegos y, por lo tanto, tiene más asumido que este tipo de herramientas se integra en el ámbito de la cultura.

**¿Cómo puede el 'media art' ayudar a aumentar la popularidad del arte en general?**

Las sociedades postindustriales disfrutan de la disponibilidad del uso de los nuevos medios, y de la apropiación de un lenguaje universal, en el sentido de que el audiovisual hoy está en todas partes, desde la televisión hasta el cine. Actualmente, es muy común que las personas posean cámaras

digitales, videocámaras, móviles, etcétera... Eso se traduce en un mayor acercamiento del público a las producciones que utilizan estas tecnologías. De alguna manera, el público joven se siente mucho más atraído por este tipo de lenguajes que por la pintura o la escultura, que requieren un conocimiento de los lenguajes y de las claves estéticas específicas.

### **¿Cree usted que el ‘media art’ superará al arte más tradicional? ¿Opina que el medio virtual reemplazará el medio físico?**

No defiendo la teoría de que los medios superan a los medios. Creo que los medios siempre son complementarios. La pintura siempre va a seguir existiendo, de la misma manera que ahora los nuevos recursos, como Internet, van seguir cumpliendo una función (aunque cambien las plataformas). Y precisamente por esto creo que los sistemas que utilizan la virtualidad como uno de los parámetros de lenguaje, como puede ser la realidad virtual, no están destinados a sustituir la realidad física. No hay parámetros de comparación, ni por el grado de virtualidad, ni por el grado de interactividad. El único parámetro específico de producción es la calidad estética y conceptual.

### **Ha otorgado al Canariasmediafest el subtítulo de “Festival Internacional de Artes y Culturas Digitales”.**

No hablo de ‘artes digitales’ sino de ‘culturas digitales’, en el sentido de que los medios digitales están actuando y transformando la cultura. Esto es fundamental, ya que ese proceso está teniendo una incidencia capital en el arte. La influencia de lo digital en las sociedades pasa por la cultura.

### **¿Cuándo el media art empezó a ser visto como una modalidad artística legítima?**

Mucho más temprano de lo que las personas piensan. El público más joven tiene frecuentemente la sensación de que esta tendencia tuvo sus inicios hace tan sólo una década, con los PCs e Internet, pero el proceso de trabajo artístico con las tecnologías lleva más de medio siglo desarrollándose.

### **¿Cómo se han adaptado los museos a las tecnologías? ¿Es importante introducir elementos más interactivos en los museos y galerías tradicionales?**

Dependerá del tipo del museo. En el caso de los museos de ciencia, tiene un sentido didáctico ofrecer al espectador contenidos con nuevos soportes participativos. Muchos museos de la ciencia entendieron perfectamente las ventajas de utilizar interfaces técnicas para explicar fenómenos científicos. La participación no sólo vuelve el producto más interesante, sino que el “juego” inherente a la participación tiene un efecto pedagógico fundamental.

## **La tecnología moderna sigue atrapando al ser humano con su poder**

Yo diría que estamos en un momento clave, en el sentido de que la fascinación que existía por las nuevas tecnologías hasta los años noventa, de alguna manera se ha ido diluyendo, en la medida en que se han convertido en más populares y accesibles. Pensemos que, en los años ochenta, poseer una cámara de vídeo era algo vinculado sólo a una elite con mucho dinero. Con la popularización, los medios digitales han perdido su fuerza de seducción. Durante los años noventa, muchas producciones artísticas fracasaron precisamente porque apostaron mucho por la tecnología y los recursos, y se olvidaron de los contenidos. El momento de cambio que se está produciendo ahora corresponde precisamente a la nueva postura de los artistas: menos énfasis en lo tecnológico y más acento en los conceptos y estéticas.

### **¿Cree que el hecho de que la imagen pueda ser replicada fácilmente resta autenticidad y legitimidad a una obra?**

Digamos que la reproducción es intrínseca a lo digital. Un hecho importante que los artistas y la propia estética han tenido que asumir consiste en que lo digital es reproducible, y esto significa también asumir que una parte importante de la llamada "originalidad" de la obra desaparece con lo digital. Hay que entenderlo como un fenómeno positivo, en la medida en que propicia el acceso libre a las herramientas. Vuelve a surgir un espíritu colaborativo, de compartir conocimientos y herramientas, principalmente a través de Internet. Hay muchos más grupos, lo que genera una gran motivación respecto a la producción. Sobre la legitimidad vinculada a la originalidad, podríamos decir que existen mercados paralelos en el mundo del arte: uno que funciona en base al mito de la originalidad; y otro que encuentra su legitimización por vías independientes.

### **¿Sobre qué materias va a centrarse el próximo CanariasMediafest? ¿Cómo se distinguirá de festivales anteriores?**

Pienso que hay varias características importantes a destacar: la actualización de sus bases responde a las últimas tendencias y se plantea con visión de futuro. Entre otras categorías, se introducen las dedicadas a la instalación y el apoyo a la producción de proyectos de media art de jóvenes artistas. Se organiza una muestra de audiovisuales para móviles, cuyo tema aborda los posibles flujos de información que las cámaras de los móviles pueden captar y transmitir en tiempo real, permitiendo explorar nuevas perspectivas de una mirada íntima a la "realidad" del cotidiano. Este concepto enlaza con las cuestiones que serán tratadas en el festival. El festival este año será temático, lo que permite otorgar una mayor coherencia a la selección y la presentación de obras y artistas. El hecho de disponer de una sede propia también le favorece especialmente. Son muy pocos festivales en el mundo que tienen una sede propia y específicamente dedicada al media art. Se organiza un simposio internacional, con importantes teóricos y artistas, para reflexionar sobre el tema propuesto por

el festival. Por último, además de la edición del catálogo del festival, se publicará un libro con aportaciones de autores y pensadores de reconocido prestigio.