

## **Entrevista con K. Huffman.**

Kathy Rae Huffman comenzó a investigar y trabajar en el formato Vídeo en los USA, durante los años 70.

Produjo en 1976 una de las primeras instalaciones interactivas, y desde entonces hasta la fecha ha producido unos 28 trabajos de artistas para museos y televisión. Ha escrito varios libros sobre la relación entre el vídeo experimental y la TV (1\*nota), y prepara en la actualidad un libro sobre Televisión Interactiva y Multimedia. Es además, consejera del "Video Data Bank de Chicago", y el "European Art Network".

Kathy Huffman actuó como coordinadora internacional de la "Piazza Virtuale", emisión de TV interactiva en Europa, con carácter experimental y financiación pública y privada.

Invitada por "La 12 Visual, Asociación de Vídeo Independiente de Barcelona", Kathy Huffman estuvo en Barcelona para dar una conferencia sobre la arqueología y evolución de la TV interactiva. A resaltar en la entrevista que sigue, dos elementos que quizá no sea posible percibir a través de la palabra impresa: En primer lugar, es una de las pocas veces que escucho a un conferenciante que ataca y parcializa el medio que está presentando. Es decir, que a diferencia de los profetas del cambio tecnológico, que nos apostrofan desde revistas, festivales y las innumerables muestras de nuevas tecnologías, K. Huffman es más bien dada a morder la mano de quien le da de comer. En segundo lugar, el tono de voz en que enjuicia al medio es sumamente cálido y tranquilo, de manera que sus juicios, algunas veces muy fuertes y categóricos, suelen quedar revestidos por un halo de terciopelo. Tal vez sea éste su secreto para poder estar desde hace casi 20 años "driblando" en medio de (ella dixit) "los perros de presa de la TV".

1.- Qué es lo que presentas como recorrido histórico de algo tan nuevo como la TV interactiva? El programa que presento es un programa histórico sobre el desarrollo de los modelos interactivos que se sucedieron en la TV americana desde los años 60. En aquella época muchos artistas marcaron propuestas de participación, que estaban alejadas de los fundamentos que la TV tenía. Lo interesante era que incluso había propuestas muy diversas, ya que entre los

artistas que participaron los había: conceptuales, artistas de "performans", artistas fluxus, músicos y toda clase de creadores, no estrictamente los relacionados con las artes visuales.

2.- Hablamos actualmente de interactividad y multimedia. Como entiendes éstos términos? Antiguamente se hablaba de multimedia en relación a la cantidad de medios de diversas vertientes/disciplinas que participaban en un espectáculo: música, danza, teatro, vídeo; no existía tal como hoy en día un formato digital que pudiera integrarlos, incluirlos. En el comienzo interactividad fue un campo de experimentación donde se pretendía interconectar dos sitios aislados espacialmente. No contaba el que el público televidente participase, esta idea surgiría más tarde. Las primeras experiencias de Naum Jun Paik iban en éste sentido: dos estudios de diferentes ciudades inter-conectados. Incluso en algunos de sus programas proponía que los espectadores se movieran. Cosas como: cerrar los ojos, abrirlos, llevar sus manos a la cabeza y este tipo de acciones. Era interesante porque nadie lo había hecho con anterioridad. La TV actual, planea ir en la dirección del multimedia en el sentido digital. Los canales multimedias que integrarán una gran variedad de información y que son de hecho una gran oportunidad para los creadores de nuevas tramas. Será a través de la TV que se impulsará todo esta gran integración interactiva/multimedia con capacidad de conexión entre una gran cantidad de usuarios.

3.- Cuando hablas de TV te refieres a una TV tal como la concebimos actualmente o a una configuración ligada con otras tecnologías?

Sí, hablo de una TV conectada al teléfono y a los ordenadores. Los ordenadores conectados al teléfono a partir de "modems",o periféricos; es la nueva estructura de poder de las comunicaciones: teléfono, ordenadores, satélites..

4.- Qué sucederá con la TV tal como la conocemos ahora?

Bueno, considero que seguirán funcionando unas canales de TV en el sentido más clásico. Es difícil que una nueva forma de comunicación acabe con una antigua, generalmente se solapan. Pero gran parte de la inversión del capital irá hacia la estructura interactiva de comunicación y empezaremos a ver "sidcoms", series dramáticas, culebrones, pero ahora interactivos. Los mismos productos de la TV de hoy, pero adaptados a otra forma.

5.- No existen acaso otras ideas de qué hacer con una TV interactiva. Crees que la base narrativa serán los culebrones de la última década?

Existen muchas ideas de lo que puede hacerse con la TV interactiva, e intereses muy grandes puestos en juego, pero ellos aún desconocen como responderá el público a estas nuevas formas. Las pruebas que actualmente se realizan en varios campos, sirven para comprobar las características de la demanda. Pero no me cabe duda de que a mediano plazo y en muchos sentidos la TV interactiva es una manera más eficaz de generar consumo. Muy similar a lo que sucede hoy, pero con más efectividad.

6.- Porqué entonces estás interesada y además comprometida con nuevos proyectos de TV interactiva?

Yo estoy interesada por artistas que crean "espacios", o situaciones donde la gente tiene que participar más que contemplar pasivamente. Estoy interesada en los creadores porque me gusta la manera en que piensan y no le preguntan a una persona que "elija" si se quiere gastarse 100 dólares: "opción A"; o 150 dólares: "opción B", ellos no intentan guiar a la gente en una dirección pre-establecida. Están interesados más en la respuesta y búsqueda de la propia gente que en los bolsillos de los demás. Los artistas desean realizar una propuesta al público, no manipular información. Es mucha la diferencia cuando es un artista el que pregunta, y que sugiere un proceso. Por lo general incluso no sabe la respuesta que espera, a diferencia de las situaciones comerciales en que la expectativa económica es determinante. Es dinero, eso es todo.

7.- A diferencia de lo que tu señalas como propuesta artística, cual es el tipo de propuesta interactiva de la TV actual ?

Los telediarios actuales realizan el tipo de encuestas del estilo: "piensa UD que la criminalidad va en ascenso?". El público puede llamar al teléfono "si" o al teléfono del "no" y al opinar debe pagar un dolar por la llamada, a esto se le llama encuestas de opinión. Lo interesante de esto, no es el contenido en sí de la encuesta, sino que la gente quiere tener acceso, quiere tener voz, incluso pagando. Pues por ahora en TV tenemos estos modelos, la encuesta de opinión, o la TV de compras a distancia: la Teletienda. Es esto interactividad?

8.- ¿Qué es entonces interactividad? Creo que no existe una interactividad absoluta en TV. No puede existir una versión para cada uno del millón de espectadores. Sueles tener un margen de cuatro, quizás seis posibilidades a escoger. Se plantea sobre la base de los modelos de elección múltiple, a la

manera de: "elija entre las siguientes opciones"; pero no hay una real base de diálogo donde tu puedas responder quiero ésto o aquello, o poder crear algo nuevo. Todo el mundo sabe lo que es la interacción en la vida cotidiana.

9.- Entonces para qué interactividad en TV?

Debo decirte que desapruero lo que se llama interactividad en TV. En España llaman interactividad al "Tele Pick", pero quien se puede tomar ello como una interactividad.

10.- ¿Como ves los programas de CD-ROM que aparecen en el mercado y que de alguna manera compiten y complementan al libro?

Tu puedes explorar un programa en CD-Rom y ver lo hecho por el programador, alguien que ha establecido los límites de la información en ese programa. También puedes explorar un libro: ir hacia adelante o hacia atrás, y puedes profundizar y captar diferentes niveles, pero hay un límite, solo puedes acceder a lo ya programado. Podemos hablar de ciertos grados de interactividad a tener en cuenta por los modelos de construcción de programas interactivos. El lector de un CD- ROM interactivo puede entrar a explorar un programa dado e intentar recoger la información que allí circula, y eso sí es muy bonito, pero de alguna manera no es tan diferente al libro.

11.- Entiendo que no estás muy a gusto con los modelos de interactividad, tal como hoy se presentan. Ni con las posibilidades de un medio interactivo.

Creo que no te puedo dar una respuesta rápida. No es fácil describir el cúmulo de situaciones propuestas, innovaciones e intereses que coexisten. Existen con este medio muchas posibilidades en el campo de las comunicaciones, innegable; pero creo que las compañías son muy ávidas, y su voluntad es poder hacer mucho dinero.

12.- Crees entonces que tendrá algún futuro la TV Interactiva?

Sí, sin duda que hay un futuro prometedor para la TV interactiva. La TV interactiva, es un hecho, hay muchísimo dinero invertido en ella; la cuestión es si habrá en ella sitio para los artistas y creadores. O mejor planteado te dirías que los interrogantes son: - Quien las va a controlar? - Quienes tendrán acceso? - Cuanto deberá el público pagar por ella? El futuro de la TV interactiva es claro, no olvides que los grandes trust están realizando

inversiones multi-billonarias en investigación, programas (software), equipos (hardware). Los grandes estudios cinematográficos, las compañías telefónicas, las grandes compañías de TV cable, las de entretenimiento; todos actuarán conjuntamente a partir de ahora. Ellos están invirtiendo billones de dólares. Te parece a ti que estas enormes inversiones se realizan en pos de la democratización de las comunicaciones? Es obvio que invierten billones para ganar trillones de dólares, no son estúpidos, solo les interesa hacer mucho dinero.

13.- Cual es el papel que ves entonces para los creadores en este macro-negocio?

Los mercaderes de la comunicación, -lamento si el término es duro, pero es real-; deben ser entrenados para comprender la relación de los fenómenos de la comunicación. Creo que primero los artistas desarrollan un nuevo medio, y después el mundo mercantil rentabiliza y lleva adelante la masificación del mismo, con lo que obviamente obtiene grandes ganancias. Por ello es bueno para los artistas participar en los primeros momentos de un medio, luego suelen ser relegados por las situaciones comerciales.

14.- ¿Qué le recomiendas a los creadores en ésta situación?

Recomiendo que tengan muy claro quien está detrás de las cosas, que sepan qué es lo que hacen, cual es el proyecto comercial, y si la cooperación pública es viable, y ver de que manera te puedes meter en ello e influenciar a la gente. La mayoría de las corporaciones que entran en este mundo, sólo les interesa el dinero, no tiene mucha idea de lo que va "el juego", desaprovechan muchas ideas y oportunidades que luego resultan incluso comerciales.

15.- Crees que los nuevos proyectos de telecomunicación, a la manera de las autopistas de comunicación que plantea el gobierno Clinton, crearán un desarrollo democrático de las comunicaciones?

No, no creo que eso sea posible, hay demasiado dinero en juego para que así sea. Contéstame sinceramente, tu crees que Viacom, AT&T, o cualquier tipo de compañías de esta envergadura invierten billones de dólares para potenciar un sistema interactivo democrático para la gente?

- No, sin duda la motivación es totalmente económica, pero creo que desarrollan una tecnología que la gente podrá usar de una manera diferente a como se plantea la distribución de la información hoy día. El ejemplo que antes

te comentaba de que Electrónica Arts Intermix, una de las más importante distribuidora de video independiente, coloque su material para consulta en el Internet es un campo de distribución que los creadores independientes de imágenes, nunca han tenido, y que abre nuevos caminos.

K.H.: - Vale, concordamos en que potencialmente las posibilidades son muchas, pero debemos tener cuidado. Los independientes deben intentar entrar en las comisiones de regulación desde el comienzo para saber como están planteadas las cosas o no habrá ninguna posibilidad para ellos. Desde el comienzo y ahora. Es por eso que "Van Gogh TV" en Alemania, y también otros grupos están intentando crear programas claves; pero seamos claros, eso sirve como promoción del medio.

16.- Crees que luego serán dejados de lado?

Si son inteligentes no. Si lo que hacen a través de los canales gusta a la audiencia, hay alguna posibilidad. Lo siento por ser tan pesimista, pero tengo mucha experiencia con estos perros de presa televisivos, que no les interesa nada más que el dinero, la cantidad de audiencia y la publicidad. Eso es todo lo que importa en este negocio. Nadie tiene el mínimo interés por otra cosa que no sea la audiencia. Es una cosa enferma. Incluso los museos hoy día cuentan con una nueva generación de hombres de negocio. Hoy un comisario de arte pierde más tiempo estudiando como hacer que la gente venga al museo que conociendo la obra de los artistas. Es más una cuestión de marketing que de comunicación o cultura. Se trata de una verdadera industria cultural donde el único parámetro es únicamente el dinero.

17.- He visto en diversos países de América ciudades con cientos de canales de cable con la programación más intimista y surreal que se puede imaginar. No crees que éstos canales de cable, los ordenadores conectados vía telefónica,etc, todo el campo de las telecomunicaciones tal como se están articulando, no son un espacio de comunicación y de creación para la gente? Si, sin duda, se abre un espacio, pero solo para el que pueda pagar. Estos cien canales de emisión por cable que pueda haber en nuestras ciudades son para ser vendidos al mejor postor; es más el 50 % de ellos estarán en manos de grupos religiosos. Ya casi lo están. Ahora las organizaciones religiosas invierten gran cantidad de dinero en telecomunicación. Ya están comprando gran parte de ellos en los USA. Otra parte de los canales de cable es para la emisión de películas, donde tienes que pagar para acceder. Te diré que incluso, a partir de la TV digital ya no podre mos grabar las películas que emitan, ya que tienen capacidad de bloquear el pirateo de imágenes, cosa que sí puedes hacer ahora. Otro factor de la TV cable son los canales de

Teletienda.

Aquí en España la cosa creo que será diferente porque a la gente le gusta salir a la calle y conectar con la gente, mantener un tiempo de contacto físico. En USA es totalmente diferente. Cada vez más en las grandes ciudades de USA, la gente no quiere salir porque es peligroso. La gente ya no se relaciona en las calles. Ordena la comida para que se la traigan a casa, o hay gente especializada que hace ese trabajo por ti. Los canales de teletienda facilitan las compras con tarjetas y eso significa que la esta gente no irá a las tiendas ya más. Se evitan viajar, coger taxis, etc, etc, les resulta más barato. Los canales de teletienda tienen un enorme éxito en USA. A través de sus conmutadores telefónicos están capacitados de recibir unas 2000 llamadas en un mismo momento. Mira si tienen éxito. La venta está sumamente pensada: tu puedes llamar a un teléfono donde permaneces anónimo y marcar el código del artículo que deseas, y ya está. O marcar un teléfono donde te atienden por lo general en "el aire" de manera que tu conversación aparece en TV. A la manera de un concurso aplauden, te untan, te dan la bienvenida al Club y te venden lo que desean. Hay gente que está en estado de adicción respecto de las cadenas comerciales de teletiemdas, y al igual que existen los alcohólicos anónimos, hoy día hay organizaciones de compradores anónimos para "desenganchar" a los adictos a la "TV Shopping". Lo tienen muy montado. Hoy comprar a través de la TV en USA es una cosa de clase alta: hay artículos de los grandes diseñadores, sales en la TV, hablas con ellos, te comunicas con gente...

18.- Crees que hay una relación directa entre estas tecnologías de acceso y comunicación sin salir de tu casa y la convulsión social que viven las grandes ciudades norteamericanas. Es decir, están pensadas como una manera de configurar una división absoluta entre la gente con acceso al dinero y la población desocupada?

Si, hoy en día sin duda están en conexión ambos factores, pero al comienzo los canales de venta eran muy "Kitch", podías comprar cosas baratas, "souvenirs", etc. Más tarde fueron entrando grandes sectores de la información, concretamente uno de los telediarios de mayor audiencia de la FOX se convirtió en el mayor canal de ventas. Un canal de venta de artículos por cable realiza más ventas en un día que uno de los grandes almacenes en todo un mes, es increíble. Es mega-bussiness, un negocio enorme.

19.- Crees que el trabajo de los creadores de imágenes, o concretamente el vídeo experimental, es un medio con incidencia en el marco social?

Creo que recién ahora, después de 30 años de vídeo experimental, podemos

tener una perspectiva lo suficiente clara. Cuando has visto la TV de los años 60 y miras la TV de hoy, comprendes la gran influencia que los artistas han tenido sobre el medio, porque la TV ha cambiado muchísimo, la TV ha crecido mucho, se ha elevado mucho. En el comienzo era solo una Radio-Visual. La radio trabajaba con los programas en directo a la manera del teatro, locales musicales u otro tipo de entretenimiento, y la TV nació con este concepto. Hoy en día viendo el tipo de imagen que propone la TV puedes notar una gran diferencia.

20.- Crees que las grandes compañías utilizan estas pruebas experimentales para el desarrollo de sus programas?

Si, sin duda lo hacen. Yo he visto mucha gente de Hollywood, venir al "Long Beach Museum" para ver programas de arqueología del Vídeo. No tienen ningún problema en pagar 100 dólares la hora para ver vídeos antiguos. Gracias a ello la TV ha variado.

21.- Tu participas directamente en una TV interactiva junto al Grupo "Van Gogh TV", cuál fue la experiencia?

La "Piazza Virtuale" de Documenta 92 fue una de las mayores pruebas de TV interactiva. Funcionó durante 100 días. Llegó a recibir unas 100.000 llamadas por minuto en el momento de mayor impacto. Se pudo ver en casi todo el norte de Europa e incluso recibimos llamadas desde Marruecos, Croacia, Grecia, ya que el satélite que cubría Europa permitía que los bordes de la señal sea captada por grandes antenas en otros sitios, y que esta gente se comuniquen con nosotros. Piazza Virtuale fue un proyecto de estructura interactiva concebido como una primera puesta a punto de una tecnología que permite la inter- conexión y el diálogo entre espectadores/usuarios. Fue asimismo interesante descubrir que existe un tipo de gente que se pasa las noches intentando captar diversas frecuencias del satélite, a la manera en que lo hacían y lo siguen haciendo los radioaficionados, y con "Vang Gogh TV" comprobamos que su número es bastante elevado. Curiosamente 150 personas de éstas personas se acercaron a Kassel para conocerse entre ellos luego de haberse puesto en contacto a través de la emisión. Estaban incluso emocionados. Yo creo que la "Piazza Virtuale", fue una especie de test y demostró que la gente quiere entrar en un circuito de intercomunicación. Demostró, también que mucha de la gente que conectaba eran "piratas electrónicos" -gente que utiliza redes de comunicación de manera ilegal-, y gente que conoce gente a través de medias.



22.- Qué opinas del Minitel, francés?

No conozco a fondo el Minitel, precisamente la semana que viene voy a Francia a realizar un estudio al respecto, pero sé que hay un proyecto experimental de conectar 50 universidades a través del Minitel, para generar un intercambio de información, de ideas, experimentos, de trabajos.

23.- Crees que es mejor cuando las tecnologías de la comunicación están entramadas a partir de un proyecto gubernamental?

Los gobiernos generalmente tienen mayores consideraciones sociales que la empresa privada. Es tradicional en Europa que la acción pública genere éstos proyectos. En USA es diferente, está más descentralizado todo, no hay un control del gobierno sobre la TV, no lo hay sobre la radio, existen regulaciones federales sobre lo que se puede transmitir, la cantidad de publicidad, etc., pero no controlan los contenidos.

Jacobo Sucari, 1993.

Notas: 1. Libros de Kathy Huffman.

- "Video Art: What's TV Got to do with it". An Essential Guide to Video Art, 1990.

- History of Artist and Televition. 1993.

- Revistas: "Visions" (Boston). "Ars Vivendi" (Ljubljana). "Screen Multimedia" (Hamburgo). "Time Code" (Revista internacional de arte TV).

**Jacobo Sucari.**

Tel. Móvil: 699.385.179

E-mail: [jsucari@arrakis.es](mailto:jsucari@arrakis.es)

Web: <http://www.jacobosucari.com>