

# VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS



## VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

MUESTRAS

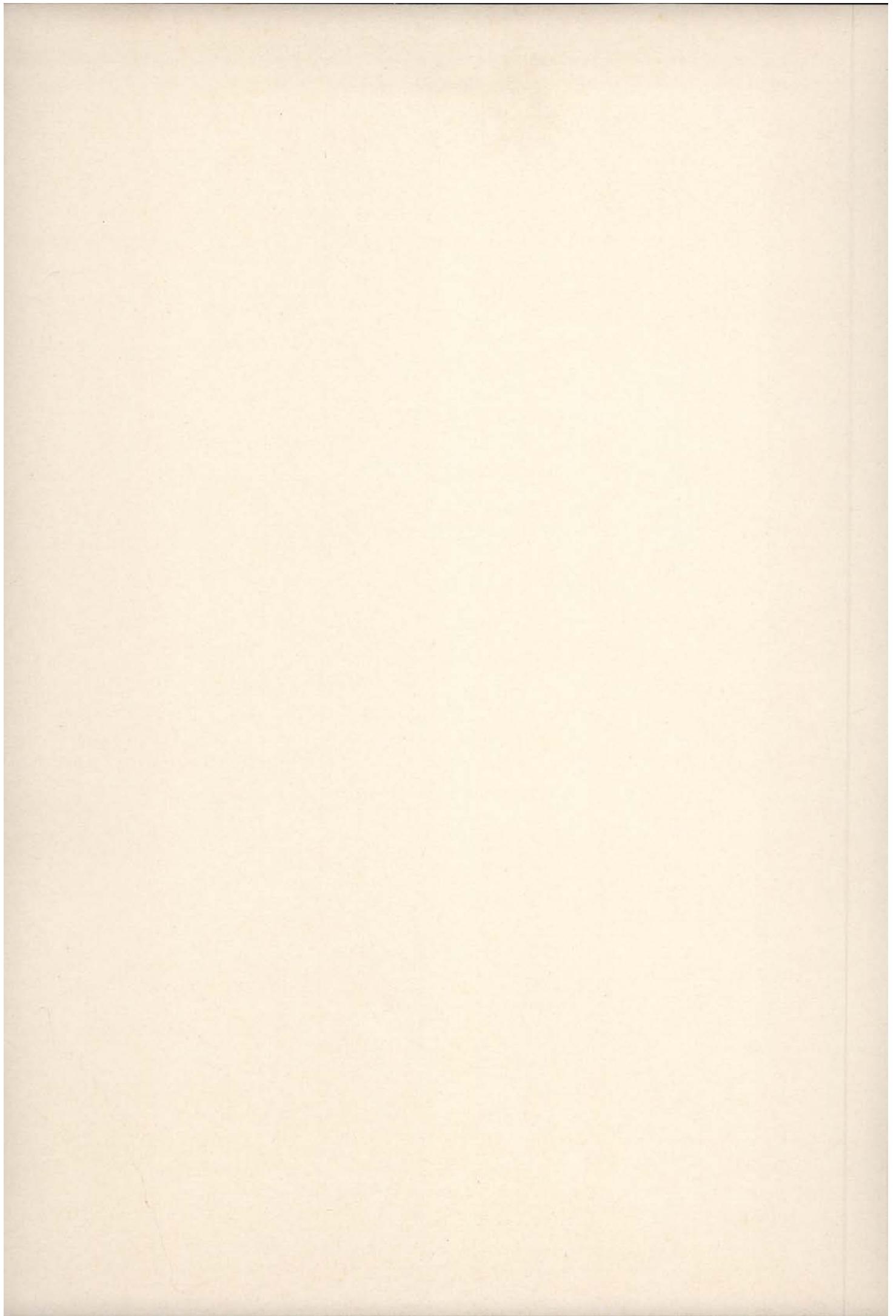
Arte sonoro

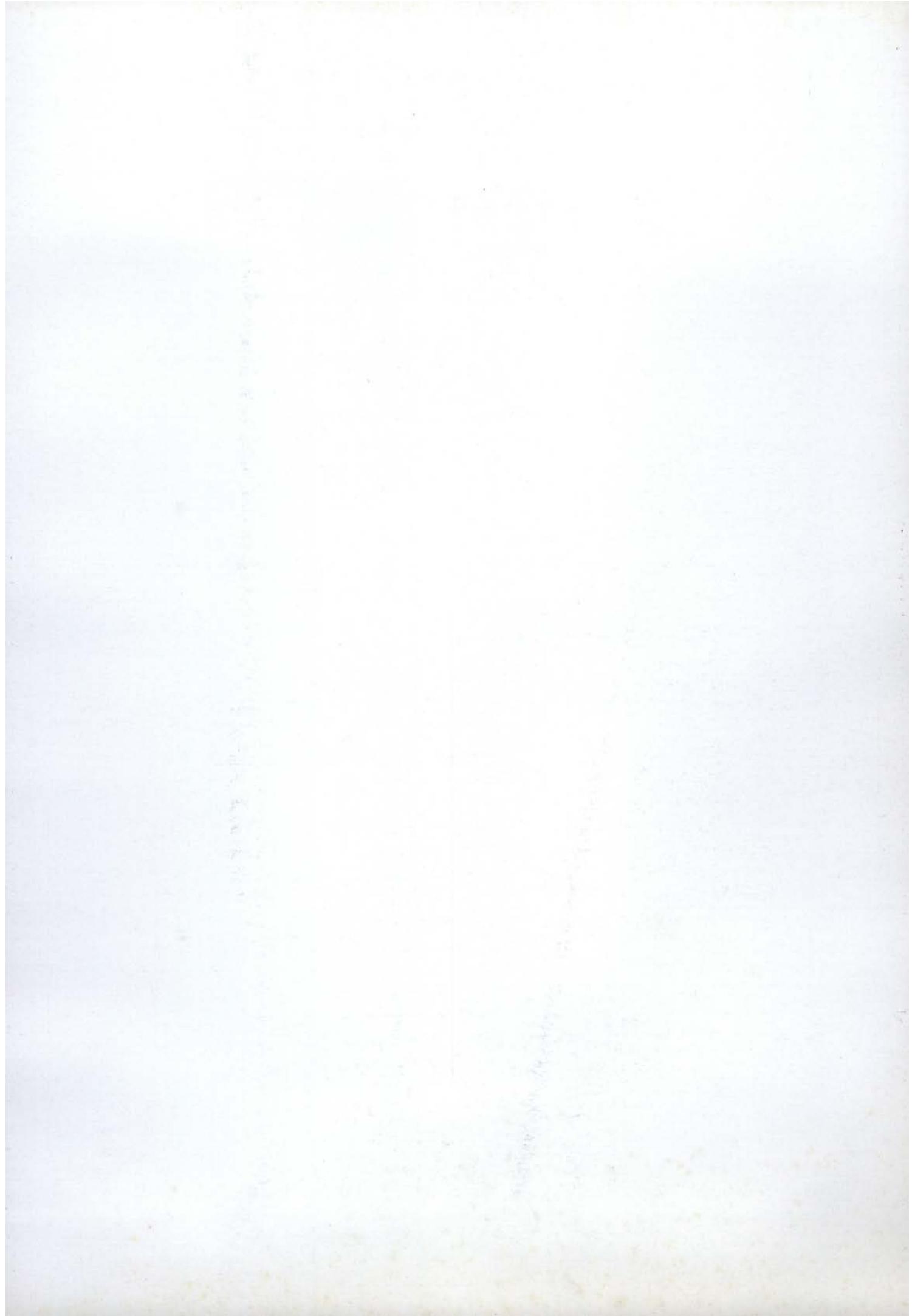
Current Media Art

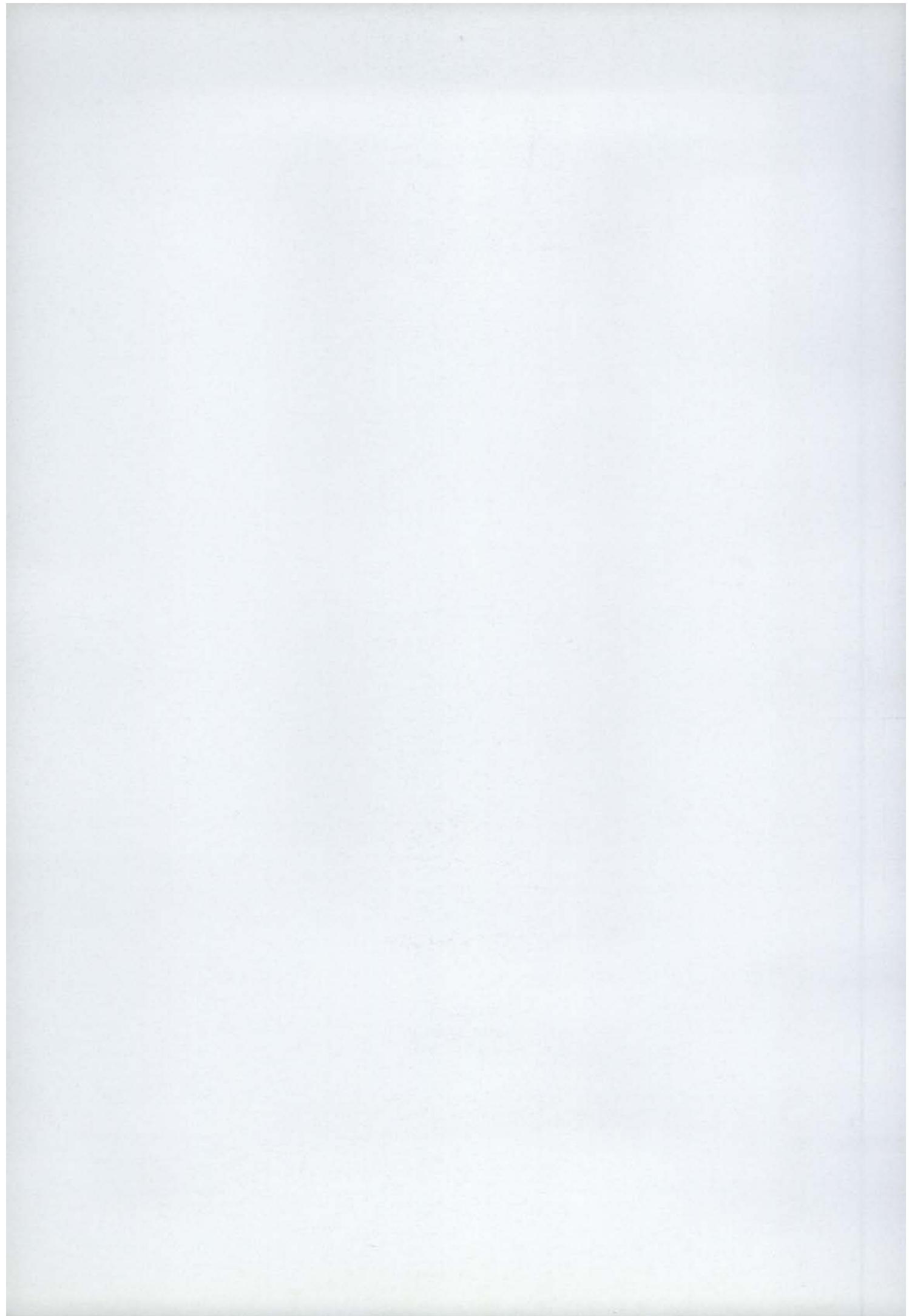
Festival  
do Minuto

Art Futura

Juegos Virtuales





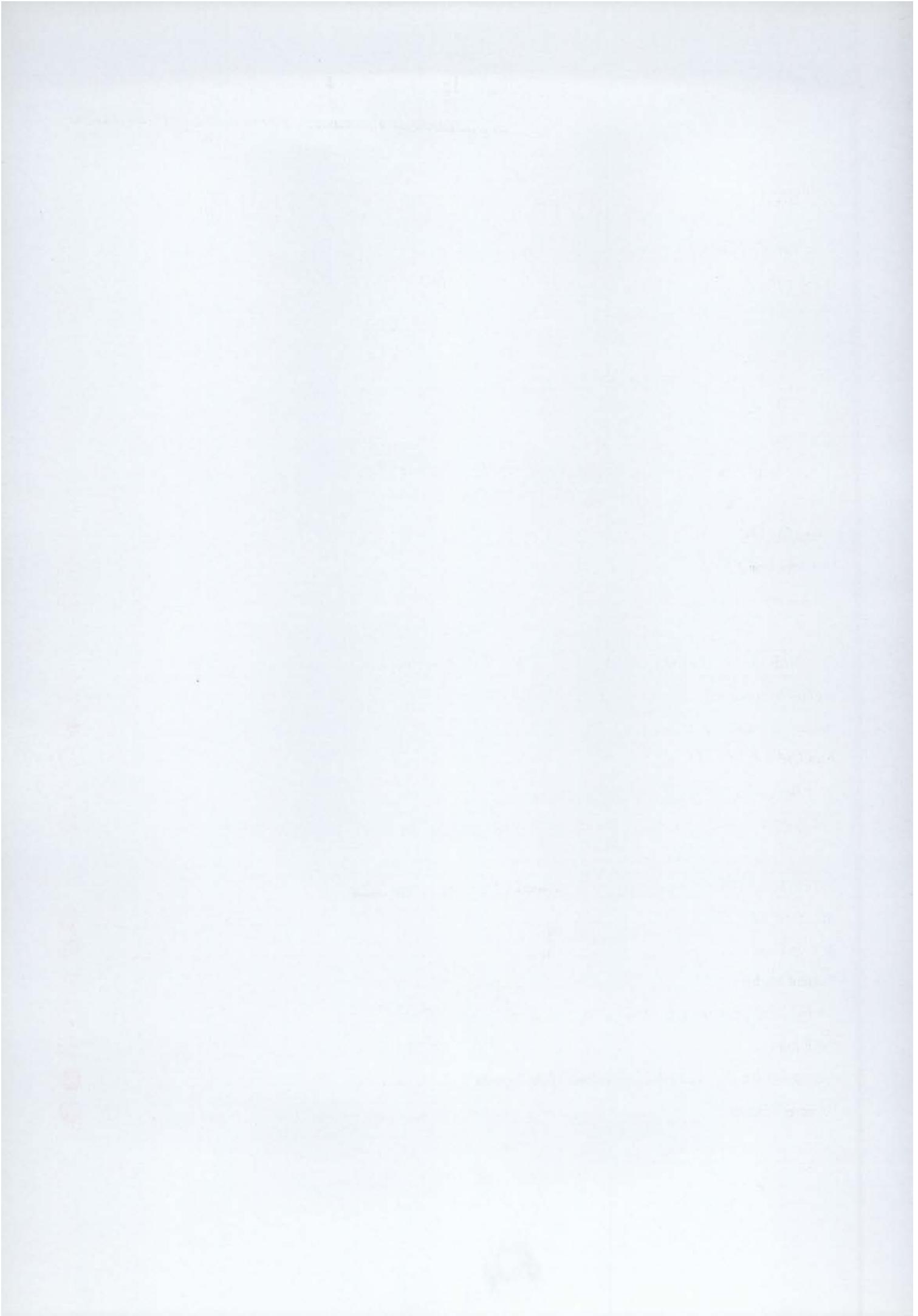


VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS  
VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS



Cabildo de  
Gran Canaria  
SERVICIO DE CULTURA

**26•31 OCTUBRE 1998**  
**CENTRO INSULAR DE CULTURA**  
**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**



## ÍNDICE / INDEX

Presentación / Presentation .....	1
Revolución digital: nuevas oportunidades para la distribución / The Digital Revolution: new distribution opportunities .....	9
El papel del espectador / The spectator's role .....	19

---

### SECCIÓN A CONCURSO / FILM COMPETITION

---

Comité de Selección / Selection Committee .....	25
CD-Rom .....	26
Documental / Documentaries .....	30
Educativo / Educational .....	38
Infografía / Infograph .....	41
Videocreación / Videocreation .....	44
Jurado / Jury .....	62

---

### SEMINARIO: DISTRIBUIR AUDIOVISUALES / SEMINAR: THE DISTRIBUTION OF THE AUDIOVISUAL MATERIAL

---

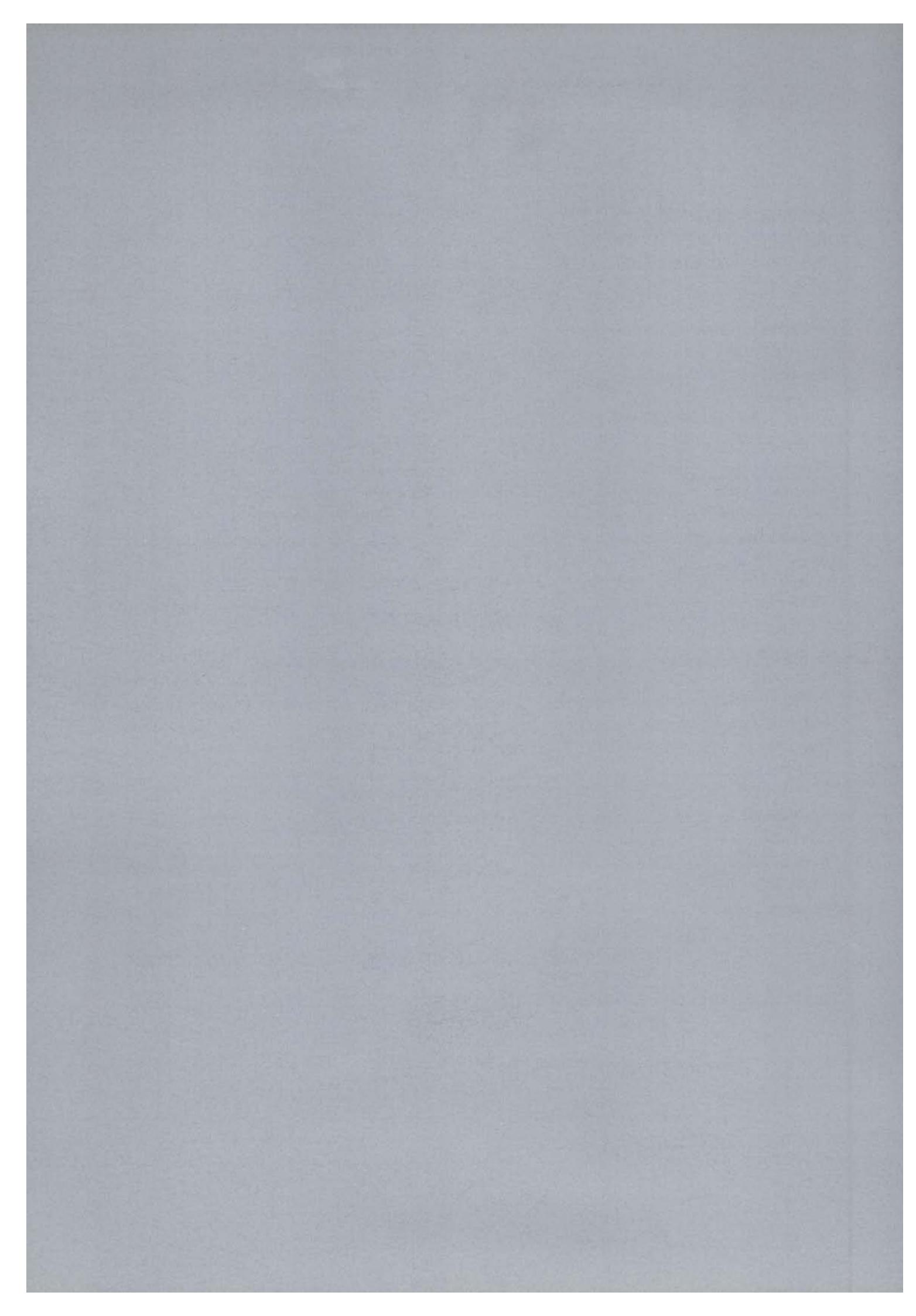
Enrique Bustamante .....	70
Jaume Santacana .....	75
Juan Carlos de Miguel Bustos .....	80
Jesús Hernández Moyano .....	87
Knut Gerwers .....	94

---

### MUESTRAS / SHOWING

---

Arte Sonoro / Sound Art .....	107
Arte en CD-Rom / CD-Rom Art .....	110
Current Media Art .....	117
Festival Mundial del Minuto / The World Minute Festival .....	163
Art Futura .....	164
Programa de Medios Audiovisuales / Audiovisual Media Programme .....	168
Palmarés / Prizewinners .....	171



Videocreation continues to demonstrate that it is one of the most thought-provoking expressions of the contemporary cultural panorama on the verge of the twenty-first century. In its various editions, the International Video Festival of the Canary Islands, apart from proclaiming itself as an essential expression of the latest international generation within the video creation, has always tried to convey to a wide audience the growing presence of the audiovisual products in the context of the new educational and cultural realities.

Constant technological advance brings with it the possibility of new uses and applications for the audiovisual sector; interaction, international information networks, electronic books, virtual reality and other developments in multimedia join our day-to-day life, thanks to the various types of hardware already installed in our environment, such as TV, video and computer and to the new innovations.

In this respect, this year's Festival includes two new competition categories - CD Rom and computer graphics. Due to its biannual character, the next edition of the Festival will be held in the emblematic year 2000. Creativity, research and experimentation, as well as imaginative applications, cultural plurality and quality continue to be the features that we value and try to promote in the electronic audiovisual production.

Reflection and analysis have been prevailing in most of the contents of this pioneering initiative in the Canary Islands. On this occasion, its main theme is the distribution, the channels and other elements required by the audiovisual media.

Gonzalo Angulo González

Councillor for Culture and Sports  
Cabildo de Gran Canaria

La creación videográfica sigue mostrándose a las puertas del venidero siglo, como una de las manifestaciones más inquietantes del panorama cultural contemporáneo. El Festival Internacional de Video de Canarias, además de articularse como una expresión vital de la videocreación de última generación internacional, siempre ha pretendido en los distintos programas de sus sucesivas ediciones, acercar al gran público la creciente presencia de los productos audiovisuales en el contexto de las nuevas realidades culturales y educativas.

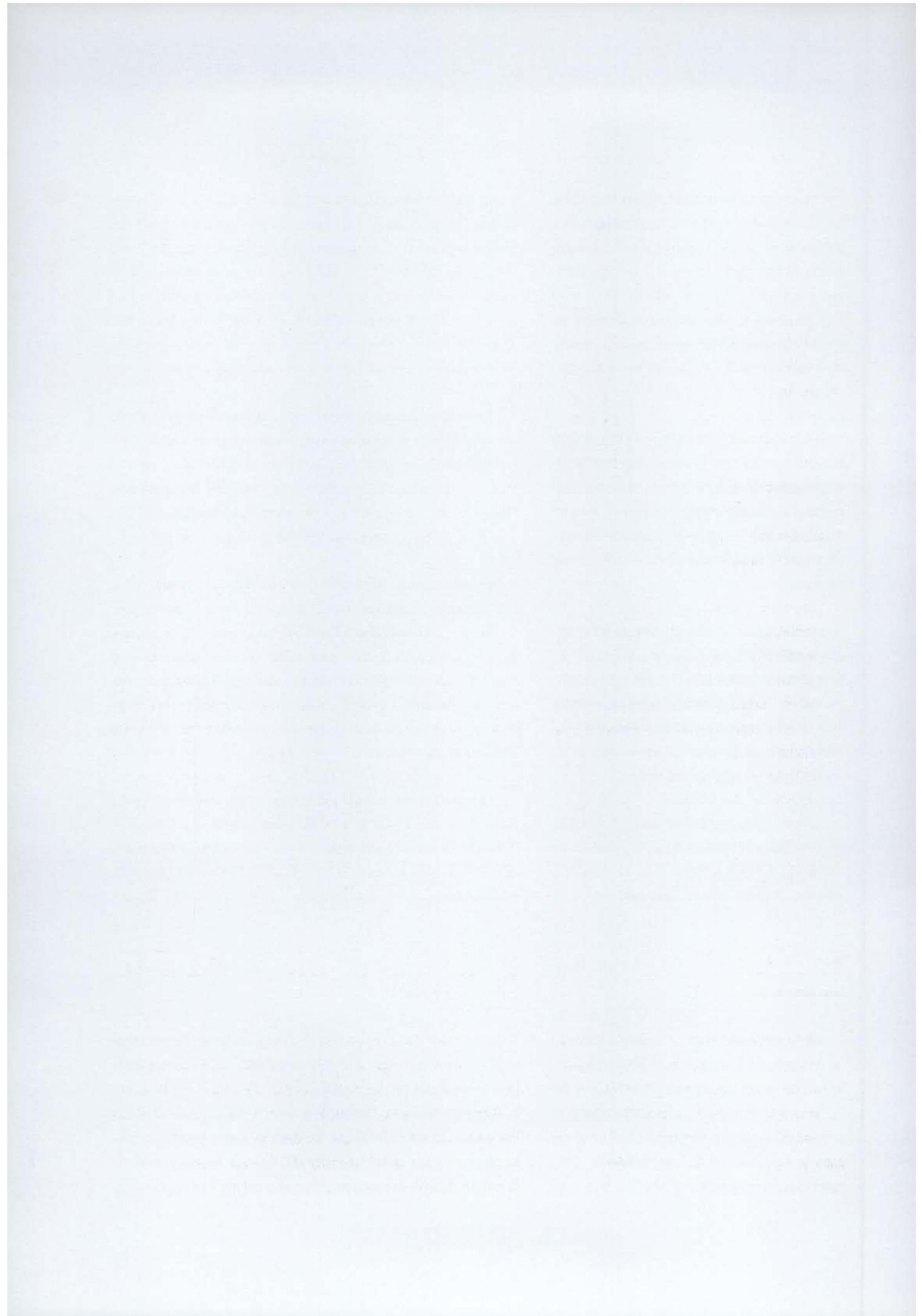
El constante desarrollo tecnológico provoca nuevos usos y aplicaciones de las posibilidades audiovisuales, la interacción, las redes internacionales de información, los libros electrónicos, la realidad virtual y otros desarrollos multimedia se incorporan a nuestra cotidianidad, a través de los soportes ya instalados como la TV, el vídeo y el ordenador, así como mediante innovadores usos.

En este contexto se inscribe la incorporación novedosa de las nuevas categorías a concurso -CD Rom e Infografía- contempladas en las bases del citado Festival, que celebrará curiosamente, dado su carácter bianual, la próxima edición en la emblemática fecha del año 2000. Creatividad, investigación y experimentación, aplicaciones imaginativas, pluralidad cultural y calidad siguen siendo las características que tratamos de premiar y difundir en la producción audiovisual electrónica.

La reflexión y el análisis también han venido presidiendo buena parte de los contenidos de esta iniciativa, pionera en el ámbito de Canarias. En esta ocasión el Festival tiene como temática principal la distribución, los canales y exigencias que plantean los medios audiovisuales.

Gonzalo Angulo González

Consejero de Cultura y Deportes  
del Cabildo de Gran Canaria



## The Digital Revolution: new distribution opportunities

Emili Prado<sup>1</sup>

The Director of the International Video Festival of the Canary Islands

In the presentation text of the last edition of the festival, we emphasised the extraordinary changes that the eruption of technological developments permits us to forecast in the communication panorama. Some of the changes we anticipated are today a reality in some parts of the globe and they introduce new challenges and opportunities. In the present edition, and in the light of the technological convergence and the digital revolution currently underway, we have made the interest of the Festival focus on Distribution, which is without doubt one of the fields where we are going to see of the fields in which we are going to see relevant changes and new opportunities for the audiovisual sector.

One of the main problems European audiovisual producers, and particularly independent producers, come up against is the difficulty that distributing their products in international markets poses. Distribution circuits facilitate the circulation of North American products in the European markets, but they are not adapted to the circulation within Europe, nor do they provide an easy return channel to the US. A survey of fiction programming on European TV channels illustrates perfectly the deficiencies of and departures within the audiovisual distribution circuits in Europe.

### ORIGIN OF FOREIGN FICTION PROGRAMMED IN EUROPE

	Germany	Spain	France	Italy	UK
Europe	25	17	27	17	17
USA	71	70	71	71	77
Others	4	13	2	12	6

Source: Euromonitor (1997)

The dominant position of one sole market is enlightening, and the scarcity of European products circulating in the principal European markets is even more significant. As far as the narrowness of the return channels of distribution to the US is concerned and according to the research carried out by the author in the University of California, Berkeley in 1997, almost all commercial programming in the US is made up of

## Revolución digital: nuevas oportunidades para la distribución

Emili Prado<sup>1</sup>

Director del Festival Internacional de Vídeo de Canarias

En el texto de presentación de la pasada edición del festival enfatizábamos las extraordinarias transformaciones que se podían anticipar en el horizonte de la comunicación con la irrupción de las novedades tecnológicas. Algunas de aquellas anticipaciones son hoy una realidad en algunas latitudes y se plantean nuevos desafíos y oportunidades. En la presente edición, y a la luz de la convergencia tecnológica y la revolución digital en marcha, hemos focalizado el interés del Festival en la Distribución, sin duda uno de los campos en los que se van a producir cambios relevantes y nuevas oportunidades para el sector audiovisual.

Uno de los principales problemas con los que se tropiezan los productores audiovisuales europeos, y muy especialmente los productores independientes, es la dificultad para distribuir sus productos en los mercados internacionales. Los circuitos de distribución facilitan la circulación de los productos norteamericanos en el conjunto de los mercados europeos pero no están adaptados para la circulación intraeuropea, ni tienen un canal fácil de retorno hacia los EE.UU. La observación de la programación de ficción en los canales televisivos europeos ilustra a la perfección las deficiencias y desviaciones de los circuitos de distribución del audiovisual en Europa.

### ORIGEN DE LA FICCIÓN DE PRODUCCIÓN AJENA PROGRAMADA EN EUROPA

	Alemania	España	Francia	Italia	R. Unido
Europa	25	17	27	17	17
USA	71	70	71	71	77
Otros	4	13	2	12	6

Fuente: Euromonitor (1997)

La posición dominante de un sólo mercado resulta esclarecedora y todavía es más significativa la escasa dosis de productos europeos que circulan por los principales mercados europeos. Respecto a las estrecheces de los canales de retorno de los circuitos de distribución hacia los EE.UU. Según los datos de una investigación realizada por el autor en la University of California, Berkeley en 1997, la casi totalidad de la programación comercial norteamericana es de

producción nacional. Impulsados por las estrecheces económicas se observan algunos movimientos en los últimos años, pero apenas afectan a los países europeos y sólo se traducen en la adaptación de algunas ideas televisivas de éxito en el mercado británico. Las coproducciones y adquisiciones se realizan preferentemente con otros países de habla inglesa como Canadá, Australia y Nueva Zelanda. Sólo en la televisión pública estadounidense (PBS) tienen alguna presencia los productos europeos y aún así esta cadena se mueve en torno a un modesto 10% de productos extranjeros.

Esta es la foto fija de la circulación de los productos audiovisuales en los principales mercados internacionales y la cuestión que se plantea en la actualidad es ¿En qué medida la revolución digital y la convergencia tecnológica puede contribuir a romper este estado de cosas?

La metáfora más poderosa para describir el nuevo mundo fruto de la revolución digital y la convergencia podríamos convenir que ha sido la de *Information Superhighway* (trasladada a nuestros dominios como Autopistas de la Información), cuya popularización mundial se debe a la decidida apuesta realizada por el Presidente Clinton y el Vicepresidente Gore de los Estados Unidos, tras su elección en 1992, para convertir la creación de la *National Information Infrastructure* (NII) en uno de los ejes centrales de su política, que debía coordinar las acciones en las áreas económica, tecnológica y social. En el transcurso de la década el desarrollo de los acontecimientos mostró la necesidad de complementar la NII con la *Global Information Infrastructure* (GII), a cuya evidencia contribuyó poderosamente la explosión en el uso de Internet en los últimos años en Estados Unidos, a la que se incorporaron progresivamente Europa y el resto del mundo.

La metáfora de la *Information Superhighway* se refiere en la práctica a una red global de tecnologías de la información y la comunicación por la que pueden circular todo tipo de servicios electrónicos de matriz audio, vídeo, texto y datos, sus diferentes combinatorias o su integración como multimedia. El escenario de la *Information Superhighway* era futurible en 1992 y en alguna medida sigue siéndolo hoy. Para hacerlo realidad se requiere una importante transformación de las Infraestructuras de Telecomunicación, además de la convergencia entre industrias que está topando en la práctica con muchas dificultades. Y pese a ello el espejismo de que

national products. Financial difficulties have forced some changes in the last few years, but these hardly affect Europe and are represented only by the adaptation of some successful TV ideas from the UK market. Co-productions and purchases of material take place preferably in conjunction with other English-speaking countries such as Canada, Australia and New Zealand. European products can only be found on US state Television (PBS) and even then, European input accounts for a modest 10% of its programming.

This is the current situation as regards the circulation of audiovisual products in the main international markets and there is a question that arises in this respect. To what extend the digital revolution and the convergence of digital technologies can help to change this state of affairs?

We would probably all agree that the most powerful metaphor used to describe the new world resulting from the digital revolution and the convergence has been the *Information Superhighway*. This metaphor owes its world-wide popularity to the decision made by President Clinton and vice-president Gore of the USA, after their election in 1992, to make the creation of the *National Information Infrastructure* (NII) be one of the cornerstones of their political policy, in a bid to co-ordinate actions in the areas of finance, technology and social affairs. In the course of the decade, events have shown the need to complement the NII with the *Global Information Infrastructure* (GII). Powerful evidence of this has been seen in the explosion in the use of Internet over recent years in the US and extending progressively throughout Europe and the rest of the world.

The metaphor of the *Information Superhighway* refers, in practice, to a global network of information and communication technology which enables the circulation of all kinds of electronic services, be they audio, video, text or data, a combination of all or any of these kinds or their integration in multimedia format. The scenario of the "Information Superhighway" was futuristic in 1992 and, to a certain extent, continues to be so today. In order for it to become a reality, an important transformation in Telecommunications infrastructures is needed, as well as a convergence of industries which is, in practice, meeting with many

obstacles. Nevertheless, the illusion that this convergence actually exists has gained an extraordinary amount of ground. The reason for this perception lies in the popularity of the Internet and the advances made in compression and digitalisation techniques, which have enabled services initially planned for when the *Information Superhighway* was ready to be offered using the existing networks. But the transmission speed imposed by the limited band widths available in the old networks makes even the most sophisticated applications, which ought to be the fruit of the productive convergence, seem purely experimental.

We are faced, then, with the accelerated implantation of the most advanced infrastructures. In USA, the Clinton Administration's policy of introducing new standards in the fields of Information Technology and Communications has undeniably acted as a trigger. Broadcasters are racing to convert to the digital format within the timetable established. If DBS satellites are already able to take digital television and the broadcasters will soon be able to, the third component of the audiovisual industry, cable, has had to enter the race to ensure that its networks can carry digital transmission or be excluded from the future. In the European Union positions are less unified, but Community policy in this sector is moving in the same direction; it will, however, take longer to come to fruition.

The actions of the Clinton Administration have turned out to be decisive. First of all, it forced the industry to define a digital standard, thus effectively defining a universal standard. Transmission formats, within this digital standard, are defined by the number of lines that make up the image and by whether these lines are scanned progressively or are interlaced. The resulting images vary as follows: the more lines, the higher the definition of the image, and higher quality images are associated with progressive scanning than with the interlaced format.

The formats are classified as follows: 480-I, 720-I, 1080-I and 480-P, 720-P or 1080-P. In the first instance, 1080 lines were considered to mark the cut-off point, within digital formats, of HDTV (High Definition Television). The starting point for the development of HDTV all over the world was centered on 1080-I, since television has traditionally used the I format. So, development started on equipment in this format. More recently, the

la convergencia es un hecho cobra una extraordinaria corporeidad. La responsabilidad de esa proyección radica en la popularización de Internet y los avances en las técnicas de compresión y digitalización, que han permitido el uso de las redes ya existentes para implementar servicios inicialmente soñados para cuando estuviera disponible la *Information Superhighway*. Pero las limitaciones en los anchos de banda disponibles en las viejas redes imponen una velocidad de transmisión que confiere a las aplicaciones más sofisticadas, que deberán ser fruto de la convergencia productiva, un carácter puramente experimental.

Se trata pues de la implantación acelerada de las infraestructuras más avanzadas. En EE.UU., la plasmación normativa de la política de la Administración Clinton en el terreno de las Tecnologías de la Información y la comunicación ha operado como un desencadenante insoslayable. El establecimiento de plazos para la conversión a digital de todos los *broadcasters* les ha puesto en la carrera. Si los satélites DBS ya están capacitados para la televisión digital y los broadcasters lo estarán a plazo fijo, el tercer polo de la industria audiovisual, el cable, se ha visto obligado a entrar en la carrera de capacitar sus redes para la transmisión digital, so pena de quedar excluidos del futuro. En la UE las situaciones son más dispares pero la política comunitaria en este sector impulsa en esta misma dirección pero la eclosión de sus resultados de forma global es menos inminente.

La acción de la Administración Clinton ha resultado contundente. Primero obligó a la cooperación de la industria en la definición de un estándar digital, lo que en la práctica le convierte en un estándar universal. Los formatos de transmisión, dentro del estándar desarrollado para la televisión digital, están definidos por el número de líneas que componen la imagen y por la forma en que las líneas son presentadas en la pantalla de forma interlazada o progresiva. La lógica para el resultado es: a más líneas mejor definición de imagen e imágenes de mayor calidad para la presentación progresiva que para la interlazada.

Los guarismos identificativos de los formatos serían 480-I, 720-I, 1080-I y 480-P, 720-P o 1080-P. En principio se consideraba que las 1080 líneas marcaban la frontera de la HDTV (televisión de alta definición) dentro de los formatos digitales. El punto de partida para el desarrollo de la HDTV a nivel mundial se centraba en las 1080-I, puesto que el interlazado es la forma de presentación tradicional de la televisión. Y así se empezaron a desarrollar los equi-

pamientos en este formato. Más recientemente en el mercado americano se acepta la calidad que suministra el formato 720-P también como televisión de alta definición.

Una vez definidos los formatos la administración norteamericana implicó a los *Broadcasters* en una carrera a plazo fijo, que finaliza en mayo de 1999, para iniciar sus emisiones digitales. La decisión de la Administración estadounidense de atribuir a cada *Broadcaster* una licencia digital gratuita que tras un plazo de tránsito sustituirá a las analógicas les ha puesto ante un hecho consumado.

Con estos elementos sobre la mesa los *Broadcasters* han tenido que tomar sus decisiones que habían sido una incógnita bien custodiada y que finalmente se desveló en abril en la conferencia anual de la NAB 1998 celebrada en Las Vegas. Los grandes han hecho sus opciones pero los interrogantes son tan mayúsculos que sus ejecutivos confesaban en la NAB 98 que el transcurso de los acontecimientos puede llevarles a variarlas en el futuro. De partida se ha producido una división en las opciones tecnológicas tomadas por los cuatro grandes. ABC y Fox se han decantado por el formato 720-P mientras la CBS y la NBC lo han hecho por el 1080-I, pero naturalmente esta no era sólo una opción tecnológica y para comprender su alcance hay que tomar en consideración otros elementos.

Primero debían decidir si querían ocupar todo el canal que se les atribuye para ofrecer una programación en alta definición, o si lo querían fragmentar ofertando más canales a más baja definición, y si emplean o no algún segmento para ofrecer otros servicios digitales. Se presentaban una amplia variedad de combinaciones. Los que optasen por la oferta multicanal tienen varias posibilidades. Ofrecer la programación regular con un desfase horario, crear un canal de noticias o de deportes aprovechando los recursos ya existentes, utilizar parte del canal para la transmisión de datos, implementar alguna aplicación interactiva o cubrir nichos locales con programaciones específicas de bajo costo, utilizando los excedentes de derechos sobre deportes, películas y otros programas. Y finalmente, en la medida en que la FCC (*Federal Communications Commission*) no impone restricción alguna en el uso del canal digital adjudicado, también pueden desarrollar servicios no televisivos, como información complementaria sobre los personajes, los actores, los temas de sus programas o sobre los productos anunciados.

American market has also accepted the quality provided by the format 720-P as High Definition Television.

Once the formats had been defined, the US Administration involved Broadcasters in a race with a time limit, expiring in May 1999, to start broadcasting in the digital format. The US Administration's decision to give each Broadcaster a digital licence for free which, after a transition period, will replace the licences for analogue formats, has presented the Broadcasters with a fait accompli.

Faced with this scenario, Broadcasters have had to make a series of decisions. The outcome of their deliberations (which had been kept a closely-guarded secret) was finally unveiled in April 1998, at the annual conference of the NAB (National Association of Broadcasters) held in Las Vegas. The most important members have made their decisions, but leaving such large queries that their executives admitted at NAB 98 that the outcome of events could yet make them change their minds in the future. To start with, the technical options preferred by the four largest concerns have caused a division. ABC and Fox have opted for the 720-P format whereas CBS and NBC prefer the 1080-I. However, this decision was not based solely on technology; various other elements must be borne in mind if we are to understand its full importance.

Firstly, Broadcasters had to choose whether to use the total capacity of their allotted channel to offer programmes in high definition, or whether to break it down and offer more channels of lower definition, and also whether or not to use a segment to offer other digital services. A wide range of combinations was available. The multi-channel options offers several possibilities. They could offer their normal programmes at different times, create a news or sports channel exploiting existing resources, use part of the channel for data transmission, set up some kind of interactive application, or cover local niche markets with specific, low-cost programmes, using unused rights on sports, films and other programmes. And finally, insofar as the Federal Communications Commission (FCC) imposes no restriction whatsoever on the use of the digital channel allotted, they could also develop non-television services, such as complementary information on characters, actors, programme themes or products advertised.

There is a Hamlet-like doubt hovering over this scenario. Will HDTV be the audiovisual *killer application*? Or will it fail to attract the public in sufficient numbers to pay off the enormous level of investment needed to fund the infrastructure for digital production and diffusion, calculated by the NAB to be around 250 million dollars (nearly 40,000 million pesetas) per Network? Added to which, the starting price for digital receivers is between 2,500 and 3,000 dollars (375,000 to 450,000 pesetas).

To make matters more complicated, PC monitors, which can now be programmed to receive television signals at an almost symbolic extra cost of between 100 and 220 dollars (15,000 - 38,500 pesetas), use the progressive scan method. The computer industry has tried to convince Broadcasters of the advantages of adopting the progressive scan formats. During the course of the current year, some 10 million PCs programmed to receive digital TV are expected to be produced and Microsoft calculates that its production volume for the year 2000 will be somewhere between 20 and 40 million units. The fact is that more PC monitors are sold each year in the US than television sets, and that the number of digital TV sets in the market is not going to be significant in the immediate future. According to estimates by Paul Keegan Associates Inc., digital TV sets will number 100,000 units in 1998 and around 500,000 units by the year 2000.

On the other hand, the big drawback against opting for P formats is that there is less compatible production equipment available for them than there is for I formats. On the other hand, the computer industry emphasises the fact that filmed products (particularly films and series) are essentially progressive and it is easier to broadcast them in progressive scan format than in interlaced format. It is a well-known fact that Fiction constitutes a large part of television programming and it is even more likely to do so in HDTV. And finally, the element of PC compatibility leads naturally to data transmission and the interactive applications that form one of the prospective uses of the digital channels. Each broadcasting channel has made its decision based on a combination of these elements, and they will start their digital broadcasts at the end of this year, in November 1998, thereby anticipating the time limit of May 1999 placed on them by the Administration.

Pesando sobre el panorama una duda hamletiana ¿será la HDTV la *killer application* audiovisual? ¿O no tendrá fuerza suficiente de atracción de público, para amortizar las voluminosas inversiones requeridas para la infraestructura de producción y difusión digital, calculadas por la NAB (*National Association of Broadcasters*) en unos 250 millones de dólares (casi 40.000 millones de pesetas) por *Network*? Y más aún contando que el precio de partida de los receptores digitales se sitúa entre los 2.500 y los 3.000 dólares (unas 375.000 o 450.000 pesetas).

Para acabar de complicarlo, los monitores de PC, que ya están disponibles para recibir señales televisivas con un costo suplementario casi simbólico que oscila entre los 100 y los 220 dólares (unas 15.000 o 38.500 pesetas), utilizan el método progresivo. La industria informática ha tratado de convencer a los *Broadcasters* de las ventajas de adoptar los formatos progresivos. En el año en curso esperan producir unos 10 millones de PC listos para recibir televisión digital y según cálculos de Microsoft su volumen para el año 2000 oscilará entre los 20 y los 40 millones. El hecho consumado es que en Estados Unidos se venden más monitores de PC al año que televisores y que el número de televisores digitales en el mercado no será significativo inmediatamente. Según las previsiones de Paul Keagan Associates Inc., se espera que el parque de televisores digitales para 1998 se sitúe en 100.000 unidades y en el 2000 alcanzarán unas 500.000.

Por otro lado, el gran *handicap* para optar por los formatos P es que los equipos de producción no están disponibles en la misma medida que los I. En contrapartida la industria informática subrayaba que los productos filmados (películas y series especialmente) son progresivos en esencia y es más fácil difundirlos en progresivo que en interlazado. Como es sabido la Ficción es una parte substancial de la programación televisiva y previsiblemente lo será aún más en la HDTV. Y finalmente, la compatibilidad con la recepción en los PC abre las puertas de forma natural a la transmisión de datos y a aplicaciones interactivas que es una de las expectativas de explotación de los canales digitales. Combinando todos estos elementos cada cadena ha hecho sus apuestas e iniciarán sus ofertas digitales a finales de este año, en noviembre de 1998, adelantándose al último plazo fijado por la administración para mayo de 1999.

El cable en Estados Unidos es una industria de larga tradición, dominando el panorama de la difusión multicanal ampliamente, con una tasa de penetración en 1997 del 65%. El panorama era cómodo, involucrados en sectores de negocio para los que disponían de un *saber hacer* comprobado y con un índice de rentabilidad satisfactorio, los estímulos a la innovación eran escasos. Sólo la sacudida digital empezó a remover las tranquilas aguas del sector del cable. La primera inquietud sería surgir con el advenimiento de los DBS al terreno de la difusión multicanal. El otro brazo de la tenaza lo representan los plazos fijos de implantación de la televisión digital en la que están embarcados los *Broadcasters*.

La entrada de las compañías de telecomunicación (telefónicas) y de Internet en el escenario audiovisual terminó de promover la gran sacudida y obligó a la industria del cable a confrontar sus alternativas. Centrarse en el ámbito de la generación de contenidos y abandonar progresivamente su papel como distribuidores, dado el inmenso costo de renovación de sus infraestructuras (unos mil dólares por hogar puesto al día), o encarar decididamente su puesta al día tecnológica y jugar un papel destacado en la constitución de la NII. Esta última opción les permitiría continuar desarrollando sus tradicionales ámbitos de negocio y les involucraría en nuevos sectores como la transmisión de datos, los servicios interactivos, la telefonía y toda la panoplia de nuevos servicios relacionados con los escenarios de futuro de la *Information Superhighway*.

No sin vacilaciones, hoy podemos decir que la industria del cable apuesta por aceptar el desafío digital. Pero la *conditio sine qua non* para entrar en el nuevo mundo digital es la renovación de la planta de cable. La opción está tomada y el ritmo de implantación es variable según los cableoperadores y según los mercados que cubren. El proceso de puesta al día de sus plantas implica la sustitución de sus viejas redes por un cable híbrido fibra/coaxial de 450 MHz para los sistemas pequeños, 550 MHz para sistemas urbanos y suburbanos en mercados *secundarios* y 750 MHz para los mayores mercados urbanos y suburbanos y de alta densidad demográfica. Este mejoramiento está en curso, los principales MSO lo han completado en un 50% de promedio y al finalizar 1998 lo habrán elevado al 70% también de promedio, según estimaciones realizadas por *Detsche Morgan Grenfell & Prudential Securities*.

The US cable industry has enjoyed a long tradition of easy dominance of the multi-channel scene, with a market share of 65% in 1997. The outlook was comfortable, and the industry had scant motivation to innovate, as it was involved in business sectors for which it had proven know-how and which provided a satisfactory profit margin. Only the digital shake-up started to trouble the quiet waters of the cable sector. The first serious ripple occurred with the arrival of DBS on the multi-channel diffusion scene. This was compounded by the fixed timetable for implanting digital TV that the Broadcasters embarked on.

The entry of the telecommunications (telephone) companies and of the Internet on the audiovisual scene finally shook up the cable industry and forced it to weigh up its options. It could either concentrate on the generation of contents and progressively abandon its role as distributor, given the immense cost of infrastructure renewal (approximately a thousand dollars to bring each household up to date), or face up categorically to its technological renovation and play an important part in the constitution of the NII. This second option would allow it to continue to develop its traditional areas of business and would involve it in new sectors such as data transmission, interactive services, telephone services and the full array of new services associated with the future prospects of the Information Superhighway.

Today we can say that the cable industry has opted to accept the digital challenge, although not without hesitations. But the *conditio sine qua non* for entering into the new digital world has been the technological renovation. The decision has been made and the rate of installation is variable depending on the cable operators and according to the markets they cover. The renovation process involves replacing all the old networks with a hybrid fibre/coaxial cable of 450 MHz for the small systems, 550 MHz for urban and suburban systems in *secondary* markets and 750 MHz for the larger urban and suburban markets with high population densities. This improvement is underway, with the main MSOs showing an average completion rate of 50%, which will be up to 70% by the end of 1998, according to estimates by *Detsche Morgan Grenfell & Prudential Securities*.

This technological modernisation enables the cable industry to occupy an important position in the NII. It increases its efficiency as a distributor of television channels, by affording it greater capacity, improving image quality and allowing it to offer both digital and high definition television. At the same time, it introduces the possibility of establishing interactive services, two-way channels, high speed data transmission, rapid access to the Internet, telephone and a wide range of new services, amongst which tele-employment, domestic and residential security, tele-health and others stand out as important.

In order to gain access to these services, the user needs the Set-top box (STB), one of the main players in the convergence which so stirs up the interest of the computer companies. Those currently available, developed by companies like NextLevel-GI (DCT-1000) or Scientific-Atlanta (Explorer 2000) cost between \$400 and \$450, which, according to the cable operators, is hindering their implantation in the market. For this reason, Cable Television Laboratories, a cable industry consortium for R+D, has launched its own initiative, OpenCable. The plan is to develop an open standard for the Set-top box in order to encourage a wide range of hardware and software companies to supply component parts or to manufacture STBs. By taking this step, they hope to lower the price to around \$200 (about 30,000 pesetas), which would make it accessible to consumers, thereby enabling the cable companies to avoid having to bear the cost. They also want the STB to include the modem for cable, necessary for accessing the Internet at very high speeds, as this would be one of the most attractive aspects for the user. Bear in mind that the transmission speed of an analogue modem is 28.8 Kbps, 128Kbps with an RDSI line (Integrated Services Digital Network), 384 Kbps with an ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Loop) and 1,544 Kbps with a T-1 line. All these varieties are supplied by the telephone companies. With a cable modem, reception takes place at a speed of 10,000 Kbps and you can send at a speed which varies between 2,000 Kbps and 10,000 Kbps according to the user's needs.

Although the market share for these new services remains insignificant, the main cable operators are offering them in some of their areas, in many cases as an experiment, but will do so on a broader basis as their infrastructure is modernised.

Esta actualización tecnológica capacita a la industria del cable para ocupar un lugar destacado en la NII. Aumenta su eficacia como distribuidor de canales televisivos, incrementando su capacidad, mejorando la calidad de la imagen y permitiendo la oferta de televisión digital y de alta definición. Por otra parte, introduce la posibilidad de establecer servicios interactivos, canales de dos direcciones, transmisión de datos a alta velocidad, acceso rápido a Internet, telefonía y multitud de nuevos servicios, entre los que destacan el teletrabajo, seguridad doméstica y residencial, telesalud, etc.

Para acceder a estos servicios el usuario necesita el *Set-top box*, (STB) uno de los platos fuertes de la convergencia que concita el interés de las compañías informáticas. Los actuales, desarrollados por compañías como *NextLevel-GI* (DCT-1000) o *Scientific-Atlanta* (Explorer 2000) cuestan entre 400 y 450 dólares, lo que a juicio de los cableoperadores actúa como un freno a la penetración. Por eso *Cable Television Laboratories*, un consorcio de la industria del cable para I+D, ha lanzado su iniciativa de *OpenCable*. Se trata de desarrollar un estándar abierto para *Set-top box* que pueda animar a una amplia gama de empresas de *hardware* y *software* a suministrar componentes o fabricar STB. Con esta medida esperan situar el precio en torno a los 200 dólares (unas 30.000 pesetas) lo que les pondría al alcance de los consumidores y evitaría a las compañías de cable correr con estos costos. Quieren además que los STB lleven incorporado el modem para el cable, elemento básico para acceder a Internet a altísimas velocidades, siendo este uno de los atractivos de alto valor para el usuario. Piénsese que la velocidad de transmisión de un módem análogo se sitúa en los 28.8 Kbps, con una línea de RDSI (Red Digital de Servicios Integrados) 128 Kbps, con una ADSL (*Asymmetrical Digital Subscriber Loop*) 384 Kbps y con una linea T-1 1.544 Kbps. Todas estas modalidades suministradas por las telefónicas. Con el *modem cable* se recibe a una velocidad de 10.000 Kbps y se envía a una velocidad que puede oscilar entre los 2.000 Kbps y los 10.000 según las necesidades del usuario.

Aunque la penetración de estos nuevos servicios no alcanza una cifra relevante, los principales cableoperadores lo están ofreciendo en alguna de sus demarcaciones, en forma experimental en muchos casos, pero están en proceso de ampliación conforme sus infraestructuras están siendo actualizadas.

Por supuesto, los cableoperadores siguen considerando el video su mercado preferente y se concentran en la multiplicación de la oferta que les permiten los canales ganados con la mejora de sus infraestructuras, la oferta de televisión digital y experimentos en el campo de la televisión interactiva cuya modelación sigue siendo su mayor interrogante.

Completando la panoplia tecnológica están los DBS (Direct Broadcast Satellite) que son modernos satélites que permiten la transmisión de más de 100 canales de televisión directamente a los usuarios equipados con una antena de recepción parabólica de reducidas dimensiones (45 cm.). Este sistema de difusión multicanal se sumó a la oferta del cable en Estados Unidos en 1994 y desde entonces ha logrado una penetración creciente, pese al alto índice de penetración del cable, sin llegar a ser un enemigo definitivo para éste. Pese al crecimiento conjunto de los abonados a los 4 proveedores de contenido vía DBS, su cuota de mercado es sólo del 7% en 1997.

Naturalmente por definición estos satélites permiten la compresión digital y este ha sido un factor desencadenante de la política de actualización de las plantas de cable, pero el satélite que se había concentrado en la oferta multicanal y el PPV, responde a las iniciativas que empiezan a desarrollar sus competidores en las zonas pasadas con el cable híbrido, habilitando también servicios de transmisión de datos a alta velocidad y transmisión de determinadas aplicaciones de Internet, si bien su principal *handicap* respecto al cable en este terreno sigue siendo el nivel de interactividad. En este sentido *DIRECTV*, uno de los cuatro operadores, ha llegado a un acuerdo con Microsoft, para desarrollar un sistema de conexión con el PC, que posibilitará la implantación del servicio *DIRECTV Interactive*. Con él se podrá ver en el monitor del PC los canales de video con calidad mejorada y además transmitir contenidos seleccionados de Internet.

Mientras tanto en la UE la situación es muy desigual tanto globalmente respecto a los EE.UU, como por la diferencia entre países. Respecto a Norteamérica los DBS tienen un mayor protagonismo en la carrera digital y la implantación de la televisión digital terrena se encuentra en una fase de implantación más atrasada. El cable en el conjunto de la UE tiene mucha menor penetración que en EE.UU y su presencia es muy desigual por países, mientras alcanza cuotas importantes en algunos países del norte en los países del sur es una asignatura pendiente. Pese a ello los planes de actualización de las

Needless to say, cable operators continue to view the video market as their main market and they are concentrating their efforts on expanding this sector across the extra channels gained through improved infrastructures, digital TV and experimenting with interactive TV, whose exact model remains unresolved.

The DBS (Direct Broadcast Satellite) rounds off the wide technological array. These are modern satellites which admit the direct transmission of more than 100 TV channels to users equipped with a small (45cm) parabolic aerial. This system of multi-channel diffusion joined the range of cable products in the US in 1994 and since then has attained a growing market share, without ever posing a particular threat to cable. Despite the joint growth in subscribers to the four suppliers of DBS, its market share was only 7% in 1997.

By definition, of course, these satellites admit digital compression and this has been one of the factors which has triggered the policy of modernisation for cable systems. However, the satellite service, which had concentrated its efforts on offering multi-channels and PPV (Pay Per View), has evolved in answer to its competitors' initiatives in the regions in which the hybrid cable has been laid, as it also allows high-speed data transmission services and the transmission of certain Internet applications. However, its main drawback compared to cable in this sense continues to be the level of interactivity. For this reason, *DIRECTV*, one of the four operators, has reached an agreement with Microsoft to develop a system to connect with PCs, which will enable the implantation of *DIRECTV Interactive* services. With this set-up, the highest quality video channels can be viewed on the PC monitor, and selected contents of Internet can also be transmitted.

Meanwhile, the situation in the EU is very different, both at an overall level compared with the USA, and also at an individual country-by-country level. By comparison with the USA, the DBS play a larger part in the digital race and the implantation of terrestrial digital TV is not nearly so advanced. Taking the EU as a whole, cable has a much lower market share than in the US, and it is very unevenly distributed among the different countries, reaching important levels in some of the Northern countries while

remaining insignificant in the South. Despite this, there are plans to modernise communication infrastructures in the short term, thereby ensuring the imminent arrival of the digital revolution.

The modernisation of different distribution infrastructures, improvement of satellites, renovation or complete implantation of cable operators' equipment with the installation of hybrid fibre/coaxial cable, the setting up of a new terrestrial network of digital TV and the modernisation of the telephone companies systems are bringing the US and European NII closer every day, and are helping to advance the ultimate creation of the *Information Superhighway*.

Against this backdrop, new opportunities are emerging for audiovisual producers, concentrating only in this sector. The first derives from the spectacular growth in channels which require a number of programme hours not currently available in the market, thereby offering new circulation opportunities for the products generated by the European audiovisual industry and independent producers, as long as the quality is competitive, the product is backed by sufficient marketing investment and the distribution circuits are properly channelled.

Secondly, the advent of the GII will open up new opportunities for direct distribution, making use of the connectivity of the network which, once the current restrictions of band width have been overcome, will enable the videoographic image to circulate with competitive quality, something which is not possible on the Internet. This situation will enable the creation of strategies of direct circulation on newly formed channels, or the adventure of a global offer of direct access from any point on the planet with a modern telecommunications infrastructure. Thus, the metaphor of the Great Universal Virtual Warehouse which we used in the presentation of the last edition of the Festival will come true. Once again, in order to put these opportunities into effect, the European audiovisual industry needs to follow a strategy of arming itself with the creative competence which will allow it to offer competitive products.

infraestructuras de comunicación se marcan un horizonte a corto plazo haciendo del escenario digital una realidad inmediata.

La puesta al día de las diferentes infraestructuras de distribución, satélites con mayores prestaciones, renovación o implantación total de las plantas de los cableoperadores con el cable híbrido fibra/coaxial, implementación de una nueva red terrestre de televisión digital y actualización de las plantas de las compañías telefónicas, pone más cerca cada día las NII de los Estados Unidos y en Europa y aproxima la corporeización final de la metáfora de la *Information Superhighway*.

En este escenario emergen nuevas oportunidades para los productores audiovisuales por centrarnos sólo en este sector. La primera se deriva del espectacular crecimiento de canales que reclaman un número de horas de programación que no se hallan disponibles en el mercado ofreciendo nuevas oportunidades de circulación para los productos generados por la industria audiovisual europea y los productores independientes a condición de que se realicen con una calidad competitiva, realicen una inversión en el marketing del producto, y potencien la canalización en los circuitos de distribución.

En segundo lugar la plasmación práctica de la GII abre nuevas oportunidades para la distribución directa aprovechando la conectividad de la red, que una vez superadas las limitaciones actuales de los anchos de banda permiten la circulación de la imagen videográfica con calidad competitiva, lo que estaba fuera del alcance de las prestaciones de Internet. Esta situación permite articular estrategias de circulación directa en canales de nuevo cuño, o la aventura de una oferta global de acceso directo desde cualquier lugar del planeta que disponga de una moderna infraestructura de telecomunicación, haciendo realidad la metáfora del Gran Almacén Universal Virtual, que utilizábamos en nuestra presentación de la edición anterior del Festival. Una vez más para hacer efectivas estas oportunidades la industria audiovisual europea debe seguir una estrategia de dotarse de la competencia creativa que le permita ofrecer productos competitivos.

### <sup>1</sup> Emili Prado

Director del Festival Internacional de Vídeo de Canarias, es Catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona y Research Associate en la University of California, Berkeley. Dirige Euromonitor(Observatorio europeo de la Televisión) y el Máster en Comunicación Interactiva, Telecomunicaciones y Multimedia. Es el Presidente del Premio Möbius Barcelona Multimedia.

#### Fuentes:

Los datos utilizados en este artículo Proceden de Euromonitor (Observatorio Europeo de la Televisión dirigido por el autor en la UAB) de elaboración propia a partir de fuentes de la Industria audiovisual, informática y de telecomunicaciones, de la Administración (FCC) y de empresas de investigación como las relacionadas a continuación:

- Atlanta-based RelevantKnowledge Inc
- Cablevision Database
- Chilton Research Services
- Computer Intelligence
- Detsche Morgan Grenfell & Prudential Securities
- IntelliQuest Information Group, Inc
- National Association of Broadcasters
- Paul Keagan Associates Inc.
- The Strategis Group

### <sup>1</sup> Emili Prado

The Director of the International Video Festival of the Canary Islands, is Professor of Audiovisual Communication at the Universidad Autónoma de Barcelona and Research Associate at the University of California, Berkeley. He runs Euromonitor (European Television Observatory) and the Master course in Interactive Communication, Telecommunications and Multimedia. He is the President of the Möbius Barcelona Multimedia Prize.

#### Sources:

The information used in this article is found in Euromonitor (European Television Observatory run by the author in the Universidad Autónoma de Barcelona), and derives from sources in the audiovisual, computer and telecommunications industries, from the (US) Administration (FCC) and from research companies such as the following:

- Atlanta-based Relevant Knowledge Inc
- Cablevision Database
- Chilton Research Services
- Computer Intelligence
- Detsche Morgan Grenfall & Prudential Securities
- Intelliquest Information Group, Inc
- National Association of Broadcasters
- Paul Keagan Associates Inc
- The Strategis Group

## The Spectator's role

The artistic and/or social applications of audiovisual media continue to develop, reaching new heights in all aspects of conception and production, but the real revolution is taking place in the realm of the spectator, in the variety of ways in which we enjoy and interact with the audiovisual world in our daily lives, in that Utopian yet ever more present attitude concept: the spectator-author.

Video and computers are two parts of the same planet, and among the inhabitants of that planet, besides many other beings, are the computer-connected and the computer-unconnected, who are not the computer-illiterate, but the direct descendants of the proletariat (workers who lack the optimum means of connection while their children *console* themselves with their Nintendo and Sega video games). The audiovisual world constitutes essential information and is present in a high proportion of most people leisure activity. The analysts come up with a multitude of different ways of expressing the old adage of *the powerful own the media and information means power*. And, although it goes against the current fashionable thought, respite from this situation is afforded by the spaces provided by the largely public sector institutions of a more or less democratic nature, based on the initiative and conviction of the creators. From the point of view of works of art and communication, they constitute the setting in which iconographic tradition and stylistic tendencies can be contextualised, and in which pieces of work can be viewed in an environment of knowledge and understanding conducive to their full appreciation.

Festivals such as ours continue to play the role of examining that which has already been made, of giving due recognition to authors and showing the evolution of their work, trying to reach the widest possible audience and making available to that audience a creative universe which necessarily is not based on conventionalism. This means that the organiser's task is to attract the public and ensure that the material featured is accessible. He must resist the temptation posed by sectarian and cryptic projects which may be fascinating for experts and initiates, but will be of debatable interest for the wider audience. This exposure to a wide audience strengthens concept and position of the spectator-author. This attitude goes against the current tendencies at a time when the collective wisdom

## El papel del espectador

19

Las aplicaciones artísticas y sociales de los medios audiovisuales siguen evolucionando y logrando posibilidades nuevas en todos los aspectos de la concepción y producción de la obra, pero la verdadera revolución está en el espectador, en la vida cotidiana y en el variado disfrute e interacción con el audiovisual que mantenemos, en esa actitud utópica y cada vez más real que es la de *espectaautor* como opción.

El vídeo y la informática forman un mismo planeta, y entre sus habitantes, además de otra gran cantidad de seres, se encuentran los *infoconectados* y los *infodesconectados* que no son los *infoanalfabetos*, sino los herederos directos del proletariado (trabajadores que carecen de medios óptimos de conexión mientras sus hijos se *consolan* con *nintendos* y *segas* para videojuegos). El audiovisual es la información esencial y cubre la mayor parte del ocio de la mayoría. Los analistas encuentran distintos términos, simples y compuestos, para el viejo fenómeno de *quien posee el poder posee los medios y el que posee la información posee el poder*. Y, aunque parece no estar de moda, los espacios y huecos que suavizan esta situación los ofrecen los accesos y apoyos institucionales, mayoritariamente públicos, más o menos democráticos y abiertos. La base para ello es la iniciativa y la convicción de los creadores. Desde el punto de vista de la obra artística y la comunicación son los espacios donde se puede contextualizar la tradición iconográfica y las tendencias estilísticas, donde se pueden ver los trabajos con el debido conocimiento de su entorno para apreciarlos.

A los festivales como el nuestro le sigue tocando el papel de verificar lo realizado, de reconocer a los autores y señalar la evolución de su trabajo, de tratar de llegar al mayor número de personas posibles y poner a su disposición un universo creativo que, necesariamente, no parte de lo convencional. Esto supone por parte del programador atraer y facilitar el acceso del público y abandonar las tentaciones de proyectos sectarios y crípticos, posiblemente muy rigurosos para especialistas e iniciados, pero tediosos y discutibles en cuanto a su proyección social. Esta proyección potencia la posición y sugerencia de *espectaautor* como opción, una actitud a contracorriente precisamente cuando desde el estamento televisivo (y lo que es

más grave desde el político, obligado como está a generar confianza e ilusiones) se consagra la conclusión que en campos como el de la televisión, especialmente en el ámbito local y regional, ya todo está hecho y cualquier camino alternativo de comunicación conduce al punto de partida, encubriendo en realidad la hipocresía de haber aceptado un modelo (habitualmente deficitario económica y socialmente) especialmente útil para la manipulación desde el poder donde la batalla esencial se da en el control de los informativos. En este marco la discusión deja de estar en qué o porqué y cómo mejorar el modelo comunicativo, en estructura y contenidos, y permanece en de quién depende y en qué régimen jurídico-comercial se plasma el modelo tradicional. Esto se traduce en el abuso del espectador, el voto a la innovación y a la utilización de la televisión como servicio público, y la imposibilidad de acceso de las obras no estandarizadas a la difusión masiva, realidades que la abundancia y pluralidad de canales digitales parecía haber eliminado ¿siempre nos quedará internet?

Al videocreador, como a otros autores, se le plantea en ocasiones un deseo, algo esquizofrénico, entre llegar al público y ser fiel a su propio trabajo, o lo que es peor insistir en crear canales de visionado y distribución que el público (terco como es) insiste en ignorar. En la actualidad existen foros en nuestro país donde se puede discutir este y otros interesantes temas, pero sintomáticamente algunos articulistas y críticos de las manifestaciones audiovisuales siguen ignorando o considerando la videocreación, (sin apreciar su especificidad y el trabajo, internacionalmente reconocido, de varios autores españoles) como el medio ideal para adolescentes con problemas expresivos, desdeñando la calidad de las obras de autores que han demostrado estar en la vanguardia artística. Festivales como el nuestro, con todos sus errores y sin vocación explícita para ello, son auténticos oasis para estas creaciones artísticas; e igualmente ocurre con la producción educativa, otra de las categorías a concurso.

Desde el punto de vista industrial el hecho de que cada vez importe menos desde dónde se produzca y más cómo se venda y detecten los mercados y clientes a quienes podemos llegar, parece favorecer la producción audiovisual de la periferia pero se contrapone con la necesidad de centros fuertes de produc-

of television (and, more worryingly, of politics, dedicated as it must be to generating confidence and preserving hopes and illusions) decrees that in areas such as state television, especially in the regional and local sectors, there is nothing new left to discover, and that any new approach to communication leads back to the same old starting point. In fact, this attitude conceals the hypocrisy of having accepted a model (usually deficient from a financial and/or social viewpoint) which is particularly useful for the manipulation from a position of strength when the basic battle is fought in the area of control of news programmes. Given this framework, the debate no longer centres on what or why, and how to improve the format of communication, in structure and content, but revolves around who the traditional format belongs to and what sort of legal-commercial framework it fits into. This attitude results in spectator-abuse, a veto on innovation and the use of television as a public service and the impossibility of broadcasting to mass audiences pieces of work that do not fit the standard moulds, which is something that the abundance and plurality of digital channels seem to have eliminated. Will we always be left with the Internet?

The videocreator, like other authors, is occasionally torn in a somewhat schizophrenic way between reaching an audience and remaining faithful to his work, or, what is worse, he may insist on creating viewing and distribution channels that the public (obstinate as it is) insists on ignoring. There are currently forums in Spain where this and other interesting subjects can be debated, but some columnists and reviewers of audiovisual expression continue symptomatically to ignore videocreation. Or alternatively, they consider it ideally suited to those teenagers who find it difficult to express themselves, failing to appreciate its specific applications and the internationally recognised work of several Spanish authors. These columnists and reviewers thus scorn the quality of the work of authors who have proved to be, in some cases at an enviably early age, at the cutting edge of art. It is not surprising that this should occur, particularly among some politicians, as the movie industry celebrates its venerable centenary. Festivals like ours constitute a veritable oasis for these artistic creations, even although that may not be their prime purpose, and despite all their shortcomings; the same thing happens in the educational field, which is one of the other competition categories.

From the point of view of the industry, the fact that it matters is less and less where production occurs and more and more how

sales can be effected and potential markets and clients identified would seem to favour audiovisual production in outlying areas, but this is offset by the need for strong production centres and the concentration of companies to compete with the American enemy. In this context, the goals of connecting the various agents that work in the Islands and encouraging permanent training also constitute a good excuse for setting up a seminar on a vital subject for any industry, and also for independent authors: distribution. The association of companies and authors, the creation of a local market in conjunction with the companies dedicated to teledifusion, both now and in the future, and coherent and constant support from the State appear to be the requisites needed to strengthen our production capacity and plan its end-user applications from the outset.

Among the samples that we can see in this year's Festival is a selection from the Brazilian Festival do Minuto, which is a competition of guaranteed synthesis and expressive strength, as these are necessary components of any work submitted to the competition. We would like to thank Marcelo Masagao, its director, for his cooperation with our Festival. We will also be able to see and navigate on *Current Media Art*, a selection of German authors of the nineties encompassing videocreation, CD-ROM and art on the net, which starts its journey through our country here in our Festival, thanks to the intervention of Karin Shlensger. Also included is a selection from *Art Futura*, a Spanish festival specialised in infography and futuristic montages, which enjoys an ever increasing international reputation. These three proposals/suggestions reflect pieces of work of indisputable quality and, at the same time, different tendencies as regards the technology used, style and language within the realm of world video. We hope that they will also attract and satisfy the differing interests and concerns of authors and spectators alike, or at least waken their curiosity.

We have tried, once again, to create an open, attractive space, a meeting point conducive to exchange, debate and criticism, as these are essential elements which will form the basis of future editions. The Festival aims to evolve in tune with the surrounding environment while not losing sight of the agile rhythm of the creators and the innovations, in all fields, of the electronic image.

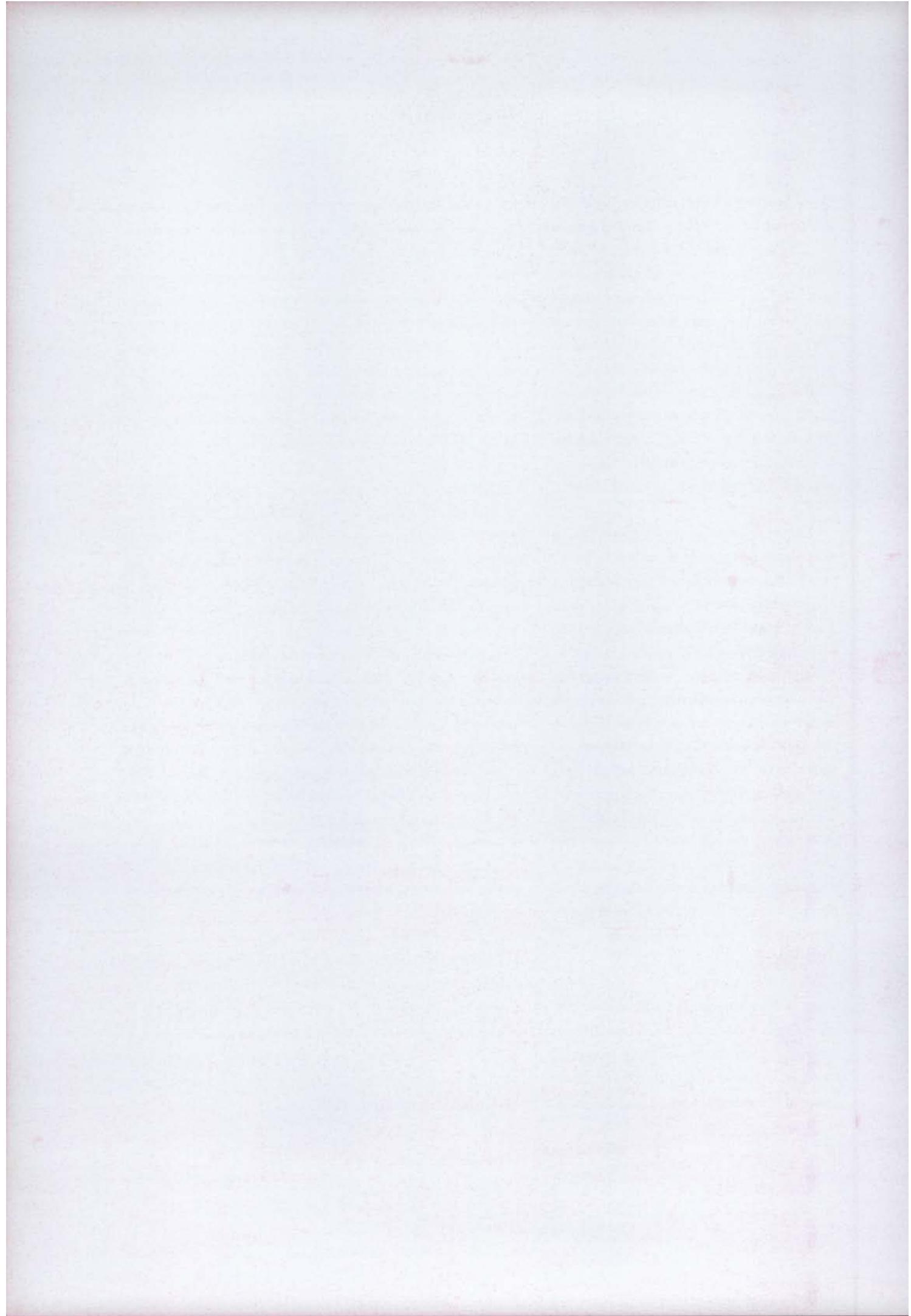
Sergio Morales Quintero  
Co-ordinator

ción y concentración de empresas para competir con el *amigo americano*. En este sentido conectar a los distintos agentes que actúan en nuestras Islas y alentar la formación permanente, son buenas excusas para desarrollar un seminario sobre un tema vital para cualquier industria y también para los autores independientes, la distribución. La asociación de las empresas y autores, la creación de un mercado local respecto a las próximas y actuales empresas teledifusoras, la coherencia y consistencia que debiera presidir los apoyos públicos parecen condiciones necesarias para fortalecer nuestra capacidad de producción y planificar, en lo posible, su finalidad.

Entre las muestras que podremos conocer en el Festival de este año se encuentra una selección del *Festival do Minuto* de Brasil, un certamen donde la síntesis y el vigor expresivo están garantizados puesto que todas las obras deben atenerse a esa duración, agradecemos a Marcelo Masagao, su director, la colaboración con nuestro certamen. También podremos ver y navegar por *Current Media Art* una selección de autores alemanes de los noventa, donde se incluye video-creación, CD-ROM y arte en la red, que inicia en el Festival su periplo nacional gracias a la mediación de Karin Ohlensläger. Podremos apreciar también una selección de *Art Futura*, festival español especializado en infografía y montajes futuristas, cada vez con mayor proyección internacional. Estas tres propuestas reflejan trabajos de indiscutible calidad y a la vez tendencias diferentes, en cuanto a las tecnologías empleadas, estilo y lenguaje, dentro del video mundial. Esperamos que logren también atraer y satisfacer las distintas inquietudes de los autores y espectadores, o al menos que despierten su curiosidad.

De nuevo hemos intentado hacer un espacio abierto y atractivo, un punto de encuentro que provoque el intercambio, la discusión y la crítica, con ellas se tienen que diseñar las bases y futuras ediciones del Festival cuyo objetivo debiera ser evolucionar, sin dejar de reflexionar sobre nuestro propio entorno, pero atentos a no perder el ritmo ágil de los creadores y de las innovaciones de la imagen electrónica.

Sergio Morales Quintero  
Coordinador del Festival



# SECCIÓN A CONCURSO

FILM COMPETITION

**COMITÉ DE SELECCIÓN / SELECTION COMMITTEE**

Degree in Information Sciences and Audiovisual Images from Madrid's Universidad Complutense. Master in Computer-Assisted Design from the Mathematics Department of the University of Oviedo. Production Co-ordinator for videos and multimedia projects, she has also worked on a number of projects as director and script-writer.

Licenciada en Ciencias de la Información, Imagen Visual y Auditiva por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Diseño Asistido por Ordenador por el Departamento de Matemáticas de la Universidad de Oviedo. Coordinadora de Producción de videos y multimedias, además ha realizado diversos trabajos como realizadora y guionista.

### Regina Gebauer Hernández

Degree in Art History. Dissertation *El video-arte: una nueva forma de expresión artística*. She has collaborated with specialised publications and catalogues as well as giving conferences on subjects associated with videocreación. She has studied two courses of *the audiovisual image* at the Plymouth Arts Centre, and taken part in the London Video Access, both of these in England.

Licenciada en Historia del Arte. Ha realizado la tesis *El video-arte: una nueva forma de expresión artística*. Ha colaborado en revistas especializadas, catálogos, así como impartido conferencias sobre temas de videocreación. Ha cursado dos niveles de *la imagen audiovisual* en el Plymouth Arts Centre, y colaborado en el London Video Access, ambos en Inglaterra.

### Nuria González Gili

Degree in Information Sciences from Madrid's Universidad Complutense. Master in journalism from the University of Las Palmas de Gran Canaria. Professor of Technology of Image and Sound at the Instituto de Enseñanza Secundaria Politécnico of Las Palmas. Scriptwriter and director of shorts, she has also taken part in the direction and production of various TV programmes and debates.

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en periodismo por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Profesora de Tecnología de Imagen y Sonido del Instituto de Enseñanza Secundaria Politécnico de Las Palmas. Guionista y directora de cortometrajes, también ha colaborado en la dirección y producción de diversos programas de debates en televisión.

### Saro Domínguez

Contacto/Contact:

c/ Laracha, 9 -bajo-  
15010 A CORUÑA-ESPAÑA/GALICIA  
Tlf.: 981 278 259 • Fax: 981 278 259  
E-Mail: publicaciones@as-pg.com

Contacto / Contact:

Pz. Bandes de Música, 4-10<sup>a</sup>  
46013 VALENCIA-ESPAÑA  
COMUNIDAD VALENCIANA  
Tlf.: 963 730 530 móvil: 907 456 272  
Fax: 963 730 530  
E-Mail: info@prevol3d.com

**ARTE BARROCA (ARTE BARROCO)**

ESPAÑA/GALICIA, 1998

**Autor:** ÁLVAREZ GONZÁLEZ, Eduardo

**Formato:** CD-Rom

**Productor:**

Asociación Socio-Pedagógica Galega

*Recorrido por el Arte Barroco gallego y el Arte Barroco Universal a través de 600 imágenes, infografías, video, audio y juegos pedagógicos.*

**ARTE BARROCA (BAROQUE ART)**

SPAIN/GALICIA, 1998

**Author:** ÁLVAREZ GONZÁLEZ, Eduardo

**Format:** CD-Rom

**Production:**

Asociación Socio-Pedagógica Galega

*A journey through Baroque Art in Galicia and the World using 600 images, examples of infography, video, audio and educational games.*

**CDULL EN CDROM**

ESPAÑA/COMUN. VALENCIANA, 1998

**Autor:** PREVOL 3D, S.L.

**Formato:** CD-Rom

**Productor desarrollo multimedia:**

Prevol 3D, S.L.

**Editor y distribuidor:** Televisión

Autonómica Valenciana, S.A. (TVV)

*Desarrollo de una edición multimedia para visualización en ordenadores PC compatibles y MACINTOSH, integrando la navegación y la estructura creadas con el diseño y la imagen creada, que proporcione soporte multimedia a la Promoción, Divulgación y Consulta de una selección de los contenidos que conforman los 50 primeros programas del espacio cultural de TVV.*

**CDULL EN CDROM**

SPAIN/VALENCIA, 1998

**Author:** PREVOL 3D, S.L.

**Format:** CD-Rom

**Multimedia development production:**

Prevol 3D, S.L.

**Editor and distribution:** Televisión

Autonómica Valenciana, S.A. (TVV)

*A multimedia publication aimed to promote, distribute and facilitate access to the contents of the first 50 programmes featuring cultural issues which can be viewed on PC compatible and MACINTOSH computers. Elements of navigation, the creation of structures, design and image creation are all included.*

### CURIOSER & CURIouser

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1997

**Author:** ROMAY, Juan

**Format:** CD-Rom

**Producer and script-writer:** Juan Romay

**Editor:** Mega Mega

**Distribution:** Near, S.A.

*"Curiosidades de Nuestro Mundo" is a set of 26 CD-Roms combining the latest scientific anecdotes with the ultimate in Multimedia technology. In each CD-Rom, a druid shows us video images on different subject matters taken from the latest scientific discoveries; we are then presented with a challenge to see if we can solve it. Each CD-Rom can be viewed in Spanish or in English, as required.*

### CURIOSIDADES DE NUESTRO MUNDO

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1997

**Autor:** ROMAY, Juan

**Formato:** CD-Rom

**Productor y Guión:** Juan Romay

**Edición:** Mega Mega

**Distribución:** Near, S.A.

*«Curiosidades de Nuestro Mundo» es una serie de 26 CD-Roms que combina las anécdotas científicas más recientes con la tecnología más vanguardista dentro de la Multimedia. En cada CD-Rom, un druida nos mostrará imágenes en video con diferentes temas dentro de la ciencia más actual, después de que nos presente un reto y seamos capaces de resolverlo. Cada CD-Rom se puede ver en castellano o en inglés, según se desee.*



### DISCOVERING FRANCISCO ALCÁZAR

SPAIN/CANARY ISLANDS

**Author:** BAUTISTA VIZCAINO, Fernando

**Format:** CD-Rom

**Producer, cameraman, actor and editor:**

Francisco Bautista Vizcaino

**Literary script:** Lothar Siemens

**Sound track:** Francisco Alcázar

*The life and work of the guitarist, teacher and composer Francisco Alcázar.*

### DESCUBRIENDO A

FRANCISCO ALCÁZAR

ESPAÑA/CANARIAS, 1997

**Autor:** BAUTISTA VIZCAINO, Fernando

**Formato:** CD-Rom

**Productor, cámara, intérprete y edición:**

Francisco Bautista Vizcaino

**Guión literario:** Lothar Siemens

**Banda sonora:** Francisco Alcázar

*Vida y obra del guitarrista, pedagógo y compositor Francisco Alcázar.*



### Contacto / contact:

c/Diego Betancor Suárez, 14-7ºD

35012 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

ESPAÑA/CANARIAS

Tlf: 928 410 893 • Fax: 928 410 893

E-Mail: fbautis@idecnet.com



Contacto / contact:  
c/ Tomás Morales, 46-3º dcha.  
35003 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
ESPAÑA/CANARIAS  
Tlf.: 928 384 008 / 383 566  
Fax: 928 383 566  
E-Mail: dactilar@idecnet.com

**EL TURISTA VIRTUAL: GUÍA  
MULTIMEDIA DEL TURISMO EN  
LAS ISLAS CANARIAS ORIENTALES**

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:** LÓPEZ AGUILAR, Javier

**Formato:** CD-Rom

**Productor y distribución:**

Cámara Oficial de Comercio, Industria  
y Navegación de L.P.

**Guion:** Dactilar Media

**Edición digital:** Carlos López Aguilar

*Guía Multimedia del Turismo en Gran  
Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, que  
muestra a través de video, fotos, sonidos,  
infografías, diseños y 2 Bases de Datos, la  
oferta turística de las Islas.*

**THE VIRTUAL TOURIST:  
MULTIMEDIA GUIDE FOR TOURISTS  
OF THE EASTERN CANARY ISLANDS**

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:** LÓPEZ AGUILAR, Javier

**Format:** CD-Rom

**Producer and distribution:**

Cámara Oficial de Comercio, Industria  
y Navegación de L.P.

**Script:** Dactilar Media

**Digital editor:** Carlos López Aguilar

*Multimedia Guide for Tourism in Gran Canaria, Lan-  
zarote and Fuerteventura, which shows the principal  
points of interest in the islands using video, photos,  
sounds, infographic, designs and two databases.*

**LA CELESTINA**  
ESPAÑA/MADRID, 1997  
**Autor:** NAVARES LÓPEZ, Manuel  
**Formato:** CD-Rom  
**Productor:** Tau, S.A.

**Intérpretes:** Grupo Teatro Guirigai

*La Tragicomedia narra la historia de un  
amor apasionado; Calisto se enamora de  
Melibea, quien lo rechaza; aconsejado por  
uno de sus criados, Calisto recurre a la  
ayuda de Celestina, la vieja alcahueta y  
casamentera.*

**LA CELESTINA**  
SPAIN/MADRID, 1997  
**Author:** NAVARES LÓPEZ, Manuel  
**Format:** CD-Rom  
**Producer:** Tau, S.A.

**Interpreted by:** Guirigai Theatre Group

*This tragicomedy tells a passionate love story;  
Calisto falls in love with Melibea, who rejects him;  
following the advice of one of his servants, Calisto  
enlists the help of Celestina, an old go-between  
and match-maker.*



Contacto / contact:  
Serrano, 175  
28002 MADRID-ESPAÑA  
Tlf.: 915 634 650 • Fax: 915 634 770  
E-Mail: tau@rau.es

#### MEDIEN KUNST ACTION (MEDIA ART ACTION)

GERMANY, 1997

**Author:** FRIELING, Rudolf / DANIELS, Dieter

**Format:** CD-Rom

**Project management:**

Rudolf Frieling (ZKM),  
Norbert Spitz (Goethe-Institut)

**Concept:** Dieter Daniels, Rudolf Frieling,  
Sybille Weber, Christian Ziegler

**Editor:** Sybille Weber

**Graphic design and programming:**

Christian Ziegler

**Distribution:** Verlag Springer WienNew York

*A book and CD-Rom on the origins and history of media art. For the first time, the history of media art is documented in its whole variety on a multimedia base. Compiled by Rudolf Frieling, head of the Video Collection at the ZKM, and Dieter Daniels, professor at the University of Fine Arts in Leipzig, a complex volume of information has been created on CD-Rom.*

#### MEDIEN KUNST ACTION

ALEMANIA, 1997

**Autor:** FRIELING, Rudolf / DANIELS, Dieter

**Formato:** CD-Rom

**Directores del proyecto:** Rudolf Frieling (ZKM), Norbert Spitz (Goethe-Institut)

**Idea:** Dieter Daniels, Rudolf Frieling, Sybille Weber, Christian Ziegler

**Edición:** Sybille Weber

**Diseño gráfico y programación:**

Christian Ziegler

**Distribución:** Verlag Springer WienNew York

*Libro y CD-Rom sobre los orígenes y la historia del arte media. Por primera vez, se ha documentado la historia del arte media, en toda su variedad y sobre una base multimedia. Con la recopilación llevada a cabo por Rudolf Frieling, responsable del departamento de Colección de Video del ZKM, y por Dieter Daniels, catedrático de la Universidad de Bellas Artes de Leipzig, se ha elaborado un complejo volumen de información en CD-Rom.*

#### Contacto / contact:

ZKM / Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe. Lorenzstr. 19  
76135 KARLDTUHR-ALEMANIA

Tlf: 49-721-8100-1703

Fax: 49-721-8100-1709

E-Mail: frieling@rlem.de

#### SEAC (VOL. 1)

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1997

**Author:**

RODRÍGUEZ BORNAETXEA, Arturo

**Format:** CD-Rom

**Production:** MIDE (Museo Internacional de Electrografía de Cuenca),  
Anual América Producción y SEAC.

**Masterization:** Jesús Gestoso

**Script, direction and production:**

SEAC (Juan Mtnez. de Ularduya, Fito Rodríguez, Natxo Rodríguez, Pepo Salazar)

*In Volume 1, the Collective aims to show its work (sections 1-4), as well as a piece of work specifically prepared for this medium ("Situaciones Nurse"). The last section lists the people who collaborated on Vol. 2.*

#### SEAC (VOL. 1)

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1997

**Autor:**

RODRÍGUEZ BORNAETXEA, Arturo

**Formato:** CD-Rom

**Productor:** MIDE (Museo Internacional de Electrografía de Cuenca),  
Anual América Producción y SEAC.

**Masterización:** Jesús Gestoso

**Guión, dirección y realización:** SEAC  
(Juan Mtnez. de Ularduya, Fito Rodríguez, Natxo Rodríguez, Pepo Salazar)

*El Volumen 1 es un proyecto de SEAC en el que se intenta mostrar una visión del trabajo del colectivo (mediante los apartados 1 y 4), así como una obra específica para este soporte («Situaciones Nurse») además de un último apartado en el que se retrata a los colaboradores del vol. 2.*



#### Contacto / contact:

Herrería, 35 B-3º izda.

01001 VITORIA-GASTEIZ

ESPAÑA/PAÍS VASCO

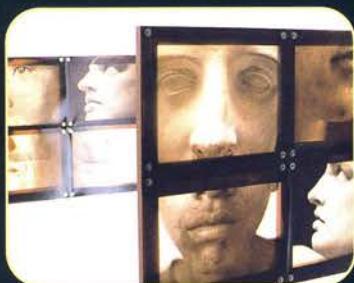
Tlf: 945 282 264 • Fax: 945 223 790

E-Mail: arturo@jet.es

VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS  
 VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

Contacto / contact:

Ramón Puelma, 2444  
 6840066 ÑUÑOA. SANTIAGO-CHILE  
 Tlf: 562-274-6206 • Fax: 562-225-1975  
 E-Mail: rffilms@netup. ch



Contacto / contact:

Fernando El Católico, 40-6º B  
 28015 MADRID-ESPAÑA  
 Tlf: 915 436 301 • Fax: 915 932 937

AMÉRICA

ÚNICA

CHILE, 1998

**Autor:** FERNÁNDEZ CARBÓ, Rodrigo

**Formato:** U-MATIC HB NTSC

**Duración:** 06'00"

**Productor:** RF Films/TV Chile

**Guion y cámara:** Rodrigo Fernández

**Banda sonora:** Pablo Würth

**Edición:** Jorge Miethke, Mauricio Avilés

**Distribución:** TV Chile Internacional

**Microprogramas seleccionados:**

*Fortalezas españolas de Valdivia, Chile*

*Flora y Fauna de Costa Rica*

*Comunidades Garifunas de Honduras*

OUTSTANDING ASPECTS OF CENTRAL  
 AND SOUTH AMERICA

CHILE, 1998

**Author:** FERNÁNDEZ CARBÓ, Rodrigo

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 06'00"

**Production:** RF Films/TV Chile

**Script and camera:** Rodrigo Fernández

**Sound track:** Pablo Würth

**Editor:** Jorge Miethke, Mauricio Avilés

**Distribution:** TV Chile Internacional

**Selected microprogrammes:**

*Spanish Forts in Valdivia, Chile*

*The Flora and Fauna of Costa Rica*

*The Garifuna Communities of Honduras*

CONFLUENCIAS. LA HABANA

VIEJA, HÁBITOS DEL ARTE

LATINOAMERICANO

ESPAÑA/MADRID, 1998

**Autor:** GARCÍA ELEGIDO, Pilar

**Formato:** 35 mm.

**Duración:** 33'00"

**Productora:** Pilar Elegido

**Guión:** Ana Rubio, Fernando C.

**Banda sonora:** Carlos Bueno

**Cámara:** Rafael García

**Edición:** Rafael Gonzalo

**Distribución:**

Didac Aparicio-Tecnicamente Dolce

*El paseo de un artista de ficción por la ciudad de La Habana (Cuba). Sirve para trazar una reflexión sobre el arte contemporáneo latinoamericano y para conocer la obra y opiniones de 15 artistas de la región.*

CONFLUENCES. OLD HAVANA,

LATINAMERICAN ART

CUSTOMS)

SPAIN/MADRID, 1998

**Author:** GARCÍA ELEGIDO, Pilar

**Format:** 35mm

**Length:** 33'00"

**Production:** Pilar Elegido

**Script:** Ana Rubio, Fernando C.

**Sound track:** Carlos Bueno

**Cameraman:** Rafael García

**Editor:** Rafael Gonzalo

**Distribution:**

Didac Aparicio-Tecnicamente Dolce

*A fictional character's stroll round the city of La Habana (Cuba) serves as a reflection on Latin American contemporary art and an introduction to the work and opinions of 15 local artists.*

### THE BLOODY BULL

UK, 1998

**Author:** JUNOY, Enric

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 08'00"

**Production, script and editor:** Enric Junoy

**Sound track:** Valenti Juanola

**Cameraman:** Jim Edwards

"El Toro Sangriento" is a documentary based on a visual exploration of how sex, religion and the mind all form an essential part of the festival.

### EL TORO SANGRIENTO

REINO UNIDO, 1998

**Autor:** JUNOY, Enric

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 08'00"

**Productor, guión y editor:** Enric Junoy

**Banda sonora:** Valenti Juanola

**Cámara:** Jim Edwards

"El toro sangriento" es un documental basado en una exploración visual de como el sexo, la religión y la mente forman parte fundamental de la fiesta.



### THE LAST SIGH

SPAIN/ CATALUÑA, 1997

**Author:** ÁLVAREZ GARCÍA, Julián

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 12'00"

**Production, script and distribution:**

Julián Álvarez

**Sound track:** Jep Nuix

**Cameraman:** J. Álvarez, J.M. Jordana

**Editor:** J.M. Jordana

Holy Week in Calanda. Homage to Luis Buñuel. Adapted from some fragments of his book "Mi último suspiro" ("My last sigh"), in which he mentions the drums of Calanda. Third part of the trilogy "As de Bastos. Tijeras en Cruz".

### EL ÚLTIMO SUSPIRO

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1997

**Autor:** ÁLVAREZ GARCÍA, Julián

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 12'00"

**Productor, guión y distribución:**

Julián Álvarez

**Banda sonora:** Jep Nuix

**Cámaras:** J. Álvarez, J.M. Jordana

**Edición:** J.M. Jordana

Semana Santa de Calanda. Homenaje a Luis Buñuel. A partir de algunos fragmentos de su libro «Mi último suspiro», en el que hace mención a los tambores de Calanda. Tercera parte de la trilogía «As de Bastos. Tijeras en Cruz».

Contacto / contact:

27 Adisham House,

Pembury Road-E5 8LH

LONDRES-REINO UNIDO

Tlf.: 181-525-06-86

Contacto / contact:

Tamarit 167. 2do-2da

8015 BARCELONA

ESPAÑA/ CATALUÑA

Tlf.: 934 232 737 / 934 108 599

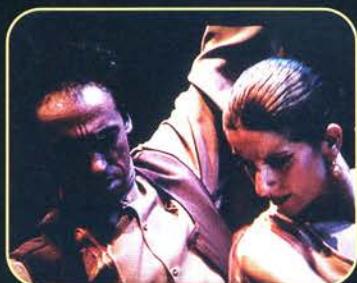
E-Mail: julian@idep.es

DOCUMENTAL

# DOCUMENTAL

32

SECCIÓN A CONCURSO • DOCUMENTAL



Contacto / contact:  
c/ Federico García Lorca, 4-1º A  
28220 Majadahonda  
MADRID-ESPAÑA  
Tlf.: 916 341 267



Contacto / contact:  
R. Madalena, 266-05434-010  
Sao Paulo-BRASIL  
Tlf.: 55-11-867-8533  
Fax: 55-11-867-8533  
E-Mail: sdm.prod@intervista.com.br

Érase una vez.  
IBÉRICA DE DANZA  
ESPAÑA/MADRID, 1997  
**Autor:** LAPUENTE RON, Carlos  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 20'00"  
Productor, guión, cámara y distribución:  
Carlos Lapuente  
**Edición:** Nacho Camardiel  
**Intérpretes:** La Compañía Ibérica de Danza  
*Visión actual de la coreografía y los bailarines de una compañía de clásico español.*

ONCE UPON A TIME.  
THE IBÉRICA DE DANZA COMPANY  
SPAIN/MADRID, 1997  
**Author:** LAPUENTE RON, Carlos  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 20'00"  
**Production, script, cameraman and distribution:** Carlos Lapuente  
**Editor:** Nacho Camardiel  
**Interpreted by:** La Compañía Ibérica de Danza  
*Up-to-date presentation of the choreography and dancers of a classic Spanish company.*

GENTE DO PARAÍSO -  
PRESERVANDO A  
SOCIO-DIVERSIDADE  
BRASIL, 1997  
**Autor:** JORDAN, Michael Lutley  
**Formato:** BETACAM NTSC  
**Duración:** 25'00"  
Productor y guión: Elizeu Ewald  
Banda sonora: Chico Sá  
Cámara: Robinson Vieira  
**Edición:** Márcio Berenstein  
**Distribución:** SDM  
*Las iniciativas en pro de la conservación de la naturaleza pueden respetar a los pobladores locales, incorporándolos en la gestión de las Unidades de Conservación. Así la biodiversidad será parte de sus estrategias sociales y del desarrollo de las economías regionales.*

PEOPLE FROM PARADISE -  
PRESERVING THE DIVERSITY  
OF SOCIETIES  
BRAZIL, 1997  
**Author:** JORDAN, Michael Lutley  
**Format:** BETACAM NTSC  
**Length:** 25'00"  
**Production and script:** Elizeu Ewald  
**Sound track:** Chico Sá  
**Cameraman:** Robinson Vieira  
**Editor:** Márcio Berenstein  
**Distribution:** SDM  
*Initiatives to help nature conservation can respect local communities, including them in Conservation Units. Thus, biodiversity will form part of their social strategies and of the development of local economies.*

### KING OF LES ÉCRÉHOUS

UK, 1997

**Author:** WILSON, Saskia

**Format:** 16mm

**Length:** 25'00

**Production:** Keith Potter

**Sound track:**

Schubert, Rossini, Raggle Toggle, Gypsies

**Cameraman:** Jon Wilson

**Editor:** Lawrence Baxter

**Distribution:** Saskia Wilson

*Accused of being the "Beast of Jersey", a terrifying child-abductor, Alphonse le Gastelois fled to a tiny reef islet to prove his innocence. He remained alone there for 14 years—but did not miss company—Alphonse (now 83) tells his story.*

### KING OF LES ÉCRÉHOUS

(REY DE LOS ÉCRÉHOUS)

REINO UNIDO, 1997

**Autor:** WILSON, Saskia

**Formato:** 16 mm.

**Duración:** 25'00"

**Productor:** Keith Potter

**Banda sonora:**

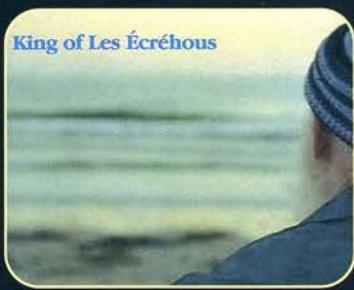
Schubert, Rossini, Raggle Toggle, Gypsies

**Cámara:** Jon Wilson

**Editor:** Lawrence Baxter

**Distribución:** Saskia Wilson

*Acusado de ser «La Bestia de Jersey», un terrible secuestrador de niños, Alphonse le Gastelois se refugia en un diminuto islote del arrecife para demostrar su inocencia. Allí permanece en soledad durante 14 años, pero sin echar de menos el estar acompañado. Alphonse relata ahora su historia (a los 83 años).*



Contacto / contact:

99A Shirebrook Rd.-589RF

SHEFFIELD-REINO UNIDO

Tlf.: 44-114-258-08-32

Fax: 44-114-279-65-22

### THE HANDS OF GOD

EIRE, 1997

**Author:** DOYLE, Ronan

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 22'00"

**Productions:** David Crann, Ronan Doyle,

Emily Hourican

**Script:** Ronan Doyle

**Sound track:** Rob Rowland, Co-Ex, Hubris,

Danny Figgis

**Cameraman:** Ronan Doyle, David Crann

**Editor:** Ronan, Muirise

**Interpreted by:** Peter Crann and Friends

**Distribution:**

Emily Hourican, David Crann

*A documentary about Peter Crann, an Irish painter of catholic iconography who spent 2 years painting and partying in the South of Spain.*

### LAS MANOS DE DIOS

IRLANDA, 1997

**Autor:** DOYLE, Ronan

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 22'0"

**Productores:** David Crann, Ronan Doyle,

Emily Hourican

**Guión:** Ronan Doyle

**Banda sonora:** Rob Rowland, Co-Ex,

Hubris, Danny Figgis

**Cámera:** Ronan Doyle, David Crann

**Edición:** Ronan, Muirise

**Intérpretes:** Peter Crann and Friends

**Distribución:**

Emily Hourican, David Crann

*Documental sobre Peter Crann, un pintor de origen irlandés dedicado a la iconografía católica, que pasó dos años pintando y yendo de fiesta en el sur de España.*

Contacto / contact:

«Sacré Coeur» Pakenham Road.-

Monkstown, Co. DUBLIN-IRLANDA

Tlf.: 87- 275-06-80 1- 667-08-77

DOCUMENTAL

# DOCUMENTAL

34

SECCIÓN A CONCURSO • DOCUMENTAL



## Contacto / contact:

c/ San Juan, 6-2º- Alsásua  
ESPAÑA/NAVARRA  
Tlf.: 948 467 183 / 948 222 234



## Contacto / contact:

Cannabichstrabe 11-81543  
MÜNCHEN-ALEMANIA  
Tlf.: 89/65-44-06  
Fax: 89/651-98-92

## LOCOS

ESPAÑA/NAVARRA, 1997  
**Autor:** MAZKIAN, Yolanda  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 15'00"  
**Productor, guión y distribución:**  
Yolanda Mazkiaran  
**Edición:** Yolanda Mazkiaran y Denis Bainbridge  
**Intérpretes:** Leopoldo M<sup>a</sup> Panero, Juan Ramón Miontegui, Manolo Cabeza Bolo  
*La locura no existe. Existe una superstición social llamada psiquiatría y gente que necesita ayuda y equivocadamente acude a la psiquiatría. Los locos no son seres endemoniados sino que son seres humanos con una percepción muy aguda de la realidad.*

## MADMEN

SPAIN/NAVARRA, 1997  
**Author:** MAZKIAN, Yolanda  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 15'00"

**Production, script and distribution:**  
Yolanda Mazkiaran

**Editor:** Yolanda Mazkiaran and Denis Bainbridge

**Interpreted by:** Leopoldo M<sup>a</sup> Panero, Juan Ramón Miontegui, Manolo Cabeza Bolo  
*Madness doesn't exist, only a social superstition called psychiatry and people who need help who mistakenly go to a psychiatrist. Madmen are not creatures possessed by the devil but human beings with a very sharp perception of reality.*

## METAMORPHOSEN

ALEMANIA, 1997  
**Autor:** RIEDELSHEIMER, Thomas  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 93'00"  
**Productor:** Reidelsheimer Film  
**Guión, cámara, editor y distribución:**  
T. Reidelsheimer  
*Este documental trata nuestra visión de la Muerte. En sus noventa y tres minutos de duración, se representa a tres personas, cada una con su particular encuentro con la muerte.*

## METAMORPHOSEN

GERMANY, 1997  
**Author:** RIEDELSHEIMER, Thomas  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 93'00"  
**Production:** Reidelsheimer Film  
**Script, cameraman, editor and distribution:**  
T. Reidelsheimer  
*The documentary "Metamorphoses" deals with our approach to Death. Three people are portrayed in this 93 min. film; each of them had a very special encounter with Death.*

### MY LIFE IS A SOAP OPERA

GERMANY, 1997

**Author:** DOG FILM

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 34'00"

**Production:** Dogfilm for ZDF/Arte

**Script, cameraman, editor and distribution:**

Dogfilm

**Interpreted by:**

Carola Möbius, Melodie Somers, Ewa

*Three women are being portrayed whose lives are determined by the phenomenon of Soap Opera in totally different ways. Each of these women lives in her own personal universe where sometimes reality bumps into their serial parallel world and contours start to blur.*

### MI VIDA ES UNA TELENOWELA

ALEMANIA, 1997

**Autor:** DOG FILM

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 34'00"

**Productor:** Dogfilm for ZDF/Arte

**Guión, cámara, edición y distribución:**

Dogfilm

**Intérpretes:**

Carola Möbius, Melodie Somers, Ewa

*Retrato de tres mujeres cuyas vidas están determinadas por el fenómeno del culebrón televisivo, de maneras totalmente distintas. Cada una vive en su universo particular donde, a veces, la realidad choca con el mundo paralelo de sus series, y las fronteras empiezan a desdibujarse.*

**Contacto / contact:**

Rungestr. 20-10179

BERLIN-ALEMANIA

Tlf.: 49-30-275-900-80

Fax: 49-30-275-900-80

E-Mail: dogfilm@ben.de

### NASA TUL

SPAIN/ARAGÓN, 1997

**Author:** BOSQUE RIBA, Jesús

**Format:** U-MATIC LB

**Length:** 24'00"

**Production:**

Consejo Regional Indígena del Cauca

**Script:** Alicia Chocná

**Sound track:** Chicna y Guarapo

**Camerman, editor and distribution:**

Jesús Bosque

**Interpreted by:**

Agustina Chocná, Santos Peña, Tránsito Peña

*The cultivation of the small orchards surrounding the houses in Nasa village, Colombia, are very important, and not only for providing the main source of food. Each agricultural task is marked by different rituals. Legends and popular beliefs are associated with the agricultural products.*

### NASA TUL

ESPAÑA/ARAGÓN, 1997

**Autor:** BOSQUE RIBA, Jesús

**Formato:** U-MATIC LB

**Duración:** 24'00"

**Productor:**

Consejo Regional Indígena del Cauca

**Guion:** Alicia Chocná

**Banda sonora:** Chicna y Guarapo

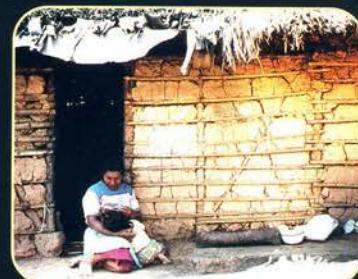
**Cámara, edición y distribución:**

Jesús Bosque

**Intérpretes:** Agustina Chocná,

Santos Peña, Tránsito Peña

*Los pequeños huertos que rodean las casas del pueblo Nasa, en Colombia, tienen una gran importancia en su cultivo y no sólo por ser la principal fuente de alimentos. Diversos rituales marcan cada una de las labores agrícolas. Leyendas y creencias populares tienen relación con los productos agrícolas.*



**Contacto / contact:**

c/ Parque, 42-3º dcha.

Huesca-ESPAÑA/ARAGÓN

Tlf.: 974/24-40-96

E-Mail: jbosquer@nexo.es

DOCUMENTAL

# DOCUMENTAL

36

SECCIÓN A CONCURSO • DOCUMENTAL



## SAMARITANOS.

### LOS GUARDIANES DE LA LEY

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1997

**Autor:** BONEU VÁZQUEZ, Antonio

**Formato:** BETACAM PAL

**Duración:** 26'26"

**Productor:** OF.Television S.L.

**Guión:** Eugenio Casanovas

**Banda sonora:** Juan Ramón Quin

**Cámara:** Jesús Fernández Vázquez

**Edición:** Ramón Torralba

*Actualidad de una de las tribus perdidas en Israel: «Los Samaritanos».*

## THE SAMARITANS.

### CUSTODIANS OF THE LAW

SPAIN/ CATALONIA, 1997

**Author:** BONEU VÁZQUEZ, Antonio

**Format:** BETACAM PAL

**Length:** 26'26"

**Production:** OF.Television S.L.

**Script:** Eugenio Casanovas

**Sound track:** Juan Ramón Quin

**Cameraman:** Jesús Fernández Vázquez

**Editor:** Ramón Torralba

*Latest information on one of the lost tribes of Israel: "The Samaritans".*

## Contacto / contact:

c/ Humbert Torres, 18

25008 LLEIDA-ESPAÑA/ CATALUÑA

Tlf.: 973 222 197 • Fax: 973 222 379

E-Mail: of.tu@sut.es



## TENERIFE 1797

### «LA VICTORIA SOBRE NELSON»

ESPAÑA/ CANARIAS, 1997

**Autor:** RÍOS MARRERO, Roberto

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 23'00"

**Productor:** Producciones Roberto Ríos

**Guión:** Agustín Guimerá, Roberto Ríos

**Banda sonora:** Marcos Castilla

**Cámara:** Roberto Ríos, Santiago Torres

**Distribución:** Roberto Ríos

*Documental sobre la gesta del 25 de julio de 1797 transcurrida en Santa Cruz de Tenerife, que culminó con la derrota del contralmirante Nelson y su escuadra en la bahía de Santa Cruz de Tenerife.*

## TENERIFE 1797

### “NELSON'S DEFEAT”

SPAIN/ CANARY ISLANDS, 1997

**Author:** RÍOS MARRERO, Roberto

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 23'00"

**Production:** Producciones Roberto Ríos

**Script:** Agustín Guimerá, Roberto Ríos

**Sound track:** Marcos Castilla

**Cameraman:** Roberto Ríos, Santiago Torres

**Distribution:** Roberto Ríos

*Documentary on the defeat of Rear Admiral Nelson and his fleet in the bay of Santa Cruz, Tenerife, on 25th July, 1797.*

## Contacto / contact:

c/ Méndez Núñez, 27-3º izda.

38001 SANTA CRUZ DE TENERIFE

ESPAÑA/ CANARIAS

Tlf.: 922 281 786 • Fax: 922 293 852

**UN DRAPEAU, POUR QUOI FAIRE?**

(WHY MAKE A FLAG?)

FRANCE, 1998

**Author:** CABOUAT, Patrick

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 13'00"

**Production:** Ex Nihilo (Blanche Guichou)

**Script:** Axel Clevonot, Patrick Cabout

**Sound track:** Jean-Noël Iven

**Infography production:** Victoria Poynder

**Special effects editor:** Christophe Courgeaud

**Distribution:** Doc & Co

*Animated documentary on the origin and birth of European flags.*

**UN DRAPEAU, POUR QUOI FAIRE?**

FRANCIA, 1998

**Autor:** CABOUAT, Patrick

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 13'00"

**Productor:** Ex Nihilo (Blanche Guichou)

**Guión:** Axel Clevonot, Patrick Cabout

**Banda sonora:** Jean-Noël Iven

**Realización infografía:** Victoria Poynder

**Edición efectos especiales:**

Christophe Courgeaud

**Distribución:** Doc & Co.

*Documental de animación sobre el origen y el nacimiento de las banderas europeas.*

Contacto / contact:

EX NIHIL. 52, rue Jean-Pierre Timbaud

75011 PARÍS-FRANCIA

Tlf: 153-36-32-00

Fax: 1-43-57-65-84

DOCUMENTAL

# EDUCATIVO

38

SECCIÓN A CONCURSO • EDUCATIVO

## VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

### Contacto / contact:

Fátima, 1405-5.701 Juana Koslay  
SAN LUIS-ARGENTINA  
Tlf.: 54/652-595-37  
Fax: 54/652-313-01  
E-Mail: lpelzer@unsl.edu.ar



### Contacto / contact:

c/ Alonso Pesquera, 3  
47002 VALLADOLID  
ESPAÑA/CASTILLA-LEÓN  
Tlf.: 983 211 700 • Fax: 983 211 700  
E-Mail: fenicia.video@ctv.es

### ANIMALES DE LABORATORIO

ARGENTINA, 1998

#### Autor:

PELZER, Lilian/ ROTELLI, Alejandra

Formato: BETACAM NTSC

Duración: 20'00"

#### Productor, guión en intérprete:

Lilian Pelzer

Cámara y edición: Silva Jorge

*La producción tiene como objetivo entregar a los interesados en la investigación biomédica aspectos básicos del modo de vida, ciclo reproductor y principalmente la administración de fármacos por distintas vías en diferentes animales. Se ha elegido rata y ratón por ser los más utilizados en experimentos, además al conejo y hamster como representativos de otras especies.*

### LABORATORY ANIMALS

ARGENTINA, 1998

**Author:** PELZER, Lilian/

ROTELLI, Alejandra

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 20'00"

**Production, script and interpretation:**

Lilian Pelzer

**Camerman and editor:** Silva Jorge

*This production aims to inform those interested in biomedical research about the effects on the way of life and reproductive cycle of various animals and, particularly, the administration of drugs to them in different forms. Rats and mice have been chosen, as they are the most often used in experiments, as well as rabbits and hamsters to represent other species.*

### APLICACIONES DEL LASER.

MÓDULO RESTAURACIÓN

ESPAÑA/CASTILLA-LEÓN, 1997

**Autor:** RODRÍGUEZ ARNANZ, Manuel

Formato: BETACAM SP

Duración: 21'00"

#### Productor:

Fenicia Creaciones Videográficas

Guion: Luis Leal y Begoña Pérez

Banda sonora: Eduardo Tarronte

Edición: Manuel Rodríguez Arnanz

Distribución: Fco. José Álvarez Salicio, Manuel

Rodríguez Arnanz

*Introducción histórica a la luz. El laser. Tipos. Aplicaciones en la conservación y restauración del patrimonio histórico-artístico.*

### APPLICATIONS FOR THE LASER

IN THE FIELD OF RESTORATION

SPAIN/CASTILLA-LEÓN, 1997

**Author:** RODRÍGUEZ ARNANZ, Manuel

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 21'00"

**Production:** Fenicia Creaciones Videográficas

**Script:** Luis Leal and Begoña Pérez

**Sound track:** Eduardo Tarronte

**Editor:** Manuel Rodríguez Arnanz

**Distribution:** Fco. José Álvarez Salicio, Manuel Rodríguez Arnanz

*Historical introduction to light. The laser. Types. Applications in the field of conservation and restoration of historical and artistic heritage.*

**EXPRESSIONISM**

SPAIN/GALICIA, 1997

**Author:** ASOCIACIÓN

SOCIO-PEDAGÓXICA GALEGA

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 21'00"

**Production:** AS-PG

**Script:** X.A. García González

**Cameraman:** Alberto Otero

**Editor:** Manuel Calderilla

**Distribution:** Asociación

Socio-Pedagógica Galega

*Historical context. The group El Puente (The Bridge).*

*Portrait and Print. The group El Jinete Azul (The Blue Horseman). Kandinsky. The New Objectivity.*

**EXPRESIONISMO**

ESPAÑA/GALICIA, 1997

**Autor:** ASOCIACIÓN

SOCIO-PEDAGÓXICA GALEGA

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 21'00"

**Productor:** AS-PG

**Guión:** X.A. García González

**Cámara:** Alberto Otero

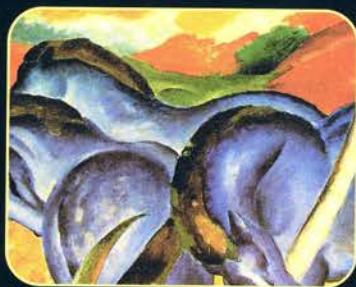
**Edición:** Manuel Calderilla

**Distribución:** Asociación

Socio-Pedagógica Galega

*Contexto histórico. El grupo El Puente. El retrato y el grabado. El grupo El Jinete Azul.*

*Kandinsky. La Nueva Objetividad.*



**Contacto / contact:**

c/ Laracha, 9-bajo

15010 A Coruña-ESPAÑA/GALICIA

Tlf.: 981 278 259 • Fax: 981 278 259

E-Mail: publicacions@as-pg.com

**CANARY WRESTLING:**

**TECHNIQUE AND EXPERTISE**

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:**

PESTANO RODRÍGUEZ, José Manuel

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 28'00"

**Production:** Consejería de Educación

**Script:** J. Martín

**Sound track:** Taburiente y Rogelio B.

*This tape shows the technical requirements needed to start in Canary Wrestling and eight basic moves.*

**LA LUCHA CANARIA:**

**TÉCNICA Y MAÑAS**

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:**

PESTANO RODRÍGUEZ, José Manuel

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 28'00"

**Productor:** Consejería de Educación

**Guión:** J. Martín

**Banda sonora:** Taburiente y Rogelio B.

*Esta cinta recoge los aspectos técnicos precisos para iniciarse en el deporte de la lucha canaria y ocho mañas básicas.*



**Contacto / contact:**

c/ Morales Clavijo, 66

38350 Tacoronte

SANTA CRUZ DE TENERIFE

ESPAÑA/CANARIAS

Tlf.: 922 563 052 • Fax: 922 25 3 240

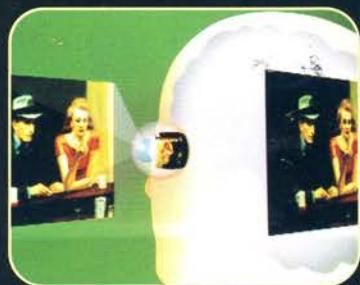
E-Mail: jmprr@correo.rcanaria.es

EDUCATIVO

# EDUCATIVO

40

SECCIÓN A CONCURSO • EDUCATIVO



## Contacto / contact:

UNED, Dpto. Video. CEMAV  
28040 Ciudad Universitaria  
MADRID-ESPAÑA  
Tlf.: 91 3 986 052 • Fax: 913 987 986  
E-Mail: bgomez@pas.uned.es

VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS  
VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

## PERCEPCIÓN VISUAL.

### FENÓMENOS ILUSORIOS

ESPAÑA/MADRID, 1997

**Autor:** GÓMEZ GARCÍA, Bernardo

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 23'00"

**Productor:** CEMAV-UNED

**Guion:** Soledad Ballesteros

**Banda sonora:** Javier Mora

**Cámera:** Fernando García, Chiqui Palma

**Edición:** Daniel Palacios, José I. Pedroviejo

**Distribución:** UNED. Sección de Medios Audiovisuales

*A través de la visión percibimos el mundo que nos rodea con precisión y sin apenas esfuerzo, pero, a veces, nuestros ojos nos engañan. El video muestra cómo en la percepción visual interaccionan la estimulación física del medio con las expectativas y conocimientos previos del perceptor.*

## VISUAL PERCEPTION.

### ILLUSORY PHENOMENA

SPAIN/MADRID, 1997

**Author:** GÓMEZ GARCÍA, Bernardo

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 23'00"

**Production:** CEMAV-UNED

**Script:** Soledad Ballesteros

**Sound track:** Javier Mora

**Cameraman:** Fernando García, Chiqui Palma

**Editor:** Daniel Palacios, José I. Pedroviejo

**Distribution:** UNED. Audiovisuals Section

*Thanks to our sense of vision, we perceive the world surrounding us precisely and almost effortlessly, but, sometimes, our eyes deceive us. This video shows how the physical stimulation of the environment interacts with the expectations and prior knowledge of the perceiver.*

BZZZ

SPAIN/ CATALUNIA, 1997

**Author:** BRICHES, Xavier/ ESCAC

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 03'00"

**Production:** ESCAC

**Sound track:** Pol-Art Digital Sound

**Distribution:** Xavir Brichs

*Two flies try to eat a large cake.*

BZZZ

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1997

**Autor:** BRICHES, Xavier/ ESCAC

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 03'00"

**Productor:** ESCAC

**Banda sonora:** Pol-Art Digital Sound

**Distribución:** Xavier Brichs

*Dos moscas intentan comerse un gran pastel.*



HELL: A TOPOGRAPHICAL STUDY

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1997

**Author:** GONZÁLEZ MAURICIO, Manuel

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 06'00"

**Production:** Pixel, S.L.

**Script and editor:**

Manuel González Mauricio

**Sound track:** Raul Capote, Toxi Bros

**Cameraman:** Sebastián Alvarez

**Interpreted by:** Esteban Berenguer

**Distribution:** Pixel, S.L.

*Reconstruction of the topography of Hell based on the literary descriptions of Dante and the pictorial interpretation of Dore, Boticelli and others.*

EL INFIERNO.

ESTUDIO TOPOGRÁFICO

ESPAÑA/ CANARIAS, 1997

**Autor:** GONZÁLEZ MAURICIO, Manuel

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 06'00"

**Productor:** Pixel, S.L.

**Guion y edición:**

Manuel González Mauricio

**Banda sonora:** Raul Capote, Toxi Bros

**Cámara:** Sebastián Álvarez

**Intérprete:** Esteban Berenguer

**Distribución:** Pixel, S.L.

*Reconstrucción de la topografía del infierno basada en las descripciones literarias de Dante y las interpretaciones pictóricas de Dore, Boticelli y otros.*

Contacto / contact:

c/ Inmaculada, 35

08017 BARCELONA

ESPAÑA/ CATALUÑA

Tlf.: 932 121 562 • Fax: 934 172 601

E-Mail: xbrichs@escac.es



Contacto / contact:

Av. Menceyes. Pasaje 5º, N° 5

38205 La Laguna (Tenerife)

ESPAÑA/ CANARIAS

Tlf.: 922 253 257 • Fax: 922 253 970

E-Mail: manolo@ull.es

INFOGRAFÍA

# INFOGRAFÍA

42

SECCIÓN A CONCURSO • INFOGRAFÍA



## EN EL FONDO

ESPAÑA/CANARIAS, 1998  
**Autor:** GARCIA, Fernando  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 03'45"  
**Productor:** F. García,  
Tembleque Producciones  
**Banda sonora:** F. García  
**Distribución:** Tembleque Producciones  
*Memoria.*

## DEEP DOWN

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998  
**Author:** GARCÍA, Fernando  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 03'45"  
**Production:** F. García,  
Tembleque Producciones  
**Sound track:** F. García  
**Distribution:** Tembleque Producciones  
*A personal memory.*

Contacto / contact:  
León y Castillo, 61-5º A  
35003 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
ESPAÑA/CANARIAS  
Tlf.: 928 372 290 • Fax: 928 390 097  
E-Mail: tembleque@siscom.es



## THE ALLIANCE (LA ALIANZA)

ESPAÑA/CANARIAS, 1997  
**Autor:** ALONSO OCAÑA, Luis  
**Formato:** BETACAM PAL  
**Duración:** 04'0"  
**Productor:** Virtual Graphics  
**Guión:** Luis Ocaña  
**Banda sonora:** Paco Dicenta  
**Edición:** Concetta Rizza  
**Distribución:** Luis Alonso Ocaña  
*Una visión metafórica del Templo de Salomon.*

## THE ALLIANCE (LA ALIANZA)

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1997  
**Author:** ALONSO OCAÑA, Luis  
**Format:** BETACAM PAL  
**Length:** 04'00"  
**Production:** Virtual Graphics  
**Script:** Luis Ocaña  
**Sound track:** Paco Dicenta  
**Editor:** Concetta Rizza  
**Distribution:** Luis Alonso Ocaña  
*A metaphorical view of Solomon's Temple.*

Contacto / contact:  
Doctor Pasteur, 90  
38205 La Laguna (Tenerife)  
ESPAÑA/CANARIAS  
Tlf.: 922 253 530 • Fax: 922 256 868  
E-Mail: vgraphi@cistia.es

8

VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS  
VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

**LANDS**

SPAIN/MADRID, 1997

**Author:** GISMERA, Salud

SANTA-MARÍA, Pablo

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 02'30"

**Production:** Pepe Jordana

(Prosopopeya Producciones, S.L.)

**Script and direction:**

Salud Gismera y Pablo Sant

**Sound track:** Ricardo Cortés

**Editor:** Ángel Hernández Zoido

**Distribution:**

Prosopopeya Producciones S.L.

*The Third World is having to bear the brunt of the increasing social divergence currently present in the world. However, there is a force which tries to redress the balance.*

**TIERRAS**

ESPAÑA/MADRID, 1997

**Autor:** GISMERA, Salud

SANTA-MARÍA, Pablo

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 02'30"

**Productor:** Pepe Jordana

(Prosopopeya Producciones, S.L.)

**Guión y dirección:**

Salud Gismera y Pablo Sant

**Banda sonora:** Ricardo Cortés

**Edición:** Ángel Hernández Zoido

**Distribución:**

Prosopopeya Producciones, S. L.

*Las crecientes diferencias sociales empiezan a repercutir en el peso que el Tercer Mundo debe soportar. Pero existe una fuerza que trata de restablecer la situación.*



Contacto / contact:

c/ Rey Francisco, 3 - bajo dcha.

28008 MADRID-ESPAÑA

Tlf.: 91 5 595 320 • Fax: 915 413 387

E-Mail: pixelko@ibm.net

INFOGRAFÍA

# VIDEOCREACIÓN

44

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



## Contacto / contact:

Plaza Francisco Morano, 1-3-G  
28005 MADRID-EE.UU.  
Tlf.: 91/889-11-97  
E-Mail: aletheia@film.calarts.edu



## Contacto / contact:

Aribau, 257-1º-1<sup>a</sup>  
08021 BARCELONA  
ESPAÑA/CATALUÑA  
Tlf.: 932 012 055 • Fax: 934 871 024  
E-Mail: paran@lander.es

## ALÉTHÉIA

EE.UU., 1998  
**Autor:** CÁDIZ, Mariela/**LELONG**, Denis  
**Formato:** BETACAM NTSC  
**Duración:** 10'25"  
**Productor y edición:** Cádiz-Lelong  
**Banda sonora:** Kent Clelland  
**Cámara:** Volker Langhoff  
**Intérpretes:** Crystal McDonald,  
Bernd Wolk, Cádiz y Lelong  
**Distribución:** Mariela Cádiz  
*«Aléthéia» es una prospección metafórica en el mundo interno de una persona. Es un viaje a los espacios mentales superpuestos y subjetivos, donde la identidad constituye la búsqueda de una imagen completa del «yo».*

## ALÉTHÉIA

USA, 1998  
**Author:** CÁDIZ, Mariela/**LELONG**, Denis  
**Format:** BETACAM NTSC  
**Length:** 10'25"  
**Production and editor:** Cádiz-Lelong  
**Sound track:** Kent Clelland  
**Cameraman:** Volker Langhoff  
**Interpreted by:** Crystal McDonald,  
Bernd Wolk, Cádiz and Lelong  
**Distribution:** Mariela Cádiz

*“Aléthéia” is a metaphorical drawing into a person’s inner world. It is a journey into the multilayered and subjective mental spaces where identity is the search for a complete image of the self.*

## ALUCINACIÓN

ESPAÑA/CATALUÑA, 1998  
**Autor:** ARÁN BURGUÉS, Pedro  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 02'40"  
**Productor, guión y distribución:**  
Pedro Arán  
**Música:** Ramón Llenas  
*Un personaje débil va en busca de una sustancia que le provoca alucinaciones.*

## HALLUCINATION

SPAIN/CATALONIA, 1998  
**Author:** ARÁN BURGUÉS, Pedro  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 02'40"  
**Production, script and distribution:**  
Pedro Arán  
**Music:** Ramón Llenas  
*A weak personality goes in search of a substance which will make him hallucinate.*

**ANADA**

SPAIN/ CATALONIA, 1997

**Author:** BALLESTEROS, Pedro

**Format:** U-MATIC LB

**Length:** 07'30"

**Script, cameraman and distribution:**

Pedro Ballesteros

**Sound track:** Cristina Vilallonga

**Editor:** Oriol Vilaseca

**Interpreted by:** David Casas

*The image of a woman is submerged in the fluids that interconnects the soul of a city.*

**ANADA**

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1997

**Autor:** BALLESTEROS, Pedro

**Formato:** U-MATIC LB

**Duración:** 07'30"

**Guión, cámara y distribución:**

Pedro Ballesteros

**Banda sonora:** Cristina Vilallonga

**Edición:** Oriol Vilaseca

**Intérprete:** David Casas

*La imagen de una mujer se sumerge entre los fluidos que interconectan el alma de una ciudad.*

**ANEA-CHEA de CUA**

SPAIN/ NAVARRA, 1998

**Author:** ARIZMENDI NAVARRO, Sergio

**Format:** HI 8

**Length:** 06'00"

**Production, script and distribution:**

Sergio Arizmendi

**Sound track:** Jeff Duckley

**Interpreted by:** Paula Arizmendi, Juan José Arizmendi and Penélope Cuyar voice off

*Paula travels round the country saying (the onomatopoeic expression) "Anea-Chea" and looking for her little brother, who has got lost. The story takes place within the framework of her grandfather's short monologue, which has nothing to do with the story.*

**ANEA-CHEA de CUA**

ESPAÑA/ NAVARRA, 1998

**Autor:** ARIZMENDI NAVARRO, Sergio

**Formato:** HI 8

**Duración:** 06'0"

**Productor, guión y distribución:**

Sergio Arizmendi

**Banda sonora:** Jeff Duckley

**Intérpretes:** Paula Arizmendi, Juan José Arizmendi y Penélope Cuyar (voz en off)

*Paula viaja por el campo diciendo «Anea-Chea» (que es una onomatopeya) y buscando a su hermano pequeño que se ha perdido. Esta historia está enmarcada por un pequeño monólogo de su abuelo que no tiene nada que ver con la historia.*



VIDEOCREACIÓN

# VIDEOCREACIÓN

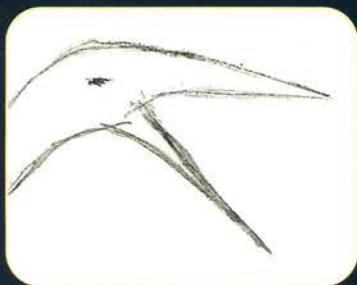
46

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



## Contacto / contact:

Timple, 6  
35015 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
ESPAÑA/CANARIAS  
Tlf.: 907 935 428



## Contacto / contact:

Avinyo, 29-3º-1<sup>a</sup>  
08002 BARCELONA  
ESPAÑA/CATALUÑA  
Tlf.: 933 196 569 • Fax: 933 196 569  
E-Mail: apqr@lleida.com

## VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS

VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

### CAMPANAS A UN NIÑO PERDIDO

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:** FALCÓN, Juan Carlos

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 12'00"

**Productor:** Servicio de Cultura.

Cabildo de Gran Canaria

**Guión:** J.C. Falcón, José Reches

**Cámara:** David Martín

**Edición:** Javier Ponce

**Intérprete:** José Reches

*Una relación siempre es difícil. Al principio nuestro amor está en un pedestal. Si no lo cuidamos se cae, se derrumba. Pero hay algo que lo puede truncar todo: la humillación. A partir de ahí solo queda un camino: recuperar la autoconfianza.*

### BELLS TOLL FOR A LOST CHILD

SPAIN/CANARY ISLANDS

**Author:** FALCÓN, Juan Carlos

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 12'00"

**Production:** Servicio de Cultura.

Cabildo de Gran Canaria

**Script:** J.C. Falcón, José Reches

**Cameraman:** David Martín

**Editor:** Javier Ponce

**Interpreted by:** José Reches

*Relationships are always difficult. At first, the object of our love is on a pedestal, and will come crashing down if not taken care of. But there is one thing that can destroy everything: humiliation. The only course to take afterwards is that of restoring our self-esteem.*

### CHICK

ESPAÑA/CATALUÑA, 1997

**Autor:** PALOU DE COMASEMA, Blanca

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 04'00"

**Productor:** Avanti Piano Quasi Retro

**Guion y cámara:** Blanca Palau

**Banda sonora:** Miquel Roger

**Edición:** Dirk van de Vondel

*«Chick» son las imágenes de un encuentro entre dos gallinas. Una sencilla historia de amor con algunas imágenes de sueños, contada con dibujos en tinta negra y música para viento.*

### CHICK

SPAIN/CATALUNIA, 1997

**Author:** PALOU DE COMASEMA, Blanca

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 04'00"

**Production:** Avanti Piano Quasi Retro

**Script and cameraman:** Blanca Palau

**Sound track:** Miquel Roger

**Editor:** Dirk van de Vondel

*“Chick” is made up of images showing the meeting of two hens. A simple love story with some images of dreams, told with drawings in black ink and wind music.*

**CORPSE**

SPAIN/ CATALONIA, 1998

**Author:** JORDANA, Josep M.

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 15'00"

**Production, script, cameraman, editor and distribution:** Josep M. Jordana

**Sound track:** G.E. Signa 1.5

(Josep M. Jordana)

*CORPSE is a video incorporating a mixture of, on the one hand, a personal, intimate account and, on the other, the will to experiment with form and narrative style, based on the use of a scanner as the generator and manipulator of images. The main themes of the video are: illness, the different ways of representing the body and, to a lesser extent, death and the passage of time.*

**CORPSE**

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1998

**Autor:** JORDANA, Josep M.

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 15'00"

**Productor, guión, cámara, edición y distribución:** Josep M. Jordana

**Banda sonora:** G.E. Signa 1.5

(Josep M. Jordana)

*CORPSE es un video donde confluyen, por un lado, una mezcla de crónica personal y documento íntimo y, por otro, una voluntad de experimentación formal y narrativa que tiene como principal punto de partida el uso del escáner entendido como generador y manipulador de imágenes. La enfermedad, las diferentes formas de representación del cuerpo y, subsidiariamente, la muerte y el paso del tiempo son los temas sobre los que versa el video.*



Contacto / contact:

Av. Sarriá, 137-139- B-9º-2<sup>a</sup>

08017 BARCELONA

ESPAÑA/ CATALUÑA

Tlf.: 932 040 102 • Fax: 932 040 102

**DÉCONSTRUCTION**

CANADA, 1997

**Author:** LACOSTE, Rémi

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 05'30"

**Production, script, sound track, cameraman and editor:** Rémi Lacoste

**Distribution:** Perte de Signal

*Last homage to the remains of the post-industrial age.*

**DÉCONSTRUCTION**

CANADA, 1997

**Autor:** LACOSTE, Rémi

**Formato:** BETACAM NTSC

**Duración:** 05'30"

**Productor, guión, banda sonora, cámara y edición:** Rémi Lacoste

**Distribución:** Perte de Signal

*Último homenaje a un vestigio de la era post-industrial.*

Contacto / contact:

272 Villeneuve-H2V2R1

MONTREAL-CANADA

Tlf.: 514/288-96-34

E-Mail: vlacoste@hotmail.com

VIDEOCREACIÓN

# VIDEOCREACIÓN

48

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



## Contacto / contact:

Argensola 26  
28034 MADRID-ESPAÑA  
Tlf.: 913 194 341 • Fax: 913 194 341  
E-Mail: magonzal@mail.ddnet.es

## Contacto / contact:

c/ San Francisco, 75-6º dcha.  
48003 BILBAO-ESPAÑA/PAÍS VASCO  
Tlf.: 944 161 415  
E-Mail: mmago@euskalnet.es

## VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS

### VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

#### ENSUEÑO

ESPAÑA/MADRID, 1998

Autor: GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Marisa

Formato: U-MATIC LB

Duración: 07'30"

Productora, guión y edición:

Marisa González

Banda sonora: Pedro Garhel

Intérprete: Elena Montaña

Poema de video-ópera electrónico.

Es un canto de una artista en sus procesos de creación, donde el ensueño es su vehículo de emociones que va sugiriendo y configurando para con la razón y el conocimiento construir la obra final.

#### THE WORLD OF DREAMS

SPAIN/MADRID, 1998

Author: GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Marisa

Format: U-MATIC LB

Length: 07'30"

Production, script and editor:

Marisa González

Sound track: Pedro Garhel

Interpreted by: Elena Montaña

Electronic video-opera presented in the form of a poem. The song of an artist in the throes of the creative process. The world of dreams provides a vehicle for the emergence and forming of emotions, which then join with reason and knowledge, to constitute the finished piece of work.

#### ESCONDITE

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1997

Autor: MARTÍN MARCOS, Marta E.

Formato: BETACAM SP

Duración: 03'20"

Productora, guión, banda sonora, cámara, edición y distribución:

Marta E. Martín Marcos

Dile a un niño «¡Escóndete!», se tapará los ojos y dirá: «¡No estoy!».

#### HIDE AND SEEK

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1997

Author: MARTÍN MARCOS, Marta E.

Format: BETACAM SP

Length: 03'20"

Production, script, sound track, cameraman, editor and distribution:

Marta E. Martín Marcos

Tell a child to hide and he'll cover his eyes and say "I'm not here".

# VIDEOCREACIÓN

## FAT-BOY

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1998

**Author:** ONEKA, Iván

**Format:** BETACAM PAL

**Length:** 02'38"

**Production:** ENCORE

**Script:** Asier Basaldua

**Sound track:** The Sounds Factory

**Cameraman:** Juan José Barón

**Editor:** Jaime Real

**Distribution:** Iván Oneka

*A criticism of junk food.*

## FAT-BOY

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1998

**Autor:** ONEKA, Iván

**Formato:** BETACAM PAL

**Duración:** 02'38"

**Productor:** ENCORE

**Guión:** Asier Basaldua

**Banda sonora:** The Sounds Factory

**Cámara:** Juan José Barón

**Edición:** Jaime Real

**Distribución:** Iván Oneka

*Critica a la comida basura.*



## FIN DE SIECLE

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:**

HERNÁNDEZ MARTÍN, Juan Ramón

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 05'00"

**Sound track:** Javier Segura

**Cameraman:** Juan Antonio Cuba

**Editor:** Domingo González

**Distribution:**

Juan Ramón Hernández Martín

*A journey through some of the ruins of the century which is drawing to a close: ideological wars, social inequalities, hunger, environmental deterioration, all under the banner of the Industrial Era, which is at an end, and the Cybernetic Era, which has taken over from it.*

## FIN DE SIGLO

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:**

HERNÁNDEZ MARTÍN, Juan Ramón

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 05'0"

**Banda sonora:** Javier Segura

**Cámara:** Juan Antonio Cuba

**Edición:** Domingo González

**Distribución:**

Juan Ramón Hernández Martín

*Paseo por algunas de las ruinas del siglo que termina: guerras ideológicas, desigualdades sociales, hambre, degradación medioambiental... Todo ello bajo el signo de una Era que finaliza: la Industrial y otra que ha tomado el relevo: la Cibernética.*

Contacto / contact:

Huertas de la Villa, 9-6º-D.

48007 BILBAO-ESPAÑA/PAÍS VASCO

Tlf.: 944 461 870 • Fax: 944 460 379

Contacto / contact:

Plaza Alféreces Provisionales, 1.

Ed. Tarajal. Apto. 703

38002 Santa Cruz de Tenerife

ESPAÑA/CANARIAS

Tlf.: 922 246 435

# VIDEOCREACIÓN

50

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



## FLAMENCO Y MEDITERRÁNEO

ESPAÑA/MADRID, 1997

**Autor:** LAPUENTE RON, Carlos

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 14'30"

**Productor, guión y distribución:**

Carlos Lapuente Ron

**Cámara:** Pablo Vallejo, Carlos Lapuente

**Edición:** Nacho Camardiel

**Intérpretes:** Joaquín Ruiz y su Compañía

*Las músicas del Mediterráneo a través del baile de Joaquín Ruiz y su Compañía.*

## FLAMENCO AND THE MEDITERRANEAN

SPAIN/MADRID, 1997

**Author:** LAPUENTE RON, Carlos

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 14'30"

**Production, script and distribution:**

Carlos Lapuente Ron

**Cameraman:** Pablo Vallejo, Carlos Lapuente

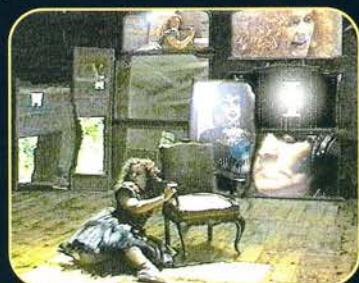
**Editor:** Nacho Camardiel

**Interpreted by:** Joaquín Ruiz and Company

*Mediterranean musics portrayed through the dancing of Joaquín Ruiz and Company.*

## Contacto / contact:

c/ Federico García Lorca, 4-1º A  
28220 Majadahonda. MADRID-ESPAÑA  
Tlf: 916 341 267



## INGER PERMUTACIONES

ESPAÑA/ CATALUÑA, 1998

**Autor:** BONET, Eugeni

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 18'00"

**Productor:** IN MEDIAS RES

**Banda sonora:**

Empar Roselló, Eugeni Bonet

**Cámara:** J.M. Jordana

**Edición y distribución:** Eugeni Bonet

*Una interpretación libre de las permutaciones fónicas sobre el nombre de INGER (la malograda actriz Inger Stevens). A su manera, el trance sonoro y gestual de la performance podría recrear el «rito ante el imposible» que pretendía Cirlot.*

## INGER PERMUTACIONES

SPAIN/ CATALUNYA, 1998

**Author:** BONET, Eugeni

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 18'00"

**Production:** IN MEDIAS RES

**Sound track:**

Empar Roselló, Eugeni Bonet

**Cameraman:** J.M. Jordana

**Editor and distribution:** Eugeni Bonet

*A free interpretation of the different phonic permutations of the name INGER (the late actress Inger Stevens). The trance induced by the sounds and expressions of the video could recreate the "rite in the face of the impossible" intended by Cirlot.*

## Contacto / contact:

Saragossa, 104  
08006 BARCELONA  
ESPAÑA/ CATALUÑA  
Tlf.: 934 151 805 • Fax: 934 151 805  
E-Mail: ebonet@jet.es

### KOMPOSITION

GERMANY, 1998

**Author:** KHADEMSABA, Omied

**Format:** BETACAM PAL

**Length:** 11'00"

**Production, script, sound track, editor and distribution:** Omied Khademsaba

**Cameraman:** Peyman Saba

**Interpreted by:** Urte Langrock,  
Susanne Steinbock, Deimo Hope

*The film begins with two key clefs (violin & bass clefs). A piece of music is heard and its notes can be seen. A story of three people is concealed in the piece which is revealed to us through the "keyhole" of a quaver.*

### KOMPOSITION (Composición)

ALEMANIA, 1998

**Autor:** KHADEMSABA, Omied

**Formato:** BETACAM PAL

**Duración:** 11'00"

**Productor, guión, banda sonora, editor y distribución:** Omied Khademsaba

**Cámara:** Peyman Saba

**Intérpretes:** Urte Langrock,  
Susanne Steinbock, Deimo Hope

*El filme comienza con dos tonos (violín y bajo). Se escucha una pieza musical y se ven sus notas correspondientes. En la composición aparece oculta la historia de tres personas, vista a través del «hueco» de una nota negra.*



### Contacto / contact:

Bei der Osterkirche 3

22765 HAMBURGO-ALEMANIA

Tlf.: 40-39-90-13-76

### TIME

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:** PÉREZ GONZÁLEZ, Lola

**Format:** BETACAM PAL

**Length:** 02'05"

**Production:** Deimos Canarias TV

**Script, sound track, editor and distribution:** Lola Pérez

**Cameraman:** Antonio Morales

*Reflection on the rhythm of life and the imminence of death.*

### LA HORA

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:** PÉREZ GONZÁLEZ, Lola

**Formato:** BETACAM PAL

**Duración:** 02'55"

**Producción:** Deimos Canarias TV

**Guion, banda sonora, edición y distribución:** Lola Pérez

**Cámara:** Antonio Morales

*Reflexión sobre el ritmo de vida y la inmediatez de la muerte.*



### Contacto / contact:

Ctra. Gral. del Norte 173A

38350 TACORONTE

SANTA CRUZ DE TENERIFE

ESPAÑA/CANARIAS

Tlf.: 922 570 373 • Fax: 922 222 282

VIDEOCREACIÓN

# VIDEOCREACIÓN

52

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



Contacto / contact:  
c/ Espronceda, 32-2º (Dpto. Televisión)  
28003 MADRID-ESPAÑA  
Tlf.: Móvil: 929 929 284  
Fax: 913 467 463



Contacto / contact:  
c/ Zahora, 125-11150 Vejer.  
CÁDIZ-ESPAÑA/ANDALUCÍA  
Tlf: 929 381 162 • Fax: 956 433 421  
E-Mail: academi@lander.es

## LA MIRADA DEL ÁNGEL

ESPAÑA/MADRID, 1998  
**Autor:** LÓPEZ AMADO, Norberto  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 12'00"  
**Productora:** Gabriela G. Dewar  
**Guión:** Norberto L. Amado  
**Banda sonora:** Contac  
**Cámara:** Ramón de Fontecha  
**Edición:** Raúl García  
**Intérpretes:**  
José Moreno, Maite Pastor, Letizia Ortiz  
**Distribución:** Agencia EFE TV.  
*Un pintor, una modelo, un niño y un ángel, nos cuentan una historia mágica sin palabras sólo con sentimientos, sensaciones y miradas.*

## THE LOOK OF AN ANGEL

SPAIN/MADRID, 1998  
**Author:** LÓPEZ AMADO, Norberto  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 12'00"  
**Production:** Gabriela G. Dewar  
**Script:** Norberto L. Amado  
**Sound track:** Contac  
**Cameraman:** Ramón de Fontecha  
**Editor:** Raúl García  
**Interpreted by:**  
José Moreno, Maite Pastor, Letizia Ortiz  
**Distribution:** Agencia EFE TV  
*A painter, a model, a child and an angel tell us a magical story using only feelings, sensations and glances, and no words.*

## LA MUERTE DE NUEVO

ESPAÑA/ANDALUCÍA, 1997  
**Autor:** PERUMANES, Antonio  
**Formato:** U-MATIC LB  
**Duración:** 03'30"  
**Productor:** Tercera Sec.  
**Guión:** A. Perumanes  
**Cámara:** Álvaro  
**Edición:** Letra M  
**Intérprete:** Juan Zamudio  
*Poema visual para revivir al amigo muerto.*

## DEATH, ONCE AGAIN

SPAIN/ANDALUCIA, 1997  
**Author:** PERUMANES, Antonio  
**Format:** U-MATIC LB  
**Length:** 03'30"  
**Production:** Tercera Sec  
**Script:** A. Perumanes  
**Cameraman:** Álvaro  
**Editor:** Letra M  
**Interpreted by:** Juan Zamudio  
*A visual poem to revive the dead friend.*

**LIFE TAPES SERIE 3 ERANTZUGAILUA**

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1997

**Author:** ARRAZOLA-OÑATE, Cristina

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 06'00"

**Production and script:** Fito Rodríguez

**Cameraman and editor:**

Cristina Arrazola-Oñate

*The functions of recording and processing images applied to the reality of being "flung into existence", portrayed in a condensed and light-hearted way, as befitting a recording on an answerphone.*

**LIFE TAPES SERIE 3 ERANTZUGAILUA**

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1997

**Autor:** ARRAZOLA-OÑATE, Cristina

**Formato:** BETACAM SP

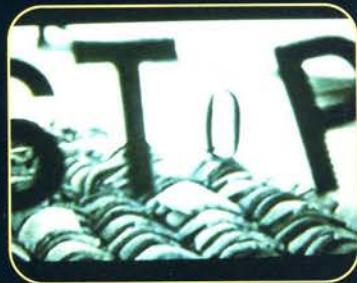
**Duración:** 06'00"

**Productor, guión:** Fito Rodríguez

**Cámara y edición:**

Cristina Arrazola-Oñate

*Las funciones de grabación y procesamiento de la imagen aplicadas al hecho de «estar arrojado a la existencia». Todo en la sinopsis obligada y desprovista de gravedad que requiere la grabación en una máquina de contestar...*



**Contacto / contact:**

Santiago, 35-10º Ctro.

01003 VITORIA(ALAVA)

ESPAÑA/PAÍS VASCO

Tlf.: 945 263 226 • Fax: 945 223 790

E-Mail: arturo@jet.es

**OKUPA (SQUATTER)**

SPAIN/CATALUNIA, 1998

**Author:** BRICHES, Xavier/ESCAC

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 03'0"

**Production:** ESCAC

**Sound track:** R. Ibáñez, R. Soto

**Cameraman:** C. Clerc, S. Elizalde

**Editor:** F. Durán, C. Clerc

**Distribution:** Xavier Briches

*The police clear illegal squatters out of a house.*

**OKUPA**

ESPAÑA/CATALUÑA, 1998

**Autor:** BRICHES, Xavier/ESCAC

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 03'0"

**Productor:** ESCAC

**Banda sonora:** R. Ibáñez, R. Soto

**Cámara:** C. Clerc, S. Elizalde

**Edición:** F. Durán, C. Clerc

**Distribución:** Xavier Briches

*La policía desaloja una casa ocupada por ilegales.*



**Contacto / contact:**

c/ Inmaculada, 35

08017 BARCELONA

ESPAÑA/CATALUÑA

Tlf.: 932 121 562 • Fax: 934 172 601

E-Mail: xriches@escac.es

# VIDEOREACCIÓN

54

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOREACCIÓN



## Contacto / contact:

Plaza Doctor Laguna, 9-15º H.  
28009 MADRID-ESPAÑA  
Tlf: 915 046 704 • Fax: 915 046 458

## Contacto / contact:

c/ Las Cañas, 2.A- 1º C.  
MADRID-ESPAÑA  
Tlf: 913 965 999 • Fax: 913 966 055  
E-Mail: mpalacios@cplus.es

### POETA EN NUEVA YORK (A. CANO)

ESPAÑA/MADRID, 1998

Autor: CANO PICÓ, Antonio

Formato: U-MATIC LB

Duración: 14'30"

Productor: Ramón Moreno Verdet

Guion, cámara y distribución:

Antonio Cano

Banda sonora: John Cale

Edición: María Ruipérez

Locutor: Antonio Fernández Ramos

Poema visual inspirado en el libro de poemas «Poeta en Nueva York» de Federico García Lorca.

### A POET IN NEW YORK (A. CANO)

SPAIN/MADRID, 1998

Author: CANO PICÓ, Antonio

Format: U-MATIC LB

Length: 14'30"

Production: Ramón Moreno Verdet

Script, cameraman and distribution:

Antonio Cano

Sound track: John Cale

Editor: María Ruipérez

Narrator: Antonio Fernández Ramos

Visual poem inspired in the book of poems "Poeta en Nueva York" by Federico García Lorca.

### POETA EN NUEVA YORK

(M. PALACIOS)

ESPAÑA/MADRID, 1998

Autor: PALACIOS GONZÁLEZ, Manuel

Formato: BETACAM SP

Duración: 19'53"

Productor: Pilar Pérez Solano

Guion: Manuel Rivas

Banda sonora: Lucio Godoy

Cámara: Carlos Ayuso

Edición: Ángel Hernández Zoido

Intérprete: José Luis Gómez

Distribución: Pilar Pérez Solano

Recreación artística de los poemas de Federico García Lorca del libro «Poeta en Nueva York».

### A POET IN NEW YORK

(M PALACIOS)

SPAIN/MADRID, 1998

Author: PALACIOS GONZÁLEZ, Manuel

Format: BETACAM SP

Length: 19'53"

Production: Pilar Pérez Solano

Script: Manuel Rivas

Sound track: Lucio Godoy

Cameraman: Carlos Ayuso

Editor: Ángel Hernández Zoido

Interpreted by: José Luis Gómez

Distribution: Pilar Pérez Solano

Artistic reconstruction of the book of poems by Federico García Lorca, "Poeta en Nueva York".

**REVIEW**

SPAIN/BASQUE COUNTRY, 1997

**Author:** COLECTIO ZER@

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 03'20"

**Production, script, sound track, cameraman, editor, interpretation and distribution:** Zer@

*...Violence in repetition ... "Fillingim the cracks". Expressions and attitudes which cannot be categorized or understood in terms of certain structures, are not universal and cannot be objectified, but can be perceived, in or through a subjective experience as we look, our "point of view"...*

**REPASAR**

ESPAÑA/PAÍS VASCO, 1997

**Autor:** COLECTIVO ZER@

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 03'20"

**Productor, guión, banda sonora, cámara, edición, intérpretes y distribución:** Zer@

*...Violencia en la repetición... «Tapando el agujero». Gestos y actitudes que sin ser sistematizables, no aprehensibles por unas ciertas estructuras, no son universales, objetivables, pero si perceptibles, en o por medio de una experiencia subjetiva, la de nuestra mirada y «punto de vista»...*



**Contacto / contact:**

Alameda de Rekalde, 7-1º dcha.

48009 BILBAO-ESPAÑA/PAÍS VASCO

Tlf.: 944 241 636 • Fax: 944 241 636

**RHYTHMS**

SPAIN/VALENCIA, 1998

**Author:** DOMINGO BARRIO, David

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 03'10"

**Production and distribution:**

Jesús Umbría Brito

**Script, cameraman and editor:**

David Domingo Barrio

**Sound track:** Beatles

*The rhythm of the cosmopolitan city of Barcelona accelerates in the month of June the tempo being set by machines and sounds. Video installations, concerts, music, discs and people.*

**RITMES**

ESPAÑA/COMUN. VALENCIANA, 1998

**Autor:** DOMINGO BARRIO, David

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 03'10"

**Productor y distribución:**

Jesús Umbría Brito

**Guion, cámara y edición:**

David Domingo Barrio

**Banda sonora:** Beatles

*Barcelona, ciudad cosmopolita, acelera sus ritmos internos en el mes de Junio. Cuando llega el sonar, las máquinas y el sonido dictan el compás. Vídeo-instalaciones, conciertos, música, discos y gente.*

**Contacto / contact:**

c/ Reina, 12- pta. 6

46011 VALENCIA-ESPAÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

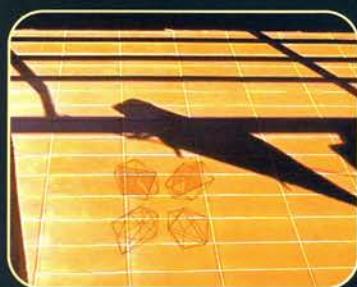
Tlf.: 963 674 094

VIDEOCREACIÓN

# VIDEOCREACIÓN

56

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



## ROPA TENDIDA

ESPAÑA/MADRID, 1998

**Autor:** JARABO PÉREZ, A. Itziar

**Formato:** BETACAM NTSC

**Duración:** 10'30"

Productor, banda sonora, edición  
y distribución: A. Itziar Jarabo Pérez

Guión e intérprete: N/A.

«Ropa Tendida» es una pieza de animación experimental en soporte video, que se apoya en trabajo digital para reconstruir en pantalla un espacio extraño; real, si consideramos al espacio mental de este modo, pero no físico.

## HANGING CLOTHES

SPAIN/MADRID, 1998

**Author:** JARABO PÉREZ, A. Itziar

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 10'30"

**Production, sound track, editor**

**and distribution:** A. Itziar Jarabo Pérez

**Script and interpreter:** N/A

“Ropa Tendida” is a piece of experimental animation on video which uses digital technology to reconstruct on screen a strange space which is real, if we consider mental space to be so, but not physical.

## Contacto / contact:

c/ Kerria, 32-1º B  
28109 Alcobendas. ESPAÑA/MADRID  
Tlf.: 916 501 169  
E-Mail: ajarabo@film.calarts.edu



## S.O.S.

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:** PEREA LEZCANO, Damián

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 06'00"

Productor, guión, cámara y distribución:

Damián Perea

Banda sonora: David Navarro

Edición: Javier Ponce, Damián Perea

En un mundo de egoísmo e intereses donde  
hay que desarrollar la picardía para  
sobrevivir.

## S.O.S.

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:** PEREA LEZCANO, Damián

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 06'00"

**Production, script, cameraman**

**and distribution:** Damián Perea

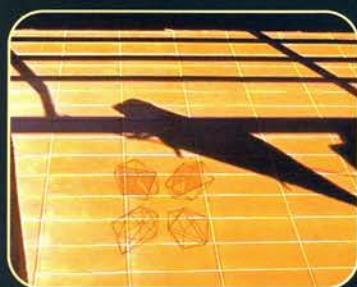
**Sound track:** David Navarro

**Editor:** Javier Ponce, Damián Perea

A world of egotism and vested interests in which  
survival requires an element of craftiness.

## Contacto / contact:

c/ Cádiz, 28-4º - izda.  
35012 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
ESPAÑA/CANARIAS  
Tlf.: 928 253 984  
móvil: 907 987 245



## ROPA TENDIDA

ESPAÑA/MADRID, 1998

**Autor:** JARABO PÉREZ, A. Itziar

**Formato:** BETACAM NTSC

**Duración:** 10'30"

Productor, banda sonora, edición  
y distribución: A. Itziar Jarabo Pérez

Guión e intérprete: N/A.

«Ropa Tendida» es una pieza de animación experimental en soporte video, que se apoya en trabajo digital para reconstruir en pantalla un espacio extraño; real, si consideramos al espacio mental de este modo, pero no físico.

## HANGING CLOTHES

SPAIN/MADRID, 1998

**Author:** JARABO PÉREZ, A. Itziar

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 10'30"

**Production, sound track, editor**

**and distribution:** A. Itziar Jarabo Pérez

**Script and interpreter:** N/A

“Ropa Tendida” is a piece of experimental animation on video which uses digital technology to reconstruct on screen a strange space which is real, if we consider mental space to be so, but not physical.



## S.O.S.

ESPAÑA/CANARIAS, 1998

**Autor:** PEREA LEZCANO, Damián

**Formato:** BETACAM SP

**Length:** 06'00"

Productor, guión, cámara y distribución:

Damián Perea

Banda sonora: David Navarro

Edición: Javier Ponce, Damián Perea

En un mundo de egoísmo e intereses donde  
hay que desarrollar la picardía para  
sobrevivir.

## S.O.S.

SPAIN/CANARY ISLANDS, 1998

**Author:** PEREA LEZCANO, Damián

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 06'00"

**Production, script, cameraman**

**and distribution:** Damián Perea

**Sound track:** David Navarro

**Editor:** Javier Ponce, Damián Perea

A world of egotism and vested interests in which  
survival requires an element of craftiness.

**SI JAMAIS LA MER**

CANADA, 1998

**Author:** HAYEUR, Isabelle

**Format:** BETACAM NTSC

**Length:** 05'45"

**Camerman, script, sound track**

**and editor:** Isabelle Hayeur

**Distribution:** Perte de Signal

(Robin Dupuis)

**SI JAMAIS LA MER**

CANADÁ, 1998

**Autor:** HAYEUR, Isabelle

**Formato:** BETACAM NTSC

**Duración:** 05'45"

**Cámara, guión, banda sonora y edición:**

Isabelle Hayeur

**Distribución:** Perte de Signal

(Robin Dupuis)

**SLEEP**

AUSTRALIA, 1997

**Author:** FAIRSKYE, Merilyn

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 10'05"

**Production:** Bench Press

**Script, cameraman and distribution:**

M. Fairskye

**Editor:** Joanne Tilditch

**Interpreted by:** Sam Vallanoe

*Stranded at an Airport during a heavy storm, a man reflects on some fateful trips he has made.*

**SLEEP**

AUSTRALIA, 1997

**Autor:** FAIRSKYE, Merilyn

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 10'05"

**Productor:** Bench Press

**Guión, cámara y distribución:**

M. Fairskye

**Edición:** Joanne Tilditch

**Intérprete:** Sam Vallanoe

*Un hombre que se ha quedado tirado en un aeropuerto durante una fuerte tormenta, reflexiona sobre algunos viajes fatídicos que ha realizado.*

Contacto / contact:

272 Villeneuve-H2V2R1

MONTREAL-CANADÁ

Tlf.: 514-288-96-34

E-Mail: isa@elfe.com



Contacto / contact:

P.O. Box 532-NSW

2015 ALEXANDRIA-AUSTRALIA

Tlf.: 61-2-96-98-86-64

Fax: 61-2-96-98-261

E-Mail: fairskye@ozemail.com.au

# VIDEOREACCIÓN

58

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOREACCIÓN



## Contacto / contact:

Ronda Sant Antoni, 45-1-1

08011 BARCELONA

ESPAÑA/CATALUÑA

Tlf.: 934 246 901 • Fax: 934 246 901

E-Mail: speaking@mx3.redestb.es



## Contacto / contact:

Järavallsgatan 31A-S-216 11

MALMÖ-SUECIA

Tlf.: 46-40-16-36-89

Fax: 46-40-16-36-89

E-Mail: kve97ese student3.lu.se

## SPEAK

ESPAÑA/CATALUÑA, 1997

Autor: BECK, Michele

Formato: BETACAM PAL

Duración: 02'45"

Productor, guión, cámara y edición:  
Michele Beck

*El video «Speak» escenifica la confrontación entre la imagen de un personaje en un monitor que repite «you cannot speak» y la misma persona mientras le mira y escucha de cuclillas sobre un taburete. Este personaje parece atormentado por la imagen en la televisión y busca una manera de relacionarse, escapar o hablar con él.*

## SPEAK

SPAIN/ CATALONIA, 1997

**Author:** BECK, Michele

**Format:** BETACAM PAL

**Length:** 02'45"

**Production, script, cameraman and editor:** Michele Beck

*The video "Speak" depicts the confrontation between the image of a person seen on a monitor repeating "you cannot speak" and the same person watching it, crouched on a stool. He appears tormented by the TV image and tries to find a way of establishing a relationship with it, escape from it or talk to it.*

## STORMING BODIES

SUECIA, 1997

Autor: SJUVE, Eva

Formato: BETACAM SP

Duración: 07'45"

Productor, guión, banda sonora,  
cámara, editor y distribución:

Eva Sjuve

Intérpretes: Su-En Butoh Company

*«Storming Bodies» es una investigación del  
cuerpo humano en un espacio electrónico.*

## STORMING BODIES

SWEDEN, 1997

**Author:** SJUVE, Eva

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 07'45"

**Production, script, sound track,  
cameraman, editor and distribution:**

Eva Sjuve

**Interpreted by:** Su-En Butoh Company

*"Storming Bodies" investigates the human body in  
an electronic space.*

### SURVIVAL SIGNS

MOROCCO, 1998

**Author:** FATMI, Mounir

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 12'30"

**Production, script, sound track,**

**editor, interpreted by:** Mounir Fatmi

**Camerman:** Mounir Fatmi,

D. Beauron, A. Oustad

**Distribution:** Heure Exquise!

*This video is about the problem posed by the tongue as the taste organ, the cause of the fall from paradise and an instrument of language.*

### SURVIVAL SIGNS

MARRUECOS, 1998

**Autor:** FATMI, Mounir

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 12'30"

Productor, guión, banda sonora, edición, intérprete: Mounir Fatmi

Cámara: Mounir Fatmi,

D. Beauron, A. Oustad

Distribución: Heure Exquise!

*Este video trata del problema de la lengua como órgano del gusto, causa de la pérdida del paraíso e instrumento del lenguaje.*



### VAMPASAN

YUGOSLAVIA, 1998

**Author:** MILOS TODOROVIC, Olivera

**Format:** BETACAM SP

**Length:** 19'47"

**Production:** Shock Art+B92 Video and Film Production

**Script and direction:** O. Milos Todorovic

*Video about a Radio host's love affair told through the reflections of the listeners of a late night phone-in show.*

### VAMPASAN

YUGOSLAVIA, 1998

**Autor:** MILOS TODOROVIC, Olivera

**Formato:** BETACAM SP

**Duración:** 19'47"

**Productor:** Shock Art+B92 Video and Film Production

Guion y dirección: O. Milos Todorovic

*Video sobre el romance de un locutor de radio, narrado a través de las reflexiones de los oyentes que intervienen en un programa-colóquio por las noches.*



Contacto / contact:

Majke Jevrosime 14a

11000 BELGRADO-YUGOSLAVIA

Tlf.: 381-11-4460-387 381-11-3233-165

E-Mail: shock@jbi.bg.ac.yu

VIDEOCREACIÓN

# VIDEOCREACIÓN

60

SECCIÓN A CONCURSO • VIDEOCREACIÓN



VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS  
VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS

Contacto / contact:  
Schôneweiderstr. 19-D  
12055 BERLÍN-ALEMANIA  
Tlf.: 49-30-685-76-75

Contacto / contact:  
Via San Niccolò, 93  
50125 FIRENZE-ITALIA  
Tlf.: 39-55- 249-15-11 30-11-45  
Fax: 39-55-234-71-52  
E-Mail: xbrichs@escac.es

## VERKEHR IN FORM

ALEMANIA, 1998  
**Autor:** SALLMANN, Bernhard  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 06'00"  
**Productor:** Medienwerkstatt Asta Fub  
**Guión, cámara y distribución:**  
Bernhard Sallmann  
**Banda sonora:** J.S., Bach  
**Edición:** Ulrich Sackenreuter  
*¿Hay algún tipo de movimiento sin tráfico?*

## VERKEHR IN FORM (TRAFFIC)

GERMANY, 1998  
**Author:** SALLMANN, Bernhard  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 06'00"  
**Production:** Medienwerkstatt Asta Fub  
**Script, cameraman and distribution:**  
Bernhard Sallmann  
**Sound track:** J.S. Bach  
**Editor:** Ulrich Sackenreuter  
*Is there any movement without traffic?*

## VIDEOSOFIA 1

ITALIA, 1997  
**Autor:** DI CINTIO, Alberto  
**Formato:** BETACAM SP  
**Duración:** 05'00"  
**Productor:** L'Altraimmagine  
**Guión:** Guy Debord  
**Banda sonora:** Robert Fripp  
**Cámara, editor y distribución:**  
Alberto Di Cintio  
*En contra de todos los «ismos»- menos ideología, más ideas.*

## VIDEOSOFIA 1

ITALY, 1997  
**Author:** DI CINTIO, Alberto  
**Format:** BETACAM SP  
**Length:** 05'00"  
**Production:** L'Altraimmagine  
**Script:** Guy Debord  
**Sound track:** Robert Fripp  
**Cameraman, editor and distribution:**  
Alberto Di Cintio  
*Against all "isms" - less "ideology", more ideas.*

**JURADO / JURY**

**Rosa Franquet Calvet**



- Catedrática de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Investigador Asociado de la Universidad de California y Berkeley.
- Directora del Máster Europeo Comunicación Interactiva: Telecomunicaciones y Multimedia.
- Delegada del Premio multimedia Möbius Barcelona.
- Profesora invitada en distintas universidades de Europa y América.
- Desde hace más de 10 años realiza investigación y experimentación en aplicaciones interactivas.
- Ha publicado numerosos artículos y libros sobre medios de comunicación y tecnologías.
- Professor on Audiovisual Communication, Universidad Autónoma at Barcelona.
- Research Associate. University of California at Berkeley.
- Head of the European Master on Interactive Communication: Telecommunications and Multimedia.
- Representative for the Möbius Multimedios Prize Barcelona.
- Guest professor at several universities in Europe and America.
- She has been carrying out research and experimentation on interactive applications for over ten years.
- She has published many articles and books on mass media and new technologies.

French. Born on January 28, 1967 in Havre (76).

Francés. Nacido el 28 de enero de 1967 en Havre (76).

**Oliver Cadou**

### **Professional Experience**

#### **1998**

- MCT: Management and Direction, edition of the mechanisms of investigation in internet, company in charge of selling publicity spaces/lots to the advertisers.
- Blonde Street Multimedia: Direction of projects, editing on CD-Rom, editing of web pages, counselling.

### **Experiencia Profesional**

#### **1998**

- MCT: Gestión y Dirección, edición de mecanismos de investigación de Internet, compañía encargada de vender espacios publicitarios a los anunciantes.
- Blonde Street Multimédia: Dirección de proyectos, edición de CD-Rom, de página en Internet, asesoramiento.

Contacto / contact:  
11, rue de l'Yvette  
75016 Paris  
tlf.: 01 42 88 11 18  
fax: 01 42 88 12 62

#### **1994-1998**

- Electre (College of Editors): Direction of the Multimedia department, application of the system of information and of the tools of production.

#### **1994-1998**

- Electre (Colegio de Editores): Dirección del departamento de Multimedia, aplicación del sistema de información y de las herramientas de producción.

#### **In parallel since 1993**

- L2 Informatique: Management and Direction of computer and multimedia projects (systems of information, CD-Rom, web pages, investigation tasks, statistics material...) teaching and advising the Home Office (SGAP).

#### **Paralelamente desde 1993**

- L2 Informatique: Gestión y Dirección de proyectos informáticos y multimedia (sistemas de información, CD-Rom, páginas en Internet, trabajos de investigación, materiales de estadística,...) formación; y asesoramiento al Ministerio del Interior (SGAP).

#### **1991/1992/1993**

- Journalist on Le Monde Informatique, Décision Micro, Industries, Science & Vie, Info PC, etc.
- The European Centre of Image and Sound: participation in educational conferences about multimedia.
- Member of the international jury of the Möbius Prize (prize given to the best works within the European Union).

#### **1991/1992/1993**

- Periodista de Le Monde Informatique, Décision Micro, Industries, Science&Vie, Info PC, etc.
- Centro Europeo de Imagen y Sonido: intervención en el marco de conferencias internacionales sobre multimedia.
- Miembro del jurado internacional del Premio Möbius ( premio al mejor trabajo de la comunidad europea).

**1990/1991**

- Profesor de Matemáticas y Estadística en la Universidad de París II.

**Formación Académica**

**1992**

- Doctorado en Robótica / Inteligencia Artificial (Laboratorio de Investigación del Instituto Técnico Central de Armamento - DGA).

**1990**

- Ingeniero en Informática (Universidad de París XI, Orsay).

**1989**

- Licenciatura en Ingeniería Matemática (Universidad de París VII, Jussieu).

**Idiomas**

- Inglés.
- Alemán: nivel elemental.

**1990/1991**

- Professor of Mathematics and Statistics at the University of Paris II.

**Education**

**1992**

- PhD in Robotics/Artificial Intelligence (The Laboratories of Investigation of the Central Technical Institute of Armaments – DGA).

**1990**

- Computer engineer (University of Paris XI, Orsay).

**1989**

- M.Sc. in Mathematical Engineering (University of Paris VII, Jussieu).

**Languages**

- English.
- German: elementary level.

Born in Hannover, Germany, in 1959. Since 1985, she lives and works in Madrid as curator for exhibitions and electronic art shows. Between 1985 and 1990, she co-directs the activities of *Espacio "P"*. In 1986, she co-founds and directs the distribution company *Alliance Video Art* (up to 1990). Between 1986 and 1988 she organises the *Video Forum Internacional* at Spain's Museum of Contemporary Art. Since 1990, she directs Proyectos Culturales S.L. In 1996, she co-founds and directs *In Art 96 - International Festival of Cybernetic Art* at Puerto de La Cruz (Tenerife), as well as the *I International Festival of Infoarchitecture*, at Madrid.

She has been curator of several exhibitions and shows, among them the Retrospective on Spanish Infography *Todo Fluye* (Everything Flows) at the National Museum Centro de Arte Reina Sofía (1995), the travelling show on artistic infography (1995) organised by the Institute for Latin American Co-operation (ICI), or the exhibition called *Arte Virtual - Realidad Plural* at Mexico's Monterey Museum (1997).

She has been assistant for the *Cádiz International Video Festival* between 1990 and 1994, as well as for the Mediatheque of La Caixa Foundation in 1995, or for the *Young Art Show* (Video) in 1996.

She has taught many seminars and speeches on art and new technologies in Valencia University (1995 and 1996), Málaga (1995), Vitoria (1997), Pontevedra (1997), or Madrid (1997).

She has collaborated as essayist in publications such as ABC, Atlántica, Bitniks, Cinevideo 20, Kunstforum Internacional and El País.

Nace en Hannover (Alemania), en 1959. Vive y trabaja en Madrid, como comisaria de exposiciones y muestras de arte electrónico, desde 1985. Entre 1985 y 1990 codirige las actividades del *Espacio "P"*. En 1986, es cofundadora y directora de la distribuidora *Alliance Video Art* (hasta 1990). Entre 1986 y 1988 organiza el *Video Forum Internacional* en el Museo Español de Arte Contemporáneo. Desde 1990 es directora de Proyectos Culturales, S.L. En 1996 ha sido cofundadora y directora de *In Art'96-Festival Internacional de Arte Cibernetico*, en Puerto de la Cruz (Tenerife), así como directora del *I Festival Internacional de Infoarquitectura*, de Madrid.

Es comisaria de numerosas muestras y exposiciones, entre otras de la Retrospectiva de Infografía Española *Todo Fluye*, en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (1995), de la muestra itinerante de infografía artística (1995), organizado por el Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI) o de la exposición titulada *Arte Virtual - Realidad Plural* en el Museo Monterrey de México (1997).

Ha sido asesora del *Festival Internacional de Video de Cádiz* entre 1990 y 1994, así como de la Mediateca de la Fundación La Caixa, en 1995 o de la *Muestra de Arte Joven* (Video), en 1996.

Ha impartido numerosos seminarios y conferencias sobre arte y nuevas tecnologías, entre otros, en las Universidades de Valencia (1995 y 1996), Málaga (1995), Vitoria (1997), Pontevedra (1997) o Madrid (1997).

Como autora de ensayos y de publicaciones periodísticas, ha colaborado, entre otras, con ABC, Atlántica, Bitniks, Cinevideo 20, Kunstforum Internacional o El País.

## Karin Ohlenschläger



## Fernando Campos Bayo



Cádiz, 31 de Diciembre de 1947. En 1967 ingresa en la Escuela Oficial de Cinematografía (EOC) en la especialidad de Cámara. Participa en el equipo técnico de diversos rodajes de cine publicitario y programas filmados para TVE: *Historia de la frivolidad* (N. Ibáñez Serrador), *Bohemios y La Canción del olvido* (Juan de Orduña), *Cristóbal Colón* (V. Cottafavi), etc. Miembro fundador de la Asociación Joven Crítica Cinematográfica y Miembro de la Junta Directiva de la Federación de Cine Clubs del Estado Español. En 1971 viaja a Santiago de Chile, becado por el programa Voluntarios para América del I.E.E. para desarrollar el departamento de filmados de Canal 13 TV de la Universidad Católica de Chile. Participa en producciones publicitarias y documentales como director de fotografía y realizador para diversas compañías (RN Producciones, Producciones JP, Quimant, Chile Films). En 1974 se traslada a Venezuela, donde trabaja como realizador y director de fotografía de documentales: Corporativos para Cinesa, Bolívar Films y Cinefilms.

Edita y dirige VISOR *Guía Venezolana de Cine, TV, Artes Escénicas y Audiovisuales* (1974-78). En 1979 edita el *Anuario Iberoamericano de Cine y TV*. En 1982 funda CINEVIDEO20 Revista Profesional de los Medios Audiovisuales de la que es director. También edita la *Guía Punto de Encuentro, Espacio Audiovisual y Mundo Audiovisual Iberoamericano*.

Participa en la organización de muestras, seminarios y exposiciones (Universidad Interamericana de Puerto Rico, Juvenalia, Expoocio, Madridimagen98).

Como periodista especializado asiste a numerosos festivales, seminarios, ferias y mercados internacionales, interviniendo como jurado en festivales: Gijón y Oviedo (Video), Valencia (Computergraph) y Teruel (Animación).

Born in Cádiz on December 31st, 1947. In 1967 he joins the Escuela Oficial de Cinematografía (EOC) –Cinematography Official School (EOC)– in the branch of Camera Operator. During his studies, he participated as a member of technical staff in several shootings for advertising and programmes for Spain's State Television (TVE): *Historia de la frivolidad* (A history of frivolity, by N. Ibáñez Serrador), *Bohemios y la canción del olvido* (Bohemians and the Song of Oblivion, by Juan de Orduña), *Cristóbal Colón* (Christopher Columbus, by V. Cottafavi), and so on. Founder member of the association Joven Crítica Cinematográfica (Young Cinematography Critic) and member of the board of Spain's Film Clubs Federation. In 1971 he travels to Santiago de Chile with a grant of the IEE programme "Volunteers for America" in order to develop the Film Department at Channel 13 TV of Chile's Universidad Católica. He takes part in advertising productions and documentaries as director of photography and producer for several companies (RN Producciones, Producciones JP, Quimant, Chile Films). In 1974 he moves to Venezuela, where he works as producer and director of photography in documentaries: Corporativos para Cinesa (Corporatives for Cinesa), Bolívar Films and Cinefilms.

He publishes and directs VISOR (*Venezuelan Guide for Cinema, TV, Performing and Audiovisual Arts*). In 1979 he publishes the *Latin American Yearbook of Cinema and TV*. In 1982, he founds CINEVIDEO20 (Professional Magazine of Audiovisual Media), which he directs. He also publishes the guide *Punto de Encuentro* (*Meeting Point*), *Espacio Audiovisual* (*Audiovisual Space*) and *Mundo Audiovisual Iberoamericano* (*Latin American Audiovisual Domain*).

He participates in the organisation of events, seminars and exhibitions: (Universidad Interamericana de Puerto Rico, Juvenalia, Expoocio, Madridimagen'98).

As specialised journalist he has attended various festivals, seminars, fairs and international markets, being part of the jury in festivals such as Gijón and Oviedo (Video), Valencia (Computergraph) and Teruel (Animation).

Born in 1965, he finished his Honours Degree on Social Communication-Journalism at the UFMG.

Video director and researcher of electronic media languages.

Among his independent works, there can be found installations, interactive works, videoclips and experimental videos. He founded the *BHZ Video Forum, Belo Horizonte International Video Festival*, as well as worked as programmer and video curator at the MIS, São Paulo Sound and Image Museum.

He has been a frequent partner in events such as the *Minute World Festival* and the *Southern Cone Video Festival*.

He created and directed *Diphusa*, an institution devoted to represent artists and distribute video works and electronic art, and which is in charge of organising shows and events for various seminars and festivals, both national and international.

Nació en 1965. Licenciado en Comunicación Social-Periodismo por la UFMG.

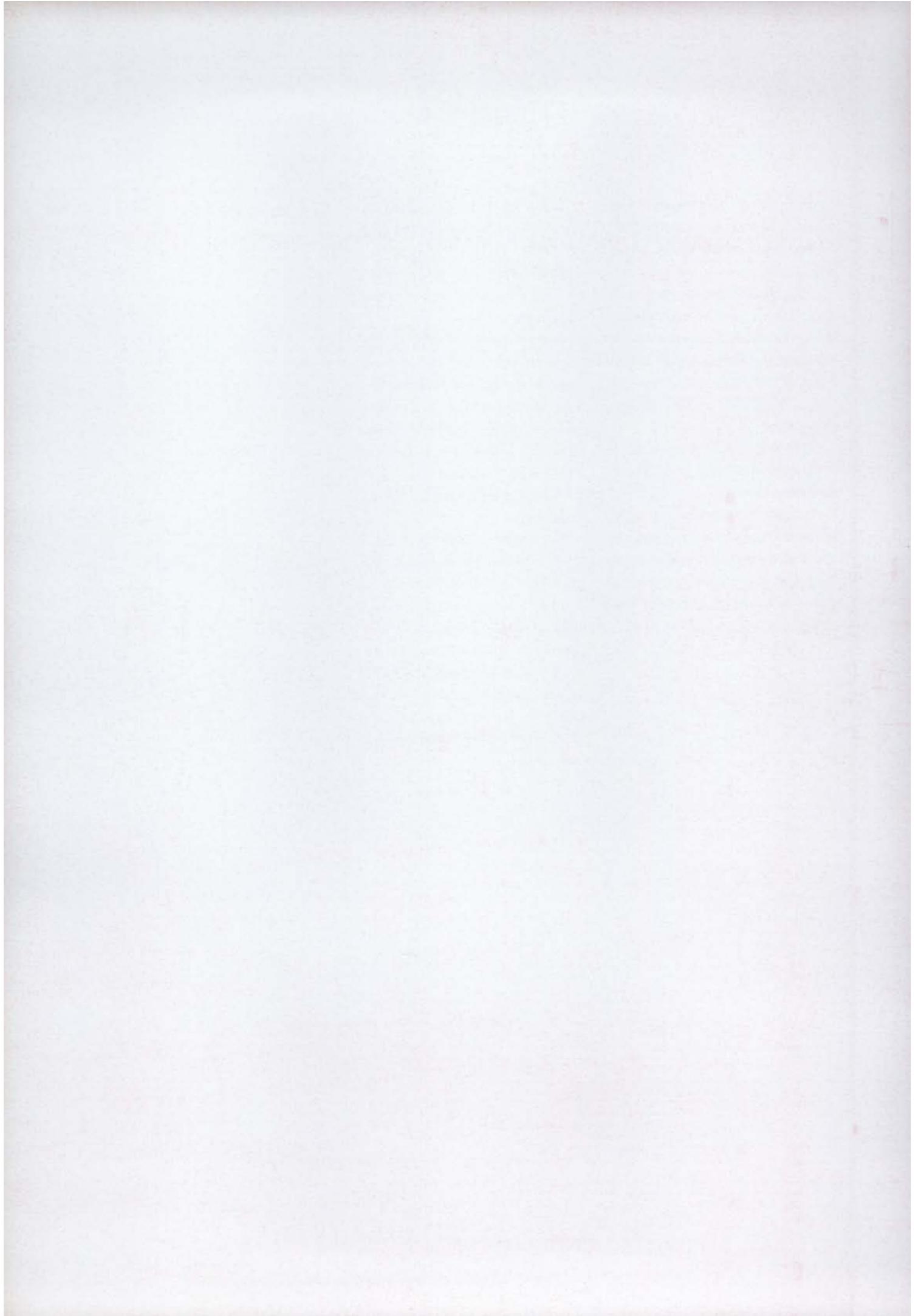
Realizador de videos e investigador de los lenguajes de los medios electrónicos.

Entre sus trabajos independientes, se incluyen instalaciones, obras interactivas, videoclips y videos experimentales. Fue uno de los creadores del Forum *BHZ Video, Festival Internacional de Vídeo de Belo Horizonte* y programador y comisario de videos del MIS, Museo de Imagen y Sonido de São Paulo.

Colaborador asiduo de eventos como el *Festival Mundial del Minuto* y el *Festival de Vídeo del Cono Sur*.

Es el creador y director de la Diphusa, institución que se encarga de representar artistas y distribuir obras en video y arte electrónica, a través de la cual organiza muestras y comisarías para diversos festivales e instituciones nacionales e internacionales.

### Lucas Bambozzi



# **SEMINARIO: DISTRIBUIR AUDIOVISUALES**

**SEMINAR: THE DISTRIBUTION OF THE AUDIOVISUAL MATERIAL**

**Enrique Bustamante**



Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid, y director del C.E.C. (Centro de Estudios de la Comunicación) de la Facultad de CC. de la Información.

Titular de la Cátedra UNESCO de Comunicación Internacional por las Universidades de Grenoble 3-Stendhal y Lyon 2 (curso 97-98) Director de la revista Telos (1985-1997).

Autor de numerosos artículos científicos y monografías sobre industrias culturales, comunicación audiovisual y nuevas tecnologías de la información.

Professor of Audiovisual Communication and Advertising at the Universidad Complutense in Madrid, and Director of the C.E.C. (Centre for Communication Studies) at the Faculty of Information Technology.

Unesco Chair of International Communication from the Universities of Grenoble 3 - Stendhal and Lyon 2 (academic year 97-98). Director of Telos magazine (1985-1997)

Author of numerous scientific articles on cultural industries, audiovisual communication and developments in information technology.

The deregulation of television, with the resulting increase in channels and expansion of broadcasting timetables, has given rise to an initial proliferation of the number of audiovisual programmes broadcast to people's homes and a parallel audience fragmentation. Pay TV has, since the mid seventies in the USA and since 1984 in Europe, stimulated an increase in programmes but, above all, has created an extensive and expanding doctrine of paying for audiovisual messages. Moreover, this process has been reinforced in many countries by the new media, such as cable and satellite, still in their analogue stage, which are financed by advertising or by viewers' payments.

The figures showing this increase in the demand for audiovisual programmes on the part of television stations are eloquent. The Delors White Book estimated at the end of 1993 that the 117 channels then in existence would reach 500 by the end of the century, and that broadcast hours would soar from 650,000 to 3,250,000 in the same period. And the European Audiovisual Observatory calculated as follows for the 15 EU countries in 1997: some 106 state channels and 303 independent channels, plus around 1,200 regional and local channels, without counting the 49 foreign channels directed at specific audience sectors or the 23 digital groups already set-up. In the case of Spain, we only need compare the less than seven thousand hours broadcast on television up to 1982 with the nearly 100,000 reached in recent years.

The main problem posed by this production, however, lies partly in the continued attraction of American programmes, which have witnessed a rapid increase in volume and value due to the demand for them, thereby aggravating the deficit of European programmes. At the same time, both state television, not yet free of crisis, and the emerging private stations have tended to maintain a large proportion of their own production in-house. Even when sustained demand has increased the value of national programmes and shown the added value of originality and innovation of independent production companies, TV stations have tended to use formulas of *financed* or delegated production, made largely with their own technical and human resources, thus exerting a rigorous control and holding onto the copyright for posterior use.

The consequences of this situation can be clearly seen in Spain: an emerging industry which is relatively important, but is

La desregulación de la televisión, con el consiguiente incremento de cadenas y la expansión de los horarios de emisión ha significado una primera etapa de crecimiento de la oferta de programas audiovisuales a los hogares y, paralelamente, una primera fragmentación de las audiencias. La Pay TV o pago por abono ha ocasionado por otra parte, desde mitad de los años setenta en los Estados Unidos y desde 1984 en Europa un nuevo aumento de programas pero, sobre todo, está haciendo una amplia y creciente pedagogía del pago de los mensajes audiovisuales. Además, los nuevos soportes como el cable y el satélite, todavía en su etapa analógica, financiados por publicidad o por el pago del espectador, han incrementado notablemente en muchos países este proceso.

Las cifras sobre este incremento de la demanda de programas audiovisuales por las televisiones son elocuentes. El Libro Blanco de Delors estimaba ya a finales de 1993 que los 117 canales existentes alcanzarían los 500 a finales de siglo, y las horas de emisión ascenderían de 650.000 a 3.250.000 para esas mismas fechas. Y el Observatorio Europeo del Audiovisual contaba ya para 1997 en la Europa de los quince unos 106 canales públicos y 303 privados, más unos 1.200 regionales y locales censados, sin contar con 49 canales extranjeros destinados a públicos específicos ni los 23 paquetes digitales ya establecidos. En el caso español basta comparar las menos de siete mil horas emitidas por la televisión hasta 1982 con las cerca de 100.000 totalizadas en los últimos años.

El problema de esta producción residía sin embargo, de una parte, en el atractivo mantenido de los programas estadounidenses, cuyo volumen y cuyo valor sobre todo han subido aceleradamente por la competencia, agravando el déficit europeo. De otro lado, las televisiones públicas aun en medio de su crisis y las televisiones privadas emergentes han tendido a mantener de forma interna una parte importante de su producción. Incluso, cuando la competencia prolongada ha llevado a revalorizar los programas nacionales y a demostrar el valor añadido en originalidad e innovación de las productoras independientes, las cadenas han tendido a utilizar fórmulas de producción *financiada* o delegada, fuertemente controlada, realizada en buena medida con los medios técnicos y humanos de las televisiones, y en donde el *copyright* para explotaciones ulteriores quedaba enteramente en mano de las televisiones.

Las consecuencias de esa situación pueden verse claramente ya en España: una industria emergente relativamente importante, pero

atomizada, separada de la industria cinematográfica, con riesgos escasos pero beneficios limitados; en cambio, unas televisiones de pesado aparato productivo, que sienten tentaciones de agigantarlo con la creación de *fábricas de ficción y fábricas de información* en su afán por capturar una mayor parte de los beneficios. Y como corolario de todo ello, un centralismo notable de la industria de producción que las televisiones autónomas no han sido capaces de romper en términos generales en las regiones en donde actúan.

Sobre este panorama europeo y español vienen a incidir las consecuencias de las técnicas digitales, principalmente en dos planos : el abaratamiento relativo de los soportes de difusión , y por tanto la multiplicación aun más rápida de la oferta de contenidos; y una aproximación más evidente -aunque ya existente previamente- entre los servicios audiovisuales y las telecomunicaciones. No insistiremos aquí sobre las consecuencias de todo tipo que se derivan de ambos efectos económicos y que nos alejarían de nuestro tema, pero es importante destacar que las tecnologías digitales actúan en definitiva como catalizadores de un proceso de desregulación y convergencia económica, de proliferación de la oferta y segmentación de los mercados que ya se daban en la televisión analógica.

En cambio, es preciso resaltar cómo la primera fase del proceso de digitalización, en el que todavía estamos, ha puesto el acento en la construcción de las redes, en sus infraestructuras y sus equipamientos. La obsesión de la política europea por el *hardware* de las nuevas redes de comunicación es una muestra significativa de esta fijación habitual en la historia por la tecnología dura, que olvida sistemáticamente los contenidos y los servicios a pesar de ser ellos los que han de justificar, social y económicamente, el tendido de esas nuevas redes. Y esta situación, simbolizada en los presupuestos dedicados por los programas de la U.E., se repite en cada uno de los países e incluso en las regiones europeas con escasas excepciones, a pesar de los numerosos fracasos soportados, como en el terreno de la RDSI o en las redes de cable de grandes países.

Sin embargo, como ocurriera en los satélites o en los grandes proyectos de cableado de los años 80, la importancia estratégica de los contenidos ha comenzado a abrirse paso en los últimos años tras una primera fase de proliferación de las redes. Primero, fueron los teóricos e investigadores quienes alertaron de que se repetía el absurdo dilema entre el huevo y la gallina. Luego, los consultores

divided into tiny parts and independent from the movie industry, with low risks but also limited profits. On the other hand, some television stations with heavy production machinery have been tempted to expand on a gigantic scale and create *fiction and news factories* in their desire to capture a larger slice of the profits. And as a consequence, we can see a centralised production industry which the television stations belonging to the autonomous provinces have not generally been able to break up.

This is the current state of affairs in Europe and Spain, now being affected by the consequences of digital technology, mainly in the following two ways: the relative reduction in the cost of broadcast media and the consequent, even faster, proliferation in the number of programmes, and the intensification of an already present convergence of audiovisual services and telecommunications. We shall not dwell here on the multiple consequences which derive from the economic effects of both, which would divert us from our main subject, but it is important to emphasise that digital technology definitely acts as catalyst in the processes of financial convergence and deregulation, of programme proliferation and of market segmentation already present in analogue television.

On the other hand, it is important to underline the fact that the first phase of the digitalisation process, still underway today, has concentrated on the construction of networks, on infrastructures and equipment. Hence the obsession, which is nothing new, seen in European politics for the hardware of the new communication networks, for hard technology, which systematically ignores both content and services, despite the fact that it is content and services which have to justify, both socially and financially, the installation of the new networks. And this situation, seen clearly in the E.U. budgets dedicated to the sector, is repeated in each of the European countries and even in the European regions, with few exceptions, despite the numerous past failures , as in the field of the RDSI or in the cable networks of large countries.

However, in the same way as happened with satellites or the large cable projects of the eighties, the strategic importance of content has started to gain ground in recent years, after an initial phase of network proliferation. Firstly, theoreticians and researchers warned that the absurd dilemma of the chicken and egg syndrome was being repeated. Then consultants advised that

content represented not only the main vehicle for network expansion, but also the strategic key to the repayment of the costly investment involved. Finally, the large telecommunications and communications groups have indicated in their strategic planning the need to control the main added value which lies, in networks conceived as markets, in the treatment, storage and sale of information. The metaphor of the *meter economy*, used to define the secret of the new networks, now applies not only to the controlling of the user's access key to the network (the decoder in television) in the same way as telephone, water or gas supplies, but also, and especially, to the markets' know-how and to the production of suitable information for those markets.

But what will these new audiovisual programmes and services be like? The digital offerings available by satellite or on the most advanced cable networks provide some interesting clues. To these we must add the interactive element which will be integrated according to the potentiality of each medium and the already discernible merging of some services, among them some Internet services, with digital television. Digital television is also bound to have a strengthening effect on regional and local television.

Mainstream channels will certainly remain attractive and will grow in number. Themed channels are already growing rapidly, concentrating on different genres and targeting sectors of the population. But there is a new type of channel emerging, aimed at viewers' particular leisure and professional interests. With interactivity and the modernisation of the networks, these services will become more attractive and efficient, opening up new areas, for example in the field of information and permanent training, making use of messages whose components and languages are more and more multimedia, and thereby broadening the field of audiovisual production to include genres that up until now have been of minority interest or have been ignored by traditional TV.

It is important not to exaggerate the short-term possibilities that all this opens up for the independent production sector of the industry. The effect of satellite digital TV has been, once again, a gaining of ground by the most attractive US programmes, with a presumable growth in the European audiovisual deficit. Many of the themed channels and service channels, will also draw partly

avisaron de que en los servicios radicaba no sólo el motor del atractivo de la expansión de las redes, sino también la clave estratégica de la amortización de sus costosas inversiones. Finalmente, los grandes grupos de telecomunicaciones o de comunicación han ido señalando en sus estrategias la necesidad de controlar el mayor valor añadido que radicaba, en unas redes concebidas como mercados, en el tratamiento, almacenamiento y venta de la información. La metáfora de la *economía de contadores*, con la que se intentaba definir el secreto de las nuevas redes, ya no reside sólo por tanto en el control de la llave de acceso del usuario a la red (el decodificador en la televisión) como en la telefonía, el agua o el gas, sino también y muy especialmente en el saber hacer de los mercados y en la producción de la información adecuada para ellos.

Pero ¿cómo serán esos nuevos programas y servicios audiovisuales? Los paquetes digitales ofrecidos ya por satélite o las redes más avanzadas de cable nos dan pistas interesantes. Habría que añadir las dosis de interactividad que se irán integrando según las potencialidades de cada soporte, y en la fusión ya divisada de ciertas modalidades y servicios de Internet con la televisión digital. Habría que sumar también las seguras consecuencias de la televisión digital –por ondas hertzianas, pero también por cable– para el reforzamiento de la televisión regional y local.

Los canales generalistas mantendrán, ciertamente, su atractivo y crecerán en número. Los canales temáticos aumentan ya rápidamente en formas cada vez más ajustadas a géneros y targets de población. Pero emerge un nuevo tipo de canal de servicios, orientados a aficiones concretas y cada vez más a los intereses profesionales de segmentos muy precisos de clientes. Con la interactividad, y la modernización de las redes, esos servicios se harán más atractivos y eficaces, abriendo nuevos campos en el dominio de la información y la formación permanente por ejemplo, derivando en mensajes cada vez más multimedia en sus componentes y lenguajes, ensanchando por tanto el terreno de la producción audiovisual hacia géneros hasta ahora minoritarios o marginalizados en la televisión clásica.

No se debería exagerar, a corto plazo, las posibilidades que todo ello da para una industria de producción independiente. Porque, en lo inmediato, el efecto de la televisión digital por satélite ha sido de nuevo una mayor competencia por los programas estadounidenses de mayor atractivo, con un presumible aumento del déficit europeo

en el audiovisual. Muchos de esos canales temáticos y de servicios, se alimentarán también en parte de productos globales, con el consiguiente impulso a la internacionalización del audiovisual y de los productos multimedia.

Pero junto a esos riesgos inmediatos, se abren nuevas posibilidades también. Las programaciones generalistas, los canales temáticos y de servicios exigirán también y cada vez más productos nacionales, regionales y locales, adecuados a las demandas de sus clientes. Las cadenas de televisión digital son además por naturaleza, entes difusores mucho más separados que sus precedentes de la función de producción. Los productores tendrán que trabajar para segundos y terceros mercados, algo insólito hasta ahora en Europa. Y las nuevas redes permiten una descentralización de la producción para todos los ámbitos como nunca había sido posible. A condición probablemente de trabajar con géneros, formatos y costes desconocidos en el audiovisual convencional, y de integrarse en redes de distribución interregionales y transnacionales.

He aquí, en síntesis, las posibilidades que se abren para una descentralización no sólo de la difusión sino también de la industria de producción. Ahí residen también las posibilidades de las regiones de generar una industria propia, que se constituya como sector punta de otras producciones en el campo audiovisual o multimedia. Pero eso exige una política regional capaz de conciliar su promoción de las redes y los servicios, de coordinar los esfuerzos de las empresas instaladas, públicas y privadas, de las Pymes muy especialmente, en ese proceso de producción y adaptación a las nuevas demandas. Estructura de formación, incluyendo especialmente la formación permanente, infraestructura de comunicaciones, tejido industrial de producción y entes regionales y locales de difusión constituyen así los elementos básicos para hacer frente a estas redes y esos retos del futuro.

on global products, boosting the internationalisation of audiovisual and multimedia products.

But together with these immediate risks, there are also new possibilities. Mainstream programming, themed and service channels will also require, and more and more so, national, regional and local products, adapted to their customers' requirements. Moreover, digital television channels, by their very nature, are much more independent than their predecessors were from the production function. Production companies will have to work for secondary and tertiary markets, something unseen up until now in Europe. And the new networks will permit the decentralisation of production in all areas in a way that has never before been possible. This will probably imply working with genres, formats and costs hitherto unknown in the traditional audiovisual world, and joining into interregional and transnational distribution networks.

Here then, in synthesis, are the possibilities opening up for a decentralization not only of broadcasting but also of the production industry. They also represent the opportunity for regions to generate their own industry, as a sector apart from other productions in the audiovisual or multimedia field. But in order for this to happen, local politicians must reconcile the promotion of networks and services, co-ordinating the efforts of state and private companies operating in the sector, particularly of small and medium-sized companies, in this process of production and adaptation to the new requirements. The basic elements needed to face up to these networks and the challenges of the future are a training structure, preferably on a permanent basis, a communications infrastructure, and the co-ordination of production with regional and local broadcasting entities.

Barcelona 1950. A degree in Philosophy and Arts (History of art) at the University of Barcelona (Universidad Autónoma de Barcelona). Production Assistant in RTF (Belgian radio television). Direction Assistant with the film directors Imanol Uribe, Ignacio F. Iquino, Pedro Masó, Allan Parker, Bigas Luna, Antoni Ribas, etc. Production Assistant in TV3, Broadcasting Director and Programmes director since 1986, in parallel with the production of more than 150 musicals and special programmes, etc. Director of outside production in TV3 in 1991. From 1995 to 1998 Artistic Director in the production company Gestmusic-Endemol. In the present moment today, he is working for Mercury SPG, SA.

Barcelona 1950. Licenciado en Filosofía y Letras (Historia del Arte) por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ayudante de realización en la RTF (Radio Televisión Belga). Ayudante de Dirección con los directores cinematográficos Imanol Uribe, Ignacio F. Iquino, Pedro Masó, Allan Parker, Bigas Luna, Antoni Ribas, etc. Realizador en TV3, Director de Emisiones y Director de Programas desde 1986 cargo que compagina con la realización de más de 150 programas musicales, especiales, etc. Director de Producción Ajena en TV3 en 1991. Desde 1995 al 1998 Director Artístico de la productora Gestmusic-Endemol, en la actualidad en Mercuri SGP, S.A.

### Jaume Santacana

## Géneros y formatos

En el panorama audiovisual actual, tan rápidamente cambiante en algunos aspectos, se constata una cierta estabilidad dentro de los cánones tradicionales en lo que se refiere a la unidad de las temáticas y, en cierto sentido, en su tratamiento.

La permanencia de una serie de *razas*, asumidas y asimiladas por el público desde épocas ya lejanas, no se ha visto esencialmente alterada por el frenético ritmo al que nos hemos visto sometidos des de el punto de vista de los avances tecnológicos, ni tampoco, aunque no en el mismo grado de intensidad, a causa de la fría, cruel y despiadada batalla librada con el único objetivo de alcanzar las mas altas cotas de participación popular, masiva, en que se ha convertido el fenómeno de la lucha por la audiencia.

En este sentido, la agrupación por contenidos (el género) pertenecientes a un mismo grupo de productos audiovisuales –destinados en su mayor parte al consumo televisivo– mantiene unas fronteras de corte clásico, retocadas, solamente, por ligeros matices formales que, o bien entremezclan diversos conceptos antes separados y distanciados entre sí, o bien localizan, particularizan, identifican una adaptación de las fórmulas a un medio concreto o a una audiencia segmentada.

Es decir: por un lado persiste el tipo de géneros de programas (hablando ya en términos de televisión) como documentales, ficción, informativos, entretenimiento, educativos, etc.; y, paralelamente en el tiempo, se han *creado, inventado*, unas determinadas formulaciones bajo el nombre de *docu-dramas, reality show, dramedia*, etc., algunas de las cuales provienen, como no podía ser de otro modo, ¿o si?, de avalanchas «invasoras» del mundo anglosajón, y mas concretamente de los Estados Unidos, que se presentan, una vez más, como los grandes experimentadores de las nuevas ofertas televisivas, convirtiéndoles, también una vez más, en los auténticos *reyes del mambo* en el territorio audiovisual universal.

Dentro del apartado de los *grandes clásicos*, citados en el anterior párrafo, los distintos géneros de programas han ido evolucionando con una cierta lógica y tendiendo a una especialización que las leyes del mercado han ido enmarcando en el tiempo, facilitando, de este modo, una mayor identificación con grupos determinados de la audiencia.

## Genres and formats

In the present audio-visual scene, so changing in some aspects, a certain stability can be observed with regard to the unity of the different subjects and, in a sense, their treatment within the traditional canons.

The permanence of a series of "races" assumed and assimilated by the public for a long time has not basically been altered by the frenetic rhythm to which we are subject because of the technological advances; nor has it been modified by the cold, cruel and relentless battle for getting the highest figures of popularity, which is the phenomenon of the fight for the audience at the present moment.

In that sense, when it comes to gathering subjects with similar contents (the genre) that belong to the same group of audio-visual products (most of them destined to the televisual consumption) a classical style is maintained and is only modified by formal light features. These characteristics can either mix several concepts that were clearly separated and distanced before, or place, particularize and identify an adaptation of the formulas to a specific environment or to a segmented audience.

That is to say: on the one hand, there still exists a genre that includes documentary, fiction, informative, entertaining and educational programmes. And, on the other hand, certain formulas have been created or invented under the name of *docudramas, reality shows, dramedia*, etc. Some of these inventions were introduced by the invading Anglo-Saxon avalanches and especially, by the United States, who, once again, are the great experimenters of the new television offers. This makes them become again the real *Kings of Mambo* in the universal audio-visual territory.

Within the section of the classical TV programmes, their different types have been marked by some kind of logic and have developed according to the specialization that the market forces have been imposing throughout the time, which facilitates a major identification with specific groups of the audience.

The documentary genre has divided into some sub-groups that in the end, do not necessarily satisfy the public to which they are

directed. Current affair programmes, documentaries of historical character, documentaries about ecology, nature, geography, tourism, wildlife, anthropology, races, people, their customs, etc. and even the investigative journalism are some of the examples of the natural polarization that the development of the environment has been producing and processing.

It is exactly the same phenomenon that comes about in the other main generic groups already mentioned. In the world of fiction, the difference in specialization between sitcoms, comedies, dramas, serials, theatre plays and series are not less important. In the same way, within one common type that comprises all the fiction films, there are evident differences in contents between serials of daily and weekly periodicity. The time of the day at which they are going to be broadcasted is also important and, at last, it is also significant if the serial is going to be broadcasted midweekly or at the weekend.

The newly invented types have only been created to satisfy the basic (and in some cases primary) needs of the biggest possible circles of the population, who are all potential consumers. This permits to increase the funds destined to produce other programmes (and/or to rise the benefits visibly of the big companies of the sector or beyond). And consequently, it allows to increase the capital of the big commercial and advertising companies.

With these objectives, the main TV channels, public or private, give importance to some specific programmes when it comes to organizing their programme plannings. And following this same line of thought, there are some genres and short programmes, like the reality shows that occupy the first places. Tough, personal and intimate stories are told by their main characters without any sense of shame or ridicule (everyone needs 10 minutes of glory and fame). They are coached by a presenter to assure the maximum spectacle in contrast to minimum accuracy and seriousness. Pure entertainment. New genre. Maximum audience.

Nowadays, (and I would not like to be too pessimistic) programmers' function lies basically in assigning part of each of the thematic groups to the audience, according to their direct interest. With regard to channels coherence, the creative game of programming, of satisfying people with other preferences (although they

Así, el género documental, se ha subdividido en subgrupos no necesariamente coincidentes en el objetivo final de la satisfacción del público al que van dirigidos. Documentales sobre hechos de actualidad, mas o menos reciente (*Current affairs*), documentales de carácter histórico, documentales sobre ecología, naturaleza, geografía, turismo, documentales sobre el mundo animal (*Wildlife*), sobre antropología, razas, pueblos, costumbres, e incluso cierto acercamiento a la información más pura (periodismo de investigación), son algunas de las muestras de esa especie de polarización natural que la evolución del medio ha ido procediendo y produciendo.

Exactamente el mismo fenómeno aparece en las otras agrupaciones genéricas principales ya citadas : en el mundo de la ficción la diferenciación no se presenta menor en cuanto a la especialización entre *sitcoms*, comedias, drama, culebrones, teatro televisivo, series, etc. Asimismo, dentro de un único genero común que engloba toda la ficción, hay evidentes diferencias de contenido en un culebrón destinado a franjas de periodicidad diaria y otro de frecuencia semanal, al igual que se pueden observar grandes matices (valga la curiosa expresión) entre un culebrón de post-mediodía y otro de noche ; o bien entre una serie para ser emitida entre semana u otra producida para el público de fin de semana.

En el apartado de los *inventos* genéricos de los últimos tiempos, la razón por la que han sido creados, responde, únicamente, a satisfacer las necesidades básicas (y en algunos casos *primarias*) de la capa más amplia posible de la población potencialmente consumidora, hecho a partir del cual se consigue engrasar las arcas destinadas a la producción de nuevos programas (y/o aumentar ostensiblemente los beneficios de los grandes grupos empresariales del sector o ajenos al sector) y, consecuentemente, ampliar el capital de las grandes empresas comerciales y publicitarias.

Con estos objetivos, las cadenas de televisión generalistas, públicas y privadas, conceden un grado de prioridades en el momento de construir sus respectivas parrillas de programación. Y siguiendo el mismo razonamiento, priman espacios y géneros del estilo de los *reality shows*: temas escabrosos, íntimos y personales, relatados sin ningún tipo de vergüenza ni sentido del ridículo por parte de sus propios protagonistas (todo el mundo *necesita* disponer de sus diez minutos de gloria y fama), y azuzados por un presentador entrena-

do para *proporcionar* en todo momento el máximo espectáculo, como contraposición al mínimo rigor y seriedad. Puro entretenimiento. Nuevo género. Máxima audiencia.

En la actualidad, y no me gustaría ser exageradamente pesimista, la función de los programadores consiste, en esencia, en repartir un porcentaje de cada uno de los grupos temáticos (los géneros) según el directo interés demostrado por la audiencia. El juego creativo de *programar* en función de una coherencia de cadena, de satisfacer otros gustos –quizás algo más minoritarios– de buscar nuevas fórmulas con imaginación, buen gusto, criterios sólidos, rigor y profesionalidad, está pasando a la historia.

Bajo este punto de vista, la parte optimista de cara al cercano futuro, consiste en la generalización de las cadenas temáticas, fenómeno que, además de atomizar y fragmentar las audiencias, va a producir un cierto aire de libertad en lo que se refiere a la selección por parte de cualquier telespectador, de su género preferido. Ahí es donde el género, en estado puro, va a volver a adquirir una prioridad de la que ahora adolece.

En otro orden de cosas, aunque nada alejado de lo anteriormente expuesto, el mundo de los formatos se ha desarrollado de la mano del conjunto de características que envuelven el panorama televisivo actual.

Nadie hablaba, hace bien poquitos años, de la expresión *formato*.

La acuñación de este nuevo término proviene, en sus raíces, de la feroz competencia que se ha desatado últimamente dentro del sector audiovisual y tiene como principal objetivo asegurar y preservar las ideas básicas (de contenido y de forma) que configuran la originalidad y peculiaridades de un determinado producto.

Si bien es cierto que las fronteras que limitan el *copyright* no siempre disponen de una nítida definición, también lo es que el alud de piratería generalizada, ha obligado a personas, productoras y centros emisores a intentar establecer una cierta regulación en este campo.

En un principio, la idea del formato debería responder a criterios de desarrollo de la creatividad, y en muchas ocasiones así

are a minority), of looking for new imaginative formulas are getting odd, as well as the good taste, the solid criteria, the accuracy and the professionalism.

From this point of view, the generalization of the thematic channels contributes optimistically to the next future. This phenomenon, apart from atomizing and dividing the audience into groups, gives freedom to any viewer when it comes to selecting their favourite type of programmes. That is how the genre (in its purest state) recovers the importance that is lacking nowadays.

Changing the subject, although not very much, the world of formats has developed thanks to a set of characteristics related to the present televisual scene.

A few years ago, nobody used the word *format*.

This new term was created because of the terrible competence that has been released lately within the audio-visual sector and its main objective is to ensure and preserve the basic ideas (in shape and meaning) responsible for the originality and the special features of a specific product.

Although it is true that the limits of the copyright are not always clear, it is also right that the generalized piracy has made people, production companies and broadcasting centres try to establish some kind of regulation in this sector.

Basically, the format should respond to the criteria concerning the creativity development and that is how it works on many occasions. However, reality shows that it has become a *battle zone* in the middle of the big war for the audience.

The buying and selling of formats is more important as a way of participating in this war than useful as an element to improve the quality of the channel planning.

Some time ago, buying formats from an outside source permitted to produce adaptations for a public whose location was different from the place of origin. The result of most of this kind of experiences has not been positive in many cases because, among other things, the production of a programme for a specific local viewer was

more economic than the transference of scripts, dialogues, situations and characters to another orbit sometimes near the Antipodes.

I think that it is not necessary to establish the links between genres and formats simply because they have already been established in this short writing unintentionally. Anyway, a deeper research of the whole subject with many known examples and international experiences will permit us to open debates and discussions that may have a positive effect on the comprehension of the present audio-visual phenomenon.

ocurre, pero la realidad demuestra que se ha convertido en una zona de combate en medio de la gran guerra por las audiencias.

El mercado de compra y venta de formatos se basa mayormente en disponer de armas contundentes (y de probada solvencia económica) para participar en esta lucha, antes que en un elemento a jugar para obtener un aumento de calidad en una programación.

Durante un tiempo, la compra de formatos de procedencia ajena, permitía producir adaptaciones destinadas al consumo de un público de localización distinta al del lugar de origen. El resultado de la mayoría de experiencias en este sentido, no ha sido en muchos casos, positiva, entre otras cosas porque, finalmente, era más rentable la producción de un espacio directamente dirigido a un *target* de espectador concreto y situado localmente (cultura, costumbres e idiosincrasia) en una geografía determinada, que el difícil traslado de guiones, diálogos, situaciones y personajes a otra órbita, a veces casi en las antípodas.

No creo necesario establecer, ahora, los vínculos que unen los conceptos de géneros y formatos, por el sencillo motivo de que ya han sido marcados en este breve escrito de una manera natural. De todos modos una mayor exploración en el terreno, con profusión de ejemplos conocidos y experiencias en el campo internacional, permitirá abrir nuevas expectativas de debate y discusión que pueden repercutir positivamente en la comprensión del fenómeno audiovisual actual.



### Juan Carlos de Miguel Bustos

Profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la facultad de Ciencias Sociales y de la Información de la Universidad del País Vasco. Licenciado en Económicas y Empresariales y en Filosofía y Ciencias de la Educación y Máster en Economía por la Universidad de Grenoble. Ha publicado diversos libros (p.e. *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Ed. Bosch Barcelona 1993) y artículos de investigación, así como realizado ponencias y estancias en diversos centros europeos (*GRICIS*, *CNET*, *HAVAS*, etc.) relacionados con las comunicaciones.

Professor of Audiovisual Communication and Advertising at the Faculty of Social Sciences and Information Technology of the Universidad del País Vasco. Degrees in Economics and Business Studies, and Philosophy and Education Sciences, and Master in Economics from Grenoble University. He has published several books (eg. *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Ed. Bosch Barcelona 1993) and research articles, as well as giving lectures and courses in different European centres (*GRICIS*, *CNET*, *HAVAS*, etc.) associated with communication.

## Marketing in the film industry. Some considerations

We could start by indicating that marketing is not an exact science in which marketing tools are unequivocally linked to sought-after results. It is more like a heuristic method which shows us what we shouldn't do.

The marketing of films is a complex process because the product comprises two fundamental component parts: a symbolic content and a medium, which is subsequently multiplied. In other words, the film industry is one of prototypes in which, in order to increase the value of the product, copies of it are made so that its contents may be sold in different places and at different times.

Due to its symbolic content and its uniqueness, this is a piece of merchandise which needs renovating. Its symbolic content has the effect of increasing the uncertainty of its sales on the market.

The film industry is highly internationalised, with one production and distribution centre –Hollywood– standing out, polarizing and controlling the world film market. This is why the income of American audiovisual companies from the European Union in 1995 was around US\$6,804 million, whereas the income of European companies from the USA totalled only US\$532 million, giving a European deficit of US\$6,273 million.

The prototypes of this industry are characterised by their high cost, which is on the increase, as are the marketing costs. Thus, in 1996, the average production cost of a US film was about US\$40 million and promotion costs added another US\$20 million, giving an average total cost per film of US\$60 million, way above the European norm.

The value chain of a film, as a product, is getting longer; its screening in cinemas is only one component. Thus, of the US\$1,305 million that Spaniards spend on films, only 35% corresponds to cinemas (31% to the video purchase and rental market and 34% to the paying TV channels). Merchandising should not be forgotten as a source of income; it also has a synergistic effect on the promotion of the film, thanks to the mass consumption of some symbol present in the film.

## Marketing en la industria cinematográfica. Algunas consideraciones

Podemos comenzar señalando que el *marketing* no es una ciencia exacta, que relate de manera unívoca los instrumentos de *marketing* con los resultados apetecidos. Más bien es un método heurístico que nos indica lo que no hay que hacer.

El *marketing* de películas es complejo porque el producto tiene dos componentes fundamentales: un contenido simbólico y un soporte, que después se multiplica. En otras palabras, la industria cinematográfica es una industria de prototipos, en la que para incrementar su valorización se realizan copias para poder así vender los contenidos en distintos lugares y en distintos momentos.

Debido a su contenido simbólico, y a su unicidad, se trata de una mercancía que es necesario renovar y dicho contenido simbólico incrementa la incertidumbre de venta en el mercado.

Otra característica específica es que es una industria muy internacionalizada, en la que destaca un centro de producción y distribución –Hollywood– que polariza y controla la industria cinematográfica mundial. Esto es lo que significa que los ingresos de las empresas norteamericanas del sector audiovisual, en la Unión Europea, en 1995, fueran de 6.804 millones de dólares USA, mientras que los ingresos de las empresas de la Unión europea, en USA, eran tan sólo 532 millones de dólares, lo que significa un déficit para la Unión europea de 6.273 millones de dólares.

Los prototipos de esta industria se caracterizan por sus elevados costes, que además son crecientes, lo mismo que los costes de *marketing*. Así, en 1996, los costes medios de producción de un film en Estados Unidos eran de 40 millones de dólares y los de promoción otros 20, lo que significa que un coste medio por film de 60 millones de dólares, muy por encima de lo que sucede en Europa.

El cine como mercancía tiene la característica de que su cadena de valorización se alarga. Esto significa que la exhibición en las salas cinematográficas es únicamente uno de los componentes. De esta forma, de los 1.305 millones de dólares que los españoles gastaron en películas, únicamente el 35% corresponde a las salas de cine (31% a la venta y alquiler de vídeo y 34% la televisión de pago). Como fuente de ingresos no debe olvidarse el *merchandising* que además tiene la particularidad de

afectar sinergéticamente a la publicidad de la película, mediante la masificación del consumo de algún símbolo presente en una película.

Resulta un lugar común señalar que el *marketing* es una idea norteamericana, que casa bien con las *majors* y no con el modo de hacer de Europa. En otras palabras, se suele oponer el *film-producto* (USA) al *film-obra* (Europa). Mientras que el primero se destinaría al mercado de masas, utiliza el *marketing* a lo largo de su cadena de valorización, tiene una venta mundial y presupuestos muy considerables, el *film-obra* se caracterizaría por exactamente lo contrario.

Es cierto que las *majors*, al estar integradas verticalmente –ya que producen y distribuyen sus *films*–, y dado la enormidad de los recursos que les caracteriza, las *majors* pueden concebir e implementar una estrategia de *marketing* única y coherente, espaciotemporalmente hablando. En el espacio, porque bien mediante filiales, asociaciones o en solitario, las *majors* distribuyen sus productos mundialmente. Temporalmente, porque diseñan la explotación del *film* a través de las denominadas ventanas de valorización, así como a través de otras actividades complementarias, como el *merchandising*.

En el caso europeo, la situación es distinta. La financiación de un *film* y la producción están separadas de la distribución y es más compleja que en el caso norteamericano, ya que la financiación es múltiple, especialmente en el caso de los productores independientes. Dicha separación supone además la imposibilidad de que haya una línea conceptual de *marketing* única. Incluso en el caso de que un distribuidor intervenga desde el principio de la concepción de un *film*, es muy corriente que el *marketing* comience una vez que el *film* ha sido acabado.

En Europa, los *films* independientes recurren a un intermediario –*sales agent*– que vende los *films* a distribuidores en cada territorio. Muchas de los principales agentes de ventas tienen su sede en Londres (*J&M Entertainment*, *Majestic Films*, *CiBy 2000*, ...) e intervienen directamente en la financiación de algunos *films*, generalmente en lengua inglesa. Para un productor es fundamental que un agente de ventas contribuya a la financiación de un *film*, porque esto va a significar un mayor compromiso y esfuerzo a la hora de venderlo. Estos intermediarios tienen además de un conocimiento del mercado internacional un poder de negociación mayores que el del productor individual, lo que les permite estudiar y buscar el distribuidor más interesante en cada territorio, según el tipo de *film* de que se trate. Aunque parezca paradójico es más

Marketing is known to be an American idea, which marries well with the major studios and not with the European way of doing things. In other words, the American and European types of film are usually diametrically opposed. Whereas the former is destined for the mass market, using marketing as part of its value chain with world sales and considerable budgets, the latter is usually distinguished as exactly the opposite.

The major film studios, with their vertical structure, including production and distribution, and enormous financial resources, can conceive and implement a unique marketing strategy, coherent in terms of time and space. In terms of space because, thanks to affiliated or associated companies, or on their own, the major studios distribute their products world-wide. In terms of time because they design the exploitation of the film through the so-called value windows, as well as through other complementary activities, such as merchandising.

The situation in Europe is different. The financing and production of films are kept separate from the distribution and the situation is more complex than in America, as the finance comes from several sources, especially in the case of independent production companies. This separation makes a unique conceptual line of marketing impossible. Even when the distributor is involved in the project from the very conception of the film, marketing generally begins once the film is finished.

In Europe, independent films use an intermediary –a sales agent– who sells the films to distributors in each territory. Many of the main sales agents are based in London (*J&M Entertainment*, *Majestic Films*, *CiBy 2000*, ...) and are directly involved in the financing of some films, generally in English. For a production company, it is fundamental that a sales agent contribute to the financing of a film, because this will mean a higher level of commitment to selling it. These intermediaries also possess, apart from a wide knowledge of the international market, a greater negotiating power than an individual production company, enabling them to locate the best distributor in each territory, according to the type of film. Although it may seem paradoxical, it is easier to produce a film than it is to distribute it. This is why many films never reach the cinema.

So, the first mission for a production company is to find an agent and motivate him to represent them abroad and to distribute the film. That motivation will depend on the elements present in the film (actors, director and genre), as well as on the past success of the people involved in the film. The figure of the sales agent is not only used by European production companies, but also by independent American production companies, who often use this type of intermediary to sell distribution rights on the international market.

Generally speaking, efforts are made to reduce the unpredictability of a film, that is, the uncertainty of whether it will be successful or not, by multiplying the elements present in it. So, a film may be seen because it features particular actors or actresses, because it has a particular director, is about a particular subject, has a particular director of photography, particular special effects, media coverage, prizes, because it has been successful in a particular area or country, has had high box office takings in record time, etc.

The more elements the film possesses, the easier it will be to interest the sales agent and to sell the rights to a distributor. In the movie industry, personal relationships are fundamentally important, but many transactions are initiated and carried out at the different international festivals and markets. There is a market sequence starting with the first one, which is when the idea is sold, and continuing until the film is finished and is presented at a Festival, which could be the fifth market, for example.

As the film takes shape and passes through the different markets, the marketing tools used multiply and take shape. So, in the first market, the general idea of the script, casting and director will be sold, and publicity, press conferences etc. are used. Afterwards, in the successive markets, photos of the actors and actresses during the shoot are presented, along with trailers and *showreels*, and some initial sessions are set up for the press or particularly influential collectives.

Any marketing handbook will indicate that the first step in the conception and designing of a marketing plan consists in the delimitation of the target audience. In principle, there are two ways of classifying audiences: by film genre or consumer type. From a

fácil producir un *film* que distribuirlo. Esto es lo que significa que muchas películas no lleguen a ser proyectadas en las salas.

Así, para el productor la primera misión es buscar un agente y motivarle para que le represente en el extranjero y para que el *film* sea distribuido. En esta motivación influirán los elementos presentes en el *film* (actores, director, y género), así como los éxitos que hayan cosechado las personas que interviene en el *film*. La figura del agente de ventas no sólo es utilizada por los productores europeos, sino también por los productores independientes norteamericanos, que muchas veces recurren a estos intermediarios para la venta de los derechos en el mercado internacional.

Con carácter general, se puede establecer que la aleatoriedad de un *film*, es decir la incertidumbre de si va a tener éxito o no, se intenta reducir multiplicando los elementos presentes en él. Así, un *film* puede ser visto porque aparecen determinados actores/actrices o un determinado director, por la temática, por la dirección de fotografía, por los efectos especiales, por la cobertura mediática, por los premios que ha obtenido, por el éxito en un determinado país o zona, o por un *box office* alto, alcanzado en un tiempo récord...

Cuantos más elementos pueda ofrecer un *film*, más fácil será interesar a un agente de ventas y más fácil será la venta de derechos a un distribuidor. En la industria cinematográfica son fundamentales las relaciones personales, pero muchas de las transacciones se inicien y se realizan en los diferentes festivales y mercados internacionales. En estos existe una secuenciación, que va, desde el primer mercado, en el que se vende la idea, hasta que el *film* está acabado y es presentado en un festival, que puede ser el quinto mercado, por ejemplo.

Debido a que el *film* va tomando forma conforme se recurre a los mercados, las herramientas utilizadas por el *marketing* van multiplicándose y tomando corporeidad. Así, en el primer mercado, se venderá la idea del guión, el casting, el director, a la vez que se recurre a las relaciones públicas (*publicity*), ruedas de prensa, etc. Posteriormente, en los sucesivos mercados, se van presentando fotos de los actores y actrices durante el rodaje, *trailers*, *showreels*, o se organizan primeras sesiones destinadas a la prensa o a determinados colectivos influyentes.

Cualquier manual de *marketing* va a señalar que el primer paso en la concepción y diseño de una acción de *marketing* consiste en la deli-

mitación del público objetivo. En principio, existen dos maneras de clasificar las audiencias: según los tipos o géneros de *film* o distinguiendo los diferentes tipos de consumidores. Desde un punto de vista del *marketing* esta es más interesante, porque permite delimitar mejor el tipo y contenidos de las acciones de *marketing*.

Una de las maneras de hacerlo es recurrir a criterios objetivables, como por ejemplo la edad de los destinatarios. Según datos de *Screen Digest*, en Italia, el 50% de la audiencia en salas corresponde a los jóvenes de 14-24 años, cifra que aumenta al 61% en Gran Bretaña y al 57% en España.

Por supuesto que el diferente comportamiento de los públicos de los diferentes países, en relación al cine, deberá implicar campañas de *marketing* diferentes, si bien, no deberá variar el posicionamiento general. Las *majors* en Estados Unidos y las distribuidoras en Europa, van a calcular el *box office* potencial. Con carácter general, se puede establecer que la aleatoriedad de un *film*, es decir la incertidumbre de si va a tener éxito o no, se intenta reducir multiplicando los elementos. Así, un *film* puede ser visto porque aparecen determinados actores/actrices o un determinado director, por la temática, por la dirección de fotografía, por los efectos especiales, por la cobertura mediática, por los premios que ha obtenido, por el éxito en un determinado país o zona, o por un *box office* alto, alcanzado en un tiempo récord...

Una vez identificado el público objetivo, el distribuidor debe considerar tres factores fundamentales: fecha de estreno, número de copias y lugares de estreno. Estas decisiones deben realizarse con bastante antelación, especialmente en el caso de las películas de las que se espera un gran éxito. La fecha del estreno es de una extrema importancia, ya que deberá estar relacionada con las prácticas y usos sociales relacionados con el cine. En este sentido, podemos decir que en la mayoría de países, la mayor afluencia de público a las salas de cine tiene lugar alrededor de las navidades (octubre a enero), siendo mayo y junio los meses de menor afluencia. Es por eso que en España, Disney estrena sus películas siempre en noviembre. Claro que además de considerar la época en que el público acude más al cine, deben tenerse en cuenta los festivales y sus mercados correspondientes, para explotar en su caso el premio o la mención alcanzada en dichos eventos. Debe también tomarse en consideración las fechas de estreno del resto de los *films*, especialmente los que estén dirigidos a un público objetivo idéntico, de manera que puede establecerse la necesidad del distancia-

marketing point of view, the latter is more interesting as it permits a better delimitation of the type and contents of the marketing plan.

One of the ways of doing it is to use objective criteria like, for example, the age of the end-users. According to information from *Screen Digest*, in Italy, 50% of cinema audiences are made up of young people of 14-24, a figure which rises to 61% in UK and 57% in Spain.

Of course, the way that audiences in different countries react to films must imply different marketing campaigns, although the main positioning should remain unaltered. The major studios in USA and the European distributors calculate the potential box-office takings. Generally speaking, efforts are made to reduce the unpredictability of a film by multiplying the elements in it. So, a film may be seen because it features particular actors or actresses, because it has a particular director, is about a particular subject, has a particular director of photography, particular special effects, media coverage, prizes, because it has been successful in a particular area or country, has had high box office takings in record time, etc.

Once the target audience has been identified, the distributor has to bear in mind three fundamentally important factors: the première date, the number of copies required and the places where it will be launched. These decisions must be made well in advance, particularly when the film is expected to be a great success. The première date is extremely important as there are a number of social customs and norms to be taken into account. For example, in most countries, the highest cinema audiences are recorded around Christmas (from October to January), and the lowest are recorded in May and June. This is why Disney always launches its films in Spain in November. As well as the trends in audience attendance, the film festivals and their corresponding markets must also be taken into account, in order to make the most of any prize or special mention that a film might obtain. The première dates of other films, especially those aimed at the same target audience, are also important and the simultaneous launching of two films with the same theme should be avoided. Also significant is the day on which a film is shown for the first time at the cinema; this varies between Wednesdays and Fridays, depending on which country you look at.

The next decision is the so-called exploitation strategy, which involves deciding how many cinemas will show the film. The same audience figures can be reached in a certain period of time and in a certain number of cinemas, or during a longer period of time in fewer cinemas. What's more, the exact location of the cinemas must be decided, taking into account which cities and even which cinemas to use.

Very high-budget films, aimed at the massive audiences and needed to recuperate the investment made, will have a massive exploitation strategy, because a film does not last very long in the cinemas. But an initial selection of some cities can work well, as a successful film will give rise to media coverage which will prepare the way for the film's launch in other cities. For specialised films, you can start with a limited number of copies, shown in a limited number of capital cities and subsequently add to them, on a weekly basis.

In any case, all possible channels and mechanisms of communication will be used to ensure that the launch is a success: press, radio, television and external advertising. One form of advertising that has emerged recently involves television programmes specialising in films; they show scenes and sequences from current films, interview actors and actresses etc.

The distributor tends to be better placed than the producer to design the devices destined to attract the film's target audience, such as posters and trailers. In Europe, distributors often have to design the marketing campaign once the film is finished, and they complain that this makes the posters, trailers and other graphic material used more expensive, mainly because the contents have to be adapted to the market, whereas a marketing strategy normally implies just the opposite.

The last step in the value chain of the film is the screening. In Europe, cinema audiences have been falling since the sixties, although there has been something of a recuperation since 1993. One of the factors that has influenced this recuperation has been the proliferation of multi-screen complexes. At the same time, the rise of the video and Pay-TV channels is considered to be a factor as, although they may be viewed as competitors to the cinema, they contribute to the creation of a film culture,

miento en el tiempo, especialmente en el caso de temáticas parecidas. Es también importante el día en que se estrena en salas, lo cual ocurre entre miércoles y viernes, dependiendo de los distintos países.

La siguiente decisión es la denominada estrategia de explotación. Se trata de decidir el número de salas en las que se va a presentar la película. Un mismo número de entradas se puede conseguir en un determinado periodo de tiempo con un número determinado de salas, o en un mayor periodo de tiempo con un menor número de salas. Además, deberán decidirse la ubicación de las salas: en qué ciudades e incluso en qué salas.

Los *films* de muy alto presupuesto, de los que se esperan grandes audiencias –necesarias para recuperar la inversión– tendrán una explotación masiva, ya que la vida de un film en salas es relativamente breve. Pero también cabe una salida en ciertas ciudades, que en caso de que la película tenga éxito va a generar una cobertura mediática que prepara el lanzamiento en otras ciudades. En el caso de *films* especializados, se puede comenzar con un número reducido de copias, en un reducido número de capitales, para después ir incrementándolas, semana a semana.

En todos los casos, se utilizarán todos los canales y mecanismos de comunicación posibles para asegurar el lanzamiento: publicidad en prensa, radio, televisión y publicidad exterior. Un tipo de publicidad reciente es el que tiene lugar a través de programas de televisión especializados en cine, en los que se muestran escenas y secuencias sobre películas de actualidad, se entrevistan a actores y actrices, etc.

Suele indicarse que el distribuidor está en mejor posición que el productor a la hora de diseñar los mecanismos destinados a atraer al público objetivo a quien está destinado la película, como los *posters* y los *trailers*. En el caso europeo, muchas veces el distribuidor está obligado a diseñar la campaña de *marketing*, una vez que la película está acabada, de ahí que se quejen de que esto encarece la realización de los *posters*, de los *trailers* y de todo material gráfico que se utilice, debido principalmente a que en este caso hay que relizar la adaptación de los contenidos al mercado, cuando una estrategia de *marketing* señala lo contrario.

El último eslabón en la cadena de valor del *film* es la exhibición. A partir de los 60, asistimos en Europa a una importante caída del consumo de cine en salas y desde 1993 a una cierta recuperación. Uno de

los factores que influyen en esta recuperación es la multiplicación de los complejos multicines. Junto a esto se suele considerar el auge de los mercados de video y de la televisión de pago, que aunque desde el punto de vista del ocio se consideran como competidores de las salas, contribuye a la creación de una cultura cinematográfica, que afectaría positivamente al interés del público por el cine y a la asistencia a las salas. Como esta disminución de la afluencia del público a las salas afectaba en primer lugar a las *majors* norteamericanas, estas fueron de las primeras en renovar la industria de la exhibición en Europa, en concreto a través de los cines multisalas, a mediados de los 80.

Un problema que deben afrontar los exhibidores es que los distribuidores suelen negociar con ellos bloques de películas, en los que cada título de éxito viene acompañado de otros menos exitosos. Resulta claro que las salas independientes tienen muchas menos posibilidades de negociación que los grandes circuitos, como el caso de Cinesa, de la que son accionistas la Paramount y la Universal.

En general, son los distribuidores quienes corren con los gastos de publicidad y de realización de copias (P&A), limitándose los exhibidores a la contratación de publicidad en la prensa local para anunciar el estreno del *film*. Resulta en este caso clara la ventaja de que gozan los exhibidores que también son distribuidores, porque además pueden planificar la fecha de estreno de los *films*, así como el tiempo que van a estar en las salas.

Los exhibidores además de la publicidad local pueden realizar otras iniciativas de *marketing*, que van desde la programación de films destinados a distintos segmentos de público (cine de arte y ensayo, películas en versión original, sesiones golfas, proyecciones temáticas, maratones de cine, etc). Últimamente, es común que las salas multicines elaboren una revista, en la que se da cuenta de los *films* activos en las salas, así como de los estrenos venideros.

Debemos señalar que también pueden influir sobre el precio de los *tickets*, estableciendo precios diferenciales, según tipos de público (estudiantes, jubilados), según asiduidad (bonos), según el día (día del espectador). Los precios de los tickets se caracterizan por su unicidad, ya que si consideramos una misma sala, los precios de las entradas de las distintas películas, con distinta duración, distintos contenidos y distintos presupuestos, cuestan lo mismo. También los precios, dentro de una misma ciudad tienden a ser idénticos.

which has a positive effect on the public's interest and cinema attendance. The major American studios were the first to renovate the screening industry in Europe, with the introduction of multi-screen cinemas in the mid eighties, as they were the principal victims of the reduction in audience figures.

One problem facing cinemas is that distributors tend to negotiate in terms of packets of films, so that one successful film will be accompanied by other less successful ones. Obviously, independent cinemas have far less negotiating power than the large circuits, like Cinesa, which counts Paramount and Universal among its shareholders.

Generally, the distributors pay for the advertising and the making of copies (P&A), and the cinemas are responsible only for taking out advertising in the local press to announce the film's launch. Those cinema groups who are also distributors have a clear advantage here, as they can plan the launch date as well as the length of time the film will be shown at the cinema.

Additionally, the cinemas may embark on other marketing initiatives, such as the programming of films aimed at a common target audience. Lately, the multi-cinema complexes have started publishing a magazine containing information about the films currently showing at the cinemas as well as the upcoming ones.

They can also influence the pricing of tickets, by establishing different prices for different members of the audience (students, pensioners), introducing season tickets and special prices for a particular day. Tickets prices are generally uniform, if we take into account that in any one cinema, the price of a ticket for different films, of different lengths, contents and budgets is the same. Prices also tend to be the same within the same city.

1979/84. A Degree in Law

Universidad Complutense Madrid

PROFESSIONAL EXPERIENCE

1996

Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) (Federation of Spanish Audiovisual Producers). Media Desk. Spain. Director.

1994/96

Secretaría General. Head of Legislative Development Service. Madrid.

1993/94

Dirección General Cooperación Cultural. Subdirección General Cooperación (General Department and Sub-department on Cultural International Cooperation). Head of International Relations Service. Madrid.

1992/93

Fundación Cultural MEDIA (Cultural Organization MEDIA) Proyecto Media Business School (Project Media Business School. EU Commission). Manager. Madrid. Coordinator Workshops Audiovisual Español 93. Madrid.

1990/91

Instituto Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA) (Institute of Films and Audiovisual Arts) (Ministry of Culture). Department Assistance. Head of Studies and Documentation Service. Madrid. National Coordinator Assistant to the EUREKA AUDIOVISUAL Programme. Expert Committee of Production, Distribution and Marketing of European Audiovisual Works (European Council). Spanish Representative of the Consultive MEDIA Programme 1991-95 (EU Commission). Spanish Representative of the Consultive Committee for the Programme MEDIA 1991-95 (European Commission). Ministry Coordinator Project Media Business School. Member of the Directive Transposition Workteam 89/552/EEC Radio and TV Broadcasting.

1979/84. Licenciado Derecho

Universidad Complutense Madrid.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

1996

Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE). Media Desk España. Director. Madrid.

1994/96

Secretaría General Técnica. Jefe Servicio. Desarrollo Legislativo. Madrid.

1993/94

Dirección General Cooperación Cultural. Subdirección General Cooperación Internacional. Jefe Servicio Relaciones Internacionales. Madrid.

1992/93

Fundación Cultural MEDIA (Proyecto Media Business School, Comisión UE) Administrador. Madrid. Coordinador Jornadas Audiovisual Español 93. Madrid.

1990/91

Instituto Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA, Ministerio Cultura). Unidad de Apoyo. Jefe Servicio Estudios y Documentación. Madrid. Coordinador Nacional Adjunto Programa EUREKA AUDIOVISUAL. Experto Comité Producción, Distribución y Comercialización Obras Audiovisuales Europeas (Consejo de Europa). Representante Español Comité Consultivo Programa MEDIA 1991-95 (Comisión UE). Coordinador Ministerial Proyecto Media Business School. Miembro Grupo Trabajo Transposición Directiva 89/552/CEE Radiodifusión Televisiva.

Jesús Hernández Moyano



Jesús Hernández es el Director del Media Desk, oficina del programa Media europeo en España.

*Jesus Hernández is the head of Media Desk, office of the European programme Media in Spain.*

## El sector del Vídeo en la Unión Europea. Acceso al mercado Europeo

### I. Introducción

La Comisión Europea, dentro de su Programa MEDIA II, ha establecido un mecanismo de estímulo al sector del vídeo consistente en un APOYO A LA EDICIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN VÍDEO Y MULTIMEDIA DE PELÍCULAS Y PROGRAMAS AUDIOVISUALES EUROPEOS.

El objetivo de la ayuda es fomentar la edición y distribución de catálogos de películas y de programas audiovisuales europeos recientes por parte de editores y distribuidores europeos, en todos los soportes de vídeo dirigidos al consumo doméstico (incluyendo videocasete, videodisco, CD-I y CD-Rom).

Para que el catálogo se considere elegible deberá:

- Incluir al menos tres obras europeas, y ser distribuido en su totalidad en el plazo de seis meses a partir de las siguientes fechas de presentación: 3 Abril 1998, para el período de estreno entre el 1 de Julio hasta el 31 de Diciembre 1998; y 25 de Septiembre de 1998 para el período de estreno comprendido entre el 1 de Enero y el 3 de Junio de 1999.

El catálogo solo podrá ser distribuido en aquellos territorios en los que el distribuidor tenga establecida una red comercial de distribución.

La concesión de la ayuda se ajustará a un procedimiento de selección y, en función de la disponibilidad presupuestaria, la Comisión seleccionará los editores y distribuidores de video/multimedia beneficiarios, conforme a los siguientes criterios:

- Total de películas y/o programas audiovisuales europeos propuestos para su edición.
- Porcentaje de películas y/o de programas audiovisuales europeos no nacionales incluidos en el catálogo.
- Presupuesto para la edición y distribución de las obras propuestas.
- Plan de edición y distribución (estrategia de marketing y distribución, actividades de promoción y publicidad, acuerdos de distribución, número de discos o cassettes en función de las expectativas del mercado).

The Video sector in the European Union.

Access to the European market

### I.- Introduction

The European Commission, within its programme MEDIA II, is promoting the video sector by SUPPORTING THE EDITION AND DISTRIBUTION ON VIDEO AND MULTIMEDIA OF EUROPEAN FILMS AND AUDIO-VISUAL PROGRAMMES.

This initiative has been taken in order to boost the edition and distribution of catalogues of the latest European films and audio-visual programmes on behalf of European publishers and dealers, for all types of video recorders for home use (including video cassette, video disc, CD-1 and CD-ROM).

The catalogue will only be eligible if:

- At least three European works are included , and its total distribution takes place within six months of the following presentation dates: 3 th April 1998, for the release period between 1st July to 31st December 1998; and 25th September 1998 for the release period between 1st January and 3 th June 1999.

The catalogue will only be distributed in those territories in which a commercial net of distribution has been established by the dealer.

The Commission will select the publishers and dealers to be beneficiaries in accordance with the following criteria:

- Total of European films and/or audio-visual programmes proposed for their editions.
- A percentage of films and /or audio-visual European programmes (Spanish are not in this section) included in the catalogue.
- Budget for the publication and distribution of the works proposed.
- Plan of publication and distribution (marketing and distribution strategy, activities of promotion and publicity, agreements on distribution, quantity of discs and cassettes depending on the market prospects).
- Valuation, by means of the catalogue proposed, of the different cultures in europe , especially of the works

produced in countries in which either the capacity of production or the linguistic or geographical area has its limitations.

The European Commission has given the operators in this sector some advice that they will have to take into account if they want to be beneficiaries of this programme:

- *European film or audio-visual programme:*

All fiction works (including cartoon films) or documentaries mostly produced by European companies and with a significant participation of European professionals.

All films and audio-visual programmes whose character is publicity, pornographic and racist are explicitly excluded. Those films and audio-visual programmes that make statement in support of violence will also be clearly rejected.

Special attention will be paid to films and audio-visual programmes directed to teenagers and children.

- *European audio-visual works or films (not Spanish)*

European films or audio-visual works will be considered as if they were national provided that they were made in member countries or they participated in the Programme Media with a percentage in the financing as high as possible. The rest of the countries will not be considered as national.

- *Distribution (cinema), edición (video), difusión (TV)*

All commercial activities designed to show to a wide audience a film or a TV programme in different types of video recorders. These activities might refer to the technical edition of the audio-visual work (dubbing/subtitling, copies, registration charges, etc.) or marketing and promotion (trailers and advertising material, commercials, etc.).

- *Multimedia or video editor*

All the European companies that, having previously acquired the edition rights of a film or audio-visual programme for a determined territory, are directly responsible for its edition (including video cassette, video disc, CD-I and CD-ROM). These companies also negotiate the dates and conditions of its launch and distribution expenses.

- Valorización, a través del catálogo propuesto, de la diversidad cultural europea, en especial de las obras producidas en los países con escasa capacidad de producción o de área lingüística o geográfica limitada.

A los efectos de estas ayudas, la Comisión Europea ha definido a los operadores en este sector de la siguiente forma:

- *Película o programa audiovisual europeo*

Toda obra de ficción (incluidas películas de animación) o documental, producida mayoritariamente por una o más empresas europeas con una participación significativa de profesionales Europeos.

Quedan explicitamente excluidas de las ayudas que se describen las películas y programas audiovisuales de carácter publicitario, pornográfico, racista o aquellas/os en los que se haga apología de la violencia.

Se prestará especial atención a las películas y los programas audiovisuales dirigidos al público infantil y juvenil.

- *Obra audiovisual o película europea no nacional*

Las obras audiovisuales o películas europeas serán consideradas como *nacionales* en aquellos países miembros o participantes en el Programa MEDIA que intervengan en la producción con el mayor porcentaje de participación en la financiación. En los demás territorios serán consideradas no nacionales.

- *Distribución (cine), edición (video), difusión (TV)*

Toda actividad comercial encaminada a poner en conocimiento de un público amplio una película o un programa de televisión en diferentes tipos de soportes. Esta actividad puede referirse a aspectos de edición técnica de la obra audiovisual (doblaje/subtitulado, realización de copias, expedición, etc...), así como a acciones de *marketing* y de promoción (realización de trailers y de material publicitario, adquisición de espacios publicitarios, organización de actos de promoción, etc...).

- *Editor de video o multimedia*

Toda empresa europea que, habiendo adquirido previamente los derechos de edición de una película o programa audiovisual para un determinado territorio, es directamente responsable de su edición (incluyendo video-cassette, videodisco, CD-I y CD-Rom), negocia las fechas y las condiciones de su lanzamiento en el mercado nacional, y asume los gastos de edición y distribución.

- *Empresa de producción/distribución independiente*

La independencia de las empresas de producción se determinará en función de los vínculos que esa empresa mantenga con uno o varios difusores de televisión, teniendo en cuenta los criterios siguientes:

- Participación de uno o varios difusores TV en el capital de la empresa.
- Relación comercial de la empresa con uno o varios difusores: en concreto, una empresa de producción no se considerará independiente si, en un periodo de tres años, más del 90 % de su volumen total de negocios ha sido generado por una misma empresa de difusión.
- Propiedad de los derechos de explotación de las obras producidas.
- Independencia creativa con respecto a los difusores TV.

La independencia de las empresas de distribución se determinará en función de los vínculos que esa empresa mantenga con uno o varios difusores de televisión, en términos de capital o comerciales.

Estos criterios se aplicarán teniendo en cuenta las características específicas de los sistemas audiovisuales de los distintos Estados Miembros, en particular en lo relativo a la evaluación de los vínculos comerciales entre empresas de producción y cadenas de televisión.

- *Empresa europea*

Toda empresa que sea propiedad directa o por participación mayoritaria de nacionales de los Estados Miembros de la Unión Europea (o de nacionales de otros países europeos participantes en el programa MEDIA), y que esté registrada en uno de esos países.

## II. Análisis: El vídeo como mercado cinematográfico al margen de las salas.

De un total de hogares en la UE estimado en 141 millones, más del 60%, es decir, 89 millones, estaban equipados al menos con un magnetoscopio en 1995, y cerca de 100 millones en 1996. En Estados Unidos, con un número de hogares menor (95 millones), está equipado el 83%, es decir 78 millones de hogares. Los índices de crecimiento de los mercados de magnetoscopios, dependientes de los respectivos niveles de saturación, son para el periodo de 1994-95 del 3,7% para la UE y del 0,6% para el mercado americano.

- *Independent production/distribution company*

The independence of the production companies will be determined depending on their links with TV networks and taking into account the following criteria:

- capital investment of TV networks in the company.
- commercial relationship of the company with networks: a production company will not be considered independent if, within three years, over 90% of the total volume of business has been generated by one TV network;
- possession of the operating rights of the works produced;
- creative independence in relation to the TV network.

Independence of distribution companies will be determined according to their links with TV networks, in both commercial and financial terms.

The criteria will be applied taking into account the specific features of the audio-visual systems of the member countries, and in particular regarding the evaluation of the commercial links between production companies and TV networks.

- *European companies*

All companies that belong either directly or for the most part to nationals of the member countries of the European Union (or to nationals of other European countries that take part in the programme MEDIA), and which are registered in one of those countries.

## II. Analysis: Video as a film market on the fringe of cinema

In 1995, roughly 89 out of 141 million households within the EU, that is to say, 60% of them had at least a magnetoscope. In 1996, the ratio amounted to almost 100 million. In the US, 78 out of 95 (83%) households have got one. The rate of increase of magnetoscope market depending on respective levels of saturation reached 317% in the EU and 0,6% in the US during the period of 1994-95.

Video management income represent about 16% of world audiovisual industry, with a surprising increase on sales over the last few years to the detriment of video renting which, nevertheless, has lightly risen since 1993.

Within the 15 members of the EU, the volume of video renting has stabilised in 640 million over the last few years. Sales increased from 92 million units in 1990 to 220 millions in 1995 nowadays surpassing in a 65% the income of rentals and with better results than those of European cinemas. It seems that there is still an important margin for the development of video renting because 40% of those having a magnetoscope do not buy pre-recorded cassettes; recent studies show that this sector and that of liberal activities together only represent 12.6% of the sales market opposed to 23.8% pensioners and 19.3 workers.

EU video management income, sales and rent inclusive, have excelled 5000 million ECUS for the first time in 1996. This industry, which noticed a moderate increase in international terms, keeps on rising in Europe (+7.8%) where the market in spite of being 10 times bigger than 10 years ago, has not reached the level of maturity of that of the US yet. The most powerful national markets are those of the UK with a 26% of total market of the EU, France (22%), Germany (16.5%). This set of markets with that of Italy and Spain represent 78.5% of the turnover in Europe.

If, in terms of genres, we analyse the European market, films, particularly US films, are the main segment with a 43% followed closely by children's programmes which represents 37%. The remaining 20% represents a segment apart from film that is made up of very different works: documentaries, sports, music and entertainment programmes. Editorial policies focus on offering a wide range of programmes, not only in films but also concerning audiovisual works. In 1996, many new titles came to enrichen the available repertoire, leading the British market the edition with 4600 titles that year.

In the US market, home-video sales, an estimated 16500 million dollars (15500 million ECUS) also grow (+7% in 1996). The increase of 30% from DISNEY income is the reason for the good noted results. A very efficient marketing policy based on car-

Los ingresos de la explotación en vídeo representan alrededor del 16% de los recursos de la industria audiovisual mundial, con un aumento espectacular estos últimos años de la venta en detrimento del alquiler, que, no obstante, ha experimentado cierto auge desde 1993.

En los 15 Estados Miembros de la UE, el volumen de alquileres se ha estabilizado en los tres últimos años en aproximadamente 640 millones. Las ventas pasaron de 92 millones de unidades en 1990 a 220 millones en 1995, superando hoy en día, en un 65%, los ingresos de los alquileres y con mejores resultados que los ingresos de las salas en Europa. Parece que todavía existe un importante margen de progresión para la venta de videos, puesto que un 40% de los dueños de magnetoscopios no compran *cassettes* pregrabados: recientes estudios demuestran que los cuadros superiores y las profesiones liberales sólo representan un 12,6% del mercado de la venta, frente a un 23,8% de pensionistas y un 19,3% de obreros.

Los ingresos del mercado de la explotación de video en la UE, incluidos la venta y el alquiler, han superado en 1996, por primera vez, los 5.000 millones de ECUS. Esta industria, que registró un crecimiento moderado a nivel mundial, continúa aumentando en Europa (+7,8%), donde el mercado, a pesar de su multiplicación por diez durante la última década, aún no ha alcanzado el nivel de madurez de Estados Unidos. Los mercados nacionales más potentes son los del Reino Unido, con un 26% del mercado total de la UE, Francia (22%) y Alemania (16,5%). El conjunto de estos mercados, con los de Italia y España, representan el 78,5% del volumen de facturación realizado en Europa.

Si se analiza el mercado europeo en función de los géneros, los largometrajes, en particular, las películas americanas, constituyen el principal segmento, con el 43%, seguidas del sector animación infantil, que se sitúa en el 37%, representando el 20% restante un segmento al margen de las películas, compuesto de obras muy diferentes: documentales, deportes, música y espectáculos. En las políticas editoriales se constata la voluntad de diversificar mucho la oferta, tanto en obras cinematográficas como en obras audiovisuales. En 1996, muchos títulos nuevos vinieron a enriquecer el repertorio disponible, siendo el Reino Unido el mercado líder en edición, con 4.600 títulos en 1996.

En el mercado americano, el consumo total de video doméstico, estimado en 16.500 millones de dólares (15.000 millones de ECUS), ha experimentado también un incremento (+7% en 1996). El aumento del 30% de los ingresos DISNEY es la causa de los buenos resultados registrados. Una muy eficaz comercialización en la venta de películas de animación dirigidas al público infantil continúa siendo la base del éxito de la compañía, confirmando así la evolución positiva del colecciónismo de video en los hogares. De esta tendencia de consumo están empezando a aprovecharse también los títulos de acción.

El papel central del mercado del video en la industria cinematográfica se pone de manifiesto en Estados Unidos, donde los ingresos totales del mercado de la venta de video pasaron de 7.000 millones de dólares (6.400 millones de ECUS) en 1995 a 8.300 millones de dólares (7.500 millones de ECUS) en 1996, y donde la distribución en soporte video representa más del 40% de los ingresos de un largometraje, frente al 20% de la exhibición en salas. La venta directa de productos audiovisuales envasados (video, *laser disc* y pronto *DVD*) está incrementando su importancia dentro de las fuentes de ingresos de las industrias cinematográficas y de las compañías de televisión.

No obstante, hay que señalar que el resurgir del video no puede considerarse completamente estable. En el año 1998 aparecerán nuevos competidores por el tiempo del ocio y por el consumo. Habrá más películas en la televisión, por lo que las necesidades de alquiler y venta serán menores. La llegada de la televisión digital, y especialmente el suministro de películas mediante *PPV*, *VoD* y *nearVoD*, así como la televisión Internet y el formato *DVD*, constituirán una seria amenaza para el mercado del video.

El lanzamiento en 1998 del *DVD* (*Digital Versatile Disk*) en Europa va a suponer una etapa importante en la oferta de programas en soportes pregrabados. Este nuevo soporte digital está llamado a convertirse en una nueva fuente de crecimiento para los editores, y debería conducir a una nueva manera de consumir el cine en casa. Además de su buena resolución (500 puntos por línea frente a 430 en el *laserdisc* y 250 en el *cassette VHS*), el *DVD* ofrece una mejor calidad de sonido que el CD audio, a la vez que propone a los consumidores una serie de funciones interactivas (hasta 8 idiomas y alrededor de 32 versiones subtituladas), así como la posibilidad de elegir tanto el formato 4/3 como el 16/9.

toon film sale for children, keeps on being the key of its success as it shows the evolution of home-video collecting. Action titles are taking advantage of this consuming tendency.

The main role of video market regarding the film industry is clearly shown in the US where the total management income increased from 7000 million dollars (6400 million ECUS) in 1995 to 8300 million dollars (7500 million ECUS) in 1996 and where the distribution of video tape represents over 40% of film income, opposed to 20% of that of cinemas. Direct sales of audiovisual products (video, *laser disc* and soon *DVD*) is increasing its importance within the sources of income from film industry and TV companies.

Nevertheless, there is need to say that video resurgence can not be considered completely stable. By 1998, new competitors in search of leisure time and consume will appear. More films will be displayed on TV, thus renting or selling will not be necessary and will decrease. With the arrival of digital TV, especially *PPV*, *VoD* and *nearVoD*, along with Internet TV or *DVD* format will be a serious threat for the video market.

The launching of *DVD* (*Digital Versatile Disk*) in Europe in 1998 will mean an important stage in the offer of programmes in pre-recorded devices. This new digital item is called to become a new source of increase for editors and should lead to a new way of consuming cinema at home. Apart from its good resolution (500 dots per line instead of 430 in a *laser disc* and 250 in a *VHS cassette*) *DVD* not only offers a better sound quality than that of CD audio, but at the same time, a range of interactive functions (up to 8 foreign languages and about 32 dubbed versions), or the possibility of choosing both 4/3 16/9 formats.

However, recent studies prove that this forthcoming technology is not going to stop the existence nor the development of so popular medium as is *VHS* which will become the essential outlet for recorded audiovisual programmes within the next few years.

With this estimation of the European Commission, would be concluded this short report to be included into the Festival Catalogue. Nevertheless, on the 29th other relevant aspects of

this industry will be analysed, which can be of great interest to those participating in the sessions. They are mentioned as it follows:

- III. European Audiovisual Observatory (Statistical Yearbook, 1997):
  - III.I. Number of video edition and distribution companies.
  - III.II. Software Offer.
  - III.III. Consumer Expenses.
  - III.IV. General Trends.
  - III.V. Percentage of sales and renting of video cassettes.
- IV. Distribution of Video and Multimedia (The MEDIA II Programme / Birmingham Audiovisual Conference, 6-8 April, 1998).
- V. Video Lives a Transition Stage.
  - V.I. Without Relevant Titles.
  - V.II. Slow Down.
  - V.III. Video Updating.
  - V.IV. International Duplicators.
- OEA. Statistical Yearbook
- 2 IDATE
- 3 Screen Digest, SEV, IVF

Adams Media Research

C. Brown *The new economics of audiovisual production* (Financial Times, 1997).

However, other specialists share the opinion that bad programmes on some TV channels as well as high quality of video titles will guarantee its rental and selling height.

No obstante, los últimos análisis confirman que la aparición de esta tecnología no va a paralizar la existencia ni tampoco el desarrollo de un soporte tan popular como el VHS, que constituirá en los próximos años el mercado esencial para los programas audiovisuales grabados.

Con esta valoración de la Comisión Europea, se daría por finalizado esta breve ponencia para su inclusión en la Catálogo del Festival. Sin embargo, el día 29 se analizarán otros aspectos de esta industria que pueden ser de interés para los participantes en las Jornadas. Se citan de forma enunciativa los siguientes:

- III. European Audiovisual Observatory (Statistical Yearbook 1997):
  - III.I. Número de empresas de edición y distribución de vídeo.
  - III.II. Oferta del Software.
  - III.III. Gastos de Consumidores.
  - III.IV. Tendencias Generales.
  - III.V. Número de ventas y alquileres de vídeo cassettes.
- IV. Distribución de Video y Multimedia (*The MEDIA II Programme / Birmingham Audiovisual Conference –6 a 8 de abril 1998–*).
- V. Video Vive una Etapa de Transición:
  - V.I. Sin Grandes Títulos.
  - V.II. Ralentización.
  - V.III. Modernización del Video.
  - V.IV. Duplicadores Internacionales.
- OEA. *Annuaire Statistique*
- 2 IDATE
- 3 Screen Digest, SEV, IVF

Adams Media Research

C. Brown *The new economics of audio-visual production* (Financial Times 1997).

Sin embargo, para otros especialistas, la mala programación de las cadenas de televisión, así como la existencia de títulos de gran calidad garantizarán un apogeo tanto del alquiler como de la venta de videos.

## Knut Gerwers

Nacido en agosto de 1965. Sus primeros trabajos en la técnica del video tuvieron lugar en 1987. En 1989 realizó su primer video, *Kopflöcher*. Tuvo a su cargo el archivo de los mejores videos en el *Festival de Video Europeo para Jóvenes* de 1990. Desde 1989 trabaja para Transmedia, en el *VideoFest Berlin* en la selección del programa, concepto y organización. Es autor de numerosas obras como, por ejemplo:

### *Slaves of Inheritance, Part I*

Premio al mejor trabajo experimental en video en el *Festival de Video y Super-8 de Bruselas*. Mención especial en el *Festival VideoFormes, Clermont-Ferrand*.

### *Zeit Messer / Time Knife or:*

*Clock Face*. Primera muestra en el *Videofestival Kassel*. Video-teatro *Schnittstelle*, dir: A. Dillenberger.

*The Grandinquisitor*, video-teatro en directo con Hermann Treusch, en la Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz, Berlin. ETC.

Born Aug. '65. first works on video. 1989, first full length video-piece *Kopflöcher / Headholes*. Commissioned for the archive of the best videos at the European youth video festival 1990. Since 1989 he works for Transmedia at the *VideoFest Berlin* in the programm selection and concept and organization. He was made many video-art tapes and installations, like for example:

### *Slaves of Inheritance / Part I*

Price for the best experimental video work at the Video Festival and Super-8 in Brussels, Special mention at the *VideoFormes* festival, Clermont-Ferrand.

### *Zeit Messer / Time Knife or:*

*Clock Face*. Premiere exhibition at the Videofestival Kassel. Video theatre project *Schnittstelle* - dir: A. Dillenberger.

*The Grandinquisitor* - video-live-theatre with Hermann Treusch - at the Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz, Berlin. ETC.

**Curatorial work / presentations / lectures**

1989-1998

Work for the transmedia / VideoFest Berlin:  
concept and programme selection and presentation.

Trabajos de dirección,  
presentaciones y conferencias

1989-1998

Trabajos para Transmedia, *VideoFest* de Berlin: concepto, selección de programa y presentación.

1997

*VideoFestival Pamplona : The Festival in the Age of its Technical Dis/solution. Web-Wise-Art-Sites / New Media Art from the UK and Germany.*  
A selection of new artistic media projects from the UK and Germany at the Hong Kong University for Science and Technology - in collaboration with the Goethe Institute, Hong Kong. Curation and organization of «Berlin Alchemie»

1997

Conferencia en el *Mediasimposio y Videofestival* de Pamplona: *The Festival in the Age of its technical dis/solution* Febrero 1997, dirección y presentación de la muestra: *Web-Wise-Art-Sites / New Media Art* procedentes del Reino Unido y Alemania. Abril 1997, dirección y organización de *Berlin Alchemie*.

1997/98

Curation of the internet-part of the Media-catalogue and member of the traveling festival *Medien Kunst Aktuell*.

Curation of an extensive presentation of Multi-Media artworks from Berlin (video / CD-ROMs and internet projects) - incl. lectures and workshops.

1997-1998

Dirección de la sección de *internet* del Media-catálogo y conjunto de la muestra itinerante *Medien Kunst Aktuell*.

Dirección de una amplia presentación de trabajos multimedia procedentes de Berlin (vídeo, CD-ROMs y proyectos en *internet*), con conferencias y talleres.

## Arte [¿] online [!]

### La lentitud y los pensamientos sobre la red de nervios

Todos lo hemos oido: la red es el [medio del] futuro.

El futuro va a ir lento o, más exactamente: el medio más rápido del futuro rápido es actualmente uno de los más lentos en cuanto a sus capacidades productivas. Una realidad paradójica, que siempre es un buen estado para producir arte.

Las limitaciones pueden ser una inspiración esencial para mentes y artistas ingeniosas. Muchas de las grandes obras de arte salieron de conflictos con un infinito número de limitaciones. Así, gracias a Dios, no tenemos aún las Autopistas de Datos prometidos y los 500 canales de televisión *online*.

Pero echemos un vistazo a algunos límites que la red[arte] ha estado, o está, en proceso de romper.

#### *El GRAN Paso*

La red y el arte en/de la red aún se producen en nuestras pequeñas cajas computacionales. Hace bastante tiempo, ellos empezaron su cruzada fuera de las oficinas en nuestras salas de estar – convirtiéndolas en híbridos espacios de trabajo, descanso, juego, y posiblemente la creación del arte. Fabuloso.

Un espacio cotidiano combinado con todas las ofertas virtuales para convertirse en un genio de bajo presupuesto y autodidacta del arte[red] en sólo unos cuantos meses [semanas, años... , ¿quién sabe...?]

Es la profanidad y el éxtasis –todo en una pequeña caja– divididos por [posiblemente] un mero *click* del ratón.

Todo esto podría sonar algo divertido, pero también podría significar un paso serio e importante en el camino para concebir, crear y reconocer el arte.

Otro buen resultado podría ser que la etiqueta *ARTE* en sí misma pierde más y más importancia en el proceso de la hibridación continua y una accesibilidad mucho más fácil en lo que respecta a producir TI (Tecnología Informática) por su cuenta.

## Art [?] online [!]

### Slowness and thoughts on the net of nerves

We all heard it: The net is the future.

The future is going to be slow - or, more exactly: the fastest medium of the fast-future is currently one of the slowest in terms of it's productive abilities. A paradoxical reality - which is always a good state-of-being to produce art in.

Limitations can be a great inspiration for inventive minds and artists. Tons of great art-works came out of struggles with an infinite number of limitations. So, thanks God we don't have the promised Data-Superhighways and 500 online-TV channels yet.

But let's look at some limits that the net[art] has been - or is in the process of breaking.

#### *The BIG Crossover*

The net and the art on / of the net still happens in our little computational-boxes. Quite some time ago they've began their crusade out of the offices into our living rooms - turning them into hybrid spaces of work, rest, play and possibly the creation of art. Fabulous.

An everyday workspace combined with all the virtual offerings to become a self-taught low-budget genius of [net]art in just a few months [weeks, years...who knows...?]

It's profanity and ecstasy - all in one little box - divided by [possibly] just one mouse-click.

This all might sound sort of funny but could as well mean a serious great, great step in the way we conceive, create and recognize art.

Another good outcome might be that the label 'ART' in itself gets more and more unimportant in the process of continuous hybridization and a much easier accessibility in terms of producing IT yourself.

Just where would you draw the line between good craftsmanship and art?

Commercials, news, all kinds of work, play and ...well, art are happening in the same box[es] - and the basic rules are more or less the same for all of these different elements when it comes to defining a good web-project. This IS quite something, as it brings [back] art closer to the *everyday life* - eventually it is a fusion-media, combining virtually elements of all art- and lifeforms.

The Internet is probably the medium which shows most clearly the impossibility and the obsolete idea of a fixed concept of an artform.

Beuys would have loved it. His often misunderstood statement that «Everyone is an artist» gets a few steps closer to its twisted [virtual] reality.

Anyway... the subject is:

#### *Art on the net*

To be more specific we should address this subject as *art under net-conditions*.

The question that keeps popping up frequently: is the Internet generating a new art form of its own?

This question is as tough (and possibly) boring as the stone-age-old question of *what is art, anyway?*

However, there are criteria that define a good web-project. Here are some keywords that define the conditions of artworks - or working on art [or any other given project] on the net:

#### *minimalism*

The bigger the ever-growing pressure of the masses of data on the net, the greater the need to minimize your own offerings - without losing the actual content.

¿Dónde exactamente dibujaría usted la línea entre la buena artesanía y el arte?

Los anuncios, las noticias, toda clase de trabajos, juegos y... claro, arte, se suceden en la[s] misma[s] caja[s] - y las reglas básicas son más o menos las mismas para todos estos elementos diferentes cuando se trata de definir un proyecto de un buen *web*. Esto en sí ES bastante, puesto que vuelve a situar al arte más cerca de la vida *cotidiana* (al fin y al cabo, es una fusión-medio, combinando elementos virtuales de todo el arte) y a las formas de vida.

Internet es probablemente el medio que muestra con mayor claridad la imposibilidad y la idea obsoleta de un concepto fijo de una forma de arte.

Beuys lo habría amado. Su afirmación, a menudo incomprendida, de que *Todo el mundo es artista* se encuentra a muy pocos pasos de su torcida realidad [virtual].

De todos modos,...la cuestión es:

#### *El arte en la red*

Para ser más específico, deberíamos enfocar este tema como *arte bajo las condiciones de la red*.

La pregunta que aparece inesperada y con frecuencia: ¿genera internet una nueva forma de arte, propia?

Esta cuestión es tan ardua y (posiblemente) aburrida como la vieja cuestión de la Edad de Piedra de *¿qué es el arte, de todos modos?*

Sin embargo, hay algunos criterios que definen un buen proyecto de *web*. Aquí, hay algunas palabras claves que definen las condiciones de las obras de arte, o de trabajar en el arte [o cualquier otro proyecto dado] sobre la red:

#### *minimalismo*

Cuánto más grande es la incipiente presión de las masas de los datos en la red, mayor es la necesidad de minimizar sus propias ofertas - sin perder el contenido actual.

El minimalismo es una virtud en casi cualquier forma de arte – pero en ninguna otra parte, es tal su necesidad inherente.

Actualmente, ÉSTA es posiblemente la forma de arte más grande de la red. Una *lucha* constante contra la corta dimensión, siempre en descenso, del espacio de atención de las comunidades globales.

#### *fragmentación*

La construcción y la de[con]strucción de los contenidos iniciales son los elementos más importantes cuando se trata de concebir CUALQUIER clase de proyecto para un medio no-lineal. Es un poco el trabajo de un doctor: necesitas saber dónde puedes cortar exactamente la carne sin matar al organismo entero, al tiempo que se mantienen vivos los nervios que más tarde lo [re]conectarán con los otros trozos ya cortados que se encuentran próximos a él en el espacio de datos. Trata de definir la estructura narrativa inherente de una idea/contenido compleja/o – sea ficticio u objetivo. Un *website* (una página *web*) [complejo] es un montón potencial de fragmentos, las piezas individuales de las que se configuran por el usuario, aunque de formas muy diferentes.

Pero para hacer que este proceso interactivo se produzca, lo que idealmente culminaría la obra de arte-red, es inevitable crear previamente los cortes y las reconexiones precisas, para crear una red de estilo propio.

#### *pensamiento sináptico*

Tras haber fragmentado y no linearizado su contenido y sus conceptos, uno tiene que conectar el *puzzle* entero otra vez. La descripción más apropiada para estas estructuras de datos fluctuantes e hiper-relacionadas es probablemente la de red-nervio. Una nube digital de datos, que contiene formas híbridas de grupos de información, que sólo funcionarán bien, si están conectados de forma apropiada/aprovechable, similar a la de los circuitos eléctricos. Una similitud aún más fuerte o incluso un modelo para esta combinación es la red humana de nervios, y especialmente la estructura cerebral del ser humano, cuyas líneas de nervios de datos sinápticos combinan circuitos de lógica con áreas que proporcionan respuestas emocionales, imaginación, pensamiento asociativo, etc.

Minimalism is a virtue in almost any artform - but nowhere else it is such an inherent necessity.

Currently THIS is possibly the greatest net-artform. A constant *fight* against the ever decreasing shortness of the global-communities attention span.

#### *fragmentation*

The construction and de[con]struction of the initial contents are the most important elements when it comes to conceiving ANY kind of project for a non-linear medium. It's a bit of a doctor's work: you got to know where exactly you can chop the meat without killing the entire organism and while keeping alive the nerves that'll later [re]connect it to the other chopped-off bits hovering next to it in dataspace. It's about defining the inherent narrative structure of a complex idea / content - be it fictional or factual. A [complex] website is a potential heap of fragments, the individual pieces of which are brought into shape by the user - albeit in very different ways.

But to make this interactive process happen - that'll ideally complete the net-artwork - it's inevitable to to create the right cuts and re-connections before - to create a net of your own.

#### *synaptical thinking*

Having fragmented and non-linearized your content and concepts, one has to connect the whole puzzle again. The most suitable description for these fluctuating and hyperlinked datastructures is probably a nerve-net. A digital cloud of data, containing hybrid forms of information clusters - that will only work well, if they are connected in a suitable / workable way - similarly to electrical circuits. An even stronger similarity or even a model for this combination is the human net of nerves - and especially the human brain-structure, where synaptical data-nerve-lines combine circuits of logic to areas providing emotional responses, imagination, associative thinking etc.

It is this combination, that makes a human tick, think, feel, work ...altogether - the better the connections the more intelligent and sensitive the human user will function.

The same goes for the structure of any web-project - call it art or anything else. So, the basic metaphor on building a webart-project is, to find / construct the perfect synaptical structure for it.

A nervous-system of hyperlinks that blows the online-life into the entire organism of the project.

It should be complex enough to hold the interest of the explorers coming from outside of the system - and at the same time transparent enough, so that it does not create a net neurosis-syndrom-and frustrated visitors, never to be seen again.

The right way of structuring your content eventually means also programming the visitor - resp. his or her's attention. It also means to foresee possible response-patterns. In this way it is an interactive way of working, even in the state of conceiving a net[art]work.

#### *layered contents*

This is really a submenu to the synaptical approach of structuring content.

The necessary concepts of minimalism and fragmentation of dataclusters do not mean that all substantial and king-sized portions of data have to be avoided by all means.

No other medium like the net is offering / demanding the connection of complex subjects, artistic elements etc. This is asking for new ways of conceiving all kinds of content / artworks - borrowing a lot from the techniques of cut-up's and re-sampling your own and possibly foreign data.

Think of it as a pool of artistic data. The next level should shine through and stimulate the users continuous appetite / attention. And it should be remembered that there are still users that don't mind a few screen-full's of text / material on a subject that is of REAL interest to them. If you offer a big coffer of valuable data, it's 'simply' on of your tasks to lure the visitor into the deepest and frequently expanding data-depths.

Es ésta la combinación que hace al humano desenvolverse, pensar, sentir, trabajar... todo junto: cuánto mejor son las conexiones, más inteligente y sensible el usuario humano *funcionará*.

Lo mismo sucede con la estructura de cualquier proyecto de *web*, llámemoslo arte o de otra forma. Así, la metáfora básica en el momento de elaborar un proyecto artístico de *web* es encontrar/cons-truir la estructura sináptica perfecta para ello.

Un sistema nervioso de hiper-relaciones que golpea inesperada-mente a la vida-*online* en el organismo entero del proyecto.

Debería ser lo suficientemente complejo para atrapar el interés de los exploradores que llegan desde fuera del sistema, y al mismo tiempo, lo suficientemente transparente, de modo que no cree un síndrome de neurosis a la red, y que los visitantes frustrados nunca vuelvan a ser vistos.

La forma adecuada de estructurar su contenido implica, al fin y al cabo, programar también al visitante, prestándole atención. Tam-bién implica prever posibles patrones de respuesta. De esta forma, se trabaja de una manera interactiva, incluso en el momento de concebir una obra [de arte] de la red.

#### *contenidos cubiertos*

Este es realmente un submenu al enfoque sináptico de estruc-turar el contenido.

Los conceptos necesarios de minimalismo y fragmentación de los grupos de datos no implican que todas las porciones sustanciales y de gran tamaño de datos tengan que evitarse por todos los medios.

Ningún otro medio como la red ofrece/demanda la conexión de materias complejas, elementos artísticos, etc. Esto pide nuevas for-mas de concebir todas las clases de contenido/obras de arte, toman-do prestadas muchas de las técnicas de *cut-up*<sup>1</sup> y volviendo a tomar muestras de sus propios datos y, posiblemente, de los ajenos.

Piense en ello como una fuente de datos artísticos. El próximo nivel debería relucir y estimular a los usuarios un/a continuo/a ape-

tito/atención. Y debería recordarse que aún hay *usuarios* que no les preocupa pequeñas pantallas llenas de textos/materiales de pantalla amplia sobre un asunto que es de interés REAL para ellos. Si ofrece un gran cofre de datos valiosos, *simplemente* entre sus tareas está la de tentar al visitante en los abismos de datos más profundos y frecuentemente en expansión.

#### *colaboraciones*

Por supuesto, ésta no es una necesidad – pero ningún otro medio facilita colaborar con gente (además de vivir bastante lejos) que comparta intereses/conceptos/ideas similares. Esto va mucho más allá de las estandarizadas entradas al libro de huéspedes o al intercambio de direcciones de correo electrónico. Los grupos de las diferentes formas y de arte y expresiones se pueden combinar en cualquier *website* dado –en diferentes versiones y visiones [personales]– y pueden ser actualizadas con frecuencia, etc. Textos, imágenes, sonidos, animaciones,... se pueden juntar por medio de los colaboradores, que ofrecen sus diversos talentos; el resultado será mayor al de los elementos individuales.

Supone la apertura del sistema y la posibilidad de añadir y modificar los contenidos y las estructuras permanentemente, lo que hace a las posibilidades de proyectos de colaboración única, y diferentes, en comparación con las colaboraciones en otras áreas del arte.

#### *actitudes híbridas*

En general, se puede decir que el *web* ofrece las mejores posibilidades a aquellos artistas que lo enfocan con una actitud hibrida. Esas personas que traen una apertura para recontextualizar y de[con]struir los conceptos e ideas con las que suelen trabajar, y con quiénes, en el mejor de los casos, ya han trabajado en las diferentes áreas de la producción artística. Las posibilidades de la red como medio de fusión deberían venir casi automáticamente para ellos.

#### *conclusión/ones*

El arte en el *web* está determinado en su mayoría por el arte de su estructuración.

#### *collaborations*

This, of course, is not a necessity - but no other medium makes it easier to collaborate with people (also living far away) who share similar interests / concepts / ideas. This goes far beyond the standardized guestbook entries or e-mail exchange. Clusters of different artforms and expressions can be combined on any given website - in different [personal] versions and visions - they can be updated frequently etc.

Texts, images, sounds, animations ... can be put together by contributors offering their various talents - the result will be more than its individual elements.

It is the openness of the system and the possibility to add and modify the contents and structures permanently, what makes the chances of collaborative projects unique - and different, compared to collaborations in other areas of art.

#### *hybrid attitudes*

In general it can be said, that the web offers the best possibilities to those artists that approach it with a hybrid attitude. Those people who bring an openness to recontextualize and de[con]struct the concepts and ideas they're usually working with - and who - ideally - have already worked in different areas of artistic production. The chances of the net as a medium of fusion should come almost automatically to them.

#### *conclusion/s*

The art on the web is mostly determined by the art of its structuring.

The best types of online-art are those projects, that could not be presented better in any other form of art - through any other medium.

This also means that thou shall not simply transfer old artforms as writing / cinema / TV etc. onto the net AND call them *net-art* without re-structuring them adequately before.

BUT... this does NOT mean that one should not consider these art-forms / works and ideas of the past for the work on the net - quite on the contrary...

### RE-DE-CONSTRUCT THE PAST FOR SOME IDEAS OF A POSSIBLE FUTURE

The more interesting projects might be those, that are addressing, or rather re-(ad)dressing subjects and topics from the pre-net era.

The old slogan that *the future will be digital or digitalised* - well, this is hardly big news anymore, right? The best question would probably be: does this really matter and will it change the future in any substantial way?

*It seems that the future will consist of the re-constructed past* - ok, this probably sounds boring and absolutely retro-minded too - however, this might be more important and reality-based than the once-hip-statement above.

*Back to the beginning [of the text] - back to the future*

The Fact is: the future has never been invented out of thin air.

I am not sure about this example - but imagine to re-de-construct James Joyce's *Ulysses* in a truly adequate way for the net to chop the 1000 pages-and-something into databits-and bytes to find the non-linear nerves among them to add the material you think is important to it, to ask for contributions from others: *Ulysses* cartoons, Leopold-Bloom-24hours-real-audio-soundscapes etc.

This is of course a work that will virtually never be finished - but still - after the first initial set-up of the most substantial segments: isn't it possible that in the process of this task you have:

- Totally re-learned the original *Ulysses* [a personal update in the age of being digital].
- You've learned almost infinitley much about similarities of web-wise-way-of-working and the ways of constructing + writing (non-linear) literature.

Los mejores tipos de arte-*online* son esos proyectos, que no podrían presentarse mejor en otra forma de arte, a través de cualquier otro medio.

Esto también implica que no transferirá simplemente *antiguas* formas de arte como la escritura, el cine, la televisión, etc., en la red Y las llamará *arte-red* sin reestructurarlas antes adecuadamente.

PERO... esto NO implica que uno no debiera considerar estas formas/obras de arte e ideas del pasado para el trabajo en la red, todo lo contrario...

### RE-DE-CONSTRUIR EL PASADO PARA ALGUNAS IDEAS DE UN POSIBLE FUTURO

Los proyectos más interesantes podrían ser éhos, que se dirigen, o mejor que se re-dirigen, a asuntos y tópicos de la era pre-red.

El antiguo eslógán de que *el futuro será digital o estará digitalizado* (bueno, esto ya ha dejado de ser una gran noticia, ¿no es cierto?) La mejor pregunta probablemente sería: ¿tiene este asunto una verdadera importancia, como para cambiar el futuro de una forma sustancial?

*Parece que el futuro consistirá en el pasado re-construido*, OK, probablemente esto suene aburrido y también absolutamente retrasado, sin embargo, esto podría ser más importante y basado en la realidad que la afirmación-otrora-moderna mencionada anteriormente.

*Regreso al comienzo [del texto] – regreso al futuro*

El hecho es: el futuro nunca ha sido inventado fuera del transparente aire.

No estoy seguro de este ejemplo, pero imaginense re-de-constructuir el *Ulysses* de James Joyce de una forma fehacientemente adecuada para la red. desmenuzar las 1.000 páginas y pico en pequeños datos y bytes encontrar los nervios no-lineales entre ellos, añadir el material que consideres importante para ello, pedir colaboraciones de otros: dibujos del *Ulysses*, muestras sonoras reales de 24 horas de Leopold Bloom, etc.

Este es por supuesto un trabajo que virtualmente nunca estará acabado, pero aún, tras los primeros sistemas iniciales de los segmentos más sustanciales: no es posible que en proceso de esta tarea haya:

- Vuelto a descubrir totalmente el *Ulysses* original [una "actualización" personal de la era "digital"].
- Aprendido casi infinitamente mucho sobre las similitudes de la manera sabia de *web* de trabajar y las maneras de construir + escribir literatura (no lineal).
- Y finalmente... por cierto... creado una forma de arte/o al menos una obra de su creación.

Creo que la red no se trata tanto de un mundo completamente nuevo, propio, sino más bien de un espejo y una amplia reserva de posibilidades contemporáneas para reinventar el mundo como es.

La red es un bastardo, grande y brillante, de formas y contenidos híbridos, es mucho más híbrida y compleja que incluso el video o la televisión debido al gran número de *inputs INDIVIDUALES*.

Puede ser el infierno y el paraíso post-modernistas para los individuos o para los grupos creativos de gente al mismo tiempo. Verifique estas posibilidades híbridas del medio, los sensacionales resultados mutacionales de combinar las diferentes disciplinas del arte, los contenidos inusuales, la gente y los espacios.

Mi consejo gratuito a toda la gente que intenta seguir trabajando con la red de maneras creativas+artísticas: no se impresione con toda la *Hotwired-Nettimed-Micro-Gone-Soft-Multi-Media-Super-Hype* (*Superconectada-Red* controlada por el tiempo-*Micro-Ida-Soft-Multi-Media-Super-Hype*).

- Una herramienta recién desarrollada seguramente se traduce en nuevos ingresos en las cuentas de las empresas, pero no NECESARIAMENTE en un paso adelante en cuanto a posibles expresiones artísticas y simpatía-por el usuario. [Verifique cuántos de estos paquetes de software supercomercializados *Just outta Beta*, la famosa página superconectada aún se está ofreciendo, y ya saben a que me refiero].
- Difícilmente un medio/una forma de arte tiene que llevar la carga de tantos algos-teóricos-críticos de la red como la red[arte]. Ser Políticamente Correcto hasta el punto de la

- And finally...by the way...you've created an artform / or at least one work of it's own

I think the net is not so much a completely new world of its own, but rather a mirror and a vast pool of contemporary possibilities to re-invent the world as it is.

The net is a bright big bastard of hybrid forms and contents - it is so much more hybrid and complex than even video or television because of the huge number of INDIVIDUAL inputs.

It can be post-postmodern hell and paradise to individuals or creative groups of people at the same time. Check out those hybrid possibilities of the medium - the sensational mutational results of combining different disciplines of art, unusual contents, people and spaces.

My uncalled-for advice to all people trying to work on / with the net in creative + artistic ways: don't get too impressed with all the Hotwired-Nettimed-Micro-Gone-Soft-Multi-Media-Super-Hype.

A newly developed tool surely brings new money into the accounts of the companies - but not NECESSARILY a step forward in terms of possible artistic expressions and user-friendliness. [Check out how many of those hyped *Just outta Beta* software packages the famous Hotwired site is still featuring itself, and you know what I mean.]

Hardly any medium / artform has to carry the burdens of so many self-appointed net-critics-theorists-somethings as the net[art]. Political Correctness to the point of true paranoia creeps into a lot of debates, manifestos are written more frequently than even the Italian Futurists managed in their time. As everywhere on the net - it's your own art of structuring this content and find the truly good / important material. Read it, but remember: there's always the *delete* button. [The ART of filtering and a well developed individual *ignorance* can be a virtue too.]

It would be nice and by far more constructive, if all those net-theorists, hopping from festival to festival, would stop (or at least pause) their ranting and babbling about the future of the net(s). These are often futile [because completely hypothetical] discussions

about non-existing media eggs, with actually no one knowing the kind of super-hen of the future. [Bill Gates is, as we all know, the most [un] favoured model for this, but I would not bet my DNA structure on this.]

The net, as is IS, does not welcome you to THE future, but to a very earthy form of the present. A kind of easy-to-access media-mirror of the present. And THAT exactly makes it so fascinating.

And so, if THE new is really a re-invention of the past in the present tense + sense, than the net is surely the perfect place for a new art form of it's own.

The future of the net[?]

*I had a splitting headache from which the future was made - as Jim Morrison put it - could be a useful hint to a possible future.*

The art on the web of the future should be that headache. An irritating, creative ache, massaging the nerves of the net[s]. This is the way the net might have a worthwhile future in the future.

paranoia real te sumerge en multitud de debates; se escriben manifiestos con mucha más frecuencia que incluso en la época de los Futuristas italianos. Como en todas partes en la red; es su propio arte de estructurar este contenido y de encontrar el material verdaderamente bueno/importante. Léalo, pero recuerde: siempre hay un botón de *borrar*. [El ARTE de filtrar y también una bien desarrollada *ignorancia* individual puede ser una virtud].

Sería *bueno* y por extensión más constructivo, si estos teóricos de la red, saltando de festival en festival, pararan (o al menos hicieran una pausa) su lenguaje y su balbuceo sobre el futuro de la(s) red(es). Éstas suelen ser fútiles discusiones (porque son completamente hipotéticas), que tratan de huevos mediáticos inexistentes, en los que nadie conoce actualmente la clase de super-gallina del futuro. [Bill Gates es, como todos sabemos, el modelo más [des]favorecido para ser ésta, pero no apostaría mi ADN por ello].

La red, como es IS, no te da la bienvenida al futuro, sino a una forma muy práctica del presente. Una especie de fácil-acceso al espejo-de los medios del presente. Y ESO exactamente lo hace tan fascinante.

Y así, si lo *nuevo* es verdaderamente una re-invención del pasado en tiempo presente+sentido, que la red es seguramente el lugar perfecto para una nueva forma de arte de su creación.

El futuro de la red[?]

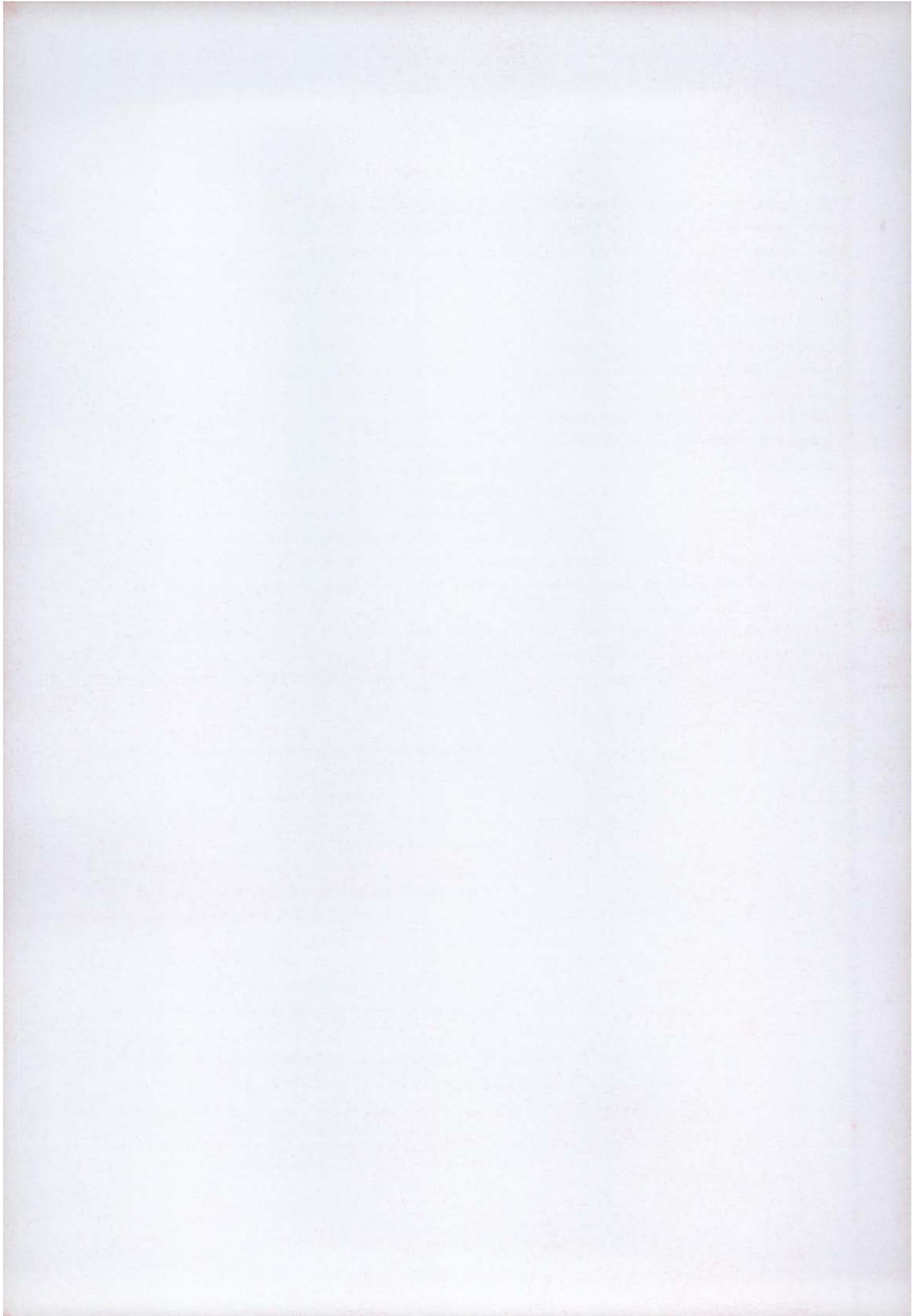
*Tuve un terrible dolor de cabeza de que el futuro ya estaba decidido*, como Jim Morrison dijo, podría ser una señal útil para un posible futuro.

El arte en el *web* del futuro debería ser ese dolor de cabeza.

Un dolor irritante, creativo, dar masajes los nervios de la(s) red(es).

Ésa es la forma en la que la red podría tener un futuro valioso en el futuro.

<sup>1</sup> Técnica que consiste en escribir dividiendo las líneas o las páginas de la prosa, para luego re-arrigar estos fragmentos y que fue popularizada por el novelista William Burroughs.



# MUESTRAS:

SHOWING

ARTE SONORO

ARTE EN CD-ROM

CURRENT MEDIA ART

FESTIVAL DO MINUTO

ART FUTURA

PROGRAMA DE MEDIOS AUDIOVISUALES



Centre for Experimental Creation

#### THE SOUND WORKSHOP

The Sound Workshop forms part of the Centre for Experimental Creation at the University of Castilla La Mancha. Its centre of activities is located at the Fine Arts Faculty at Cuenca. The Sound Workshop was set up in 1993 thanks to an initiative led by Profesor José Antonio Sarmiento and a group of students (Javier Ariza, Kepa Landa etc.), with the aim of providing a setting in which to create, investigate and disseminate sound and radiophonic art. Ever since it was set up, the Sound Workshop has concentrated on producing RAS magazine (*Magazine of Sound Art*), presenting publications and organising exhibitions, performances, radio programmes etc.

RAS magazine has been publishing since 1995 on an annual basis. Its aim is the diffusion of work by artists who work with sound. To date, in the three editions published, it has featured work by the historical pioneers (Duchamp, Schwitters, Artaud, Welles etc), work from the seventies (Beuys, Dubufet, Lemaitre, Opalka etc) and unpublished work by present-day authors (Witthehead, Appel, Igés, López, Bericat, Lucier).

Among their publications, the following are noteworthy:

**Marinetti: la radio futurista, 1993.** This article, by José Antonio Sarmiento, includes the *La Radia* manifesto written by Marinetti and Masnata and published by the Gazzete del Popolo de Turin on 22nd September 1933. It also includes the scripts of the five radiophonic addresses written by Marinetti and a single.

**Valcárcel Medina: Motores, 1994.** Cassette containing the sound work presented by Valcárcel Medina in the Seiquer gallery in Madrid, 17th April 1974.

**Kostelanetz: John Cage en radio y cinta, 1994.** Published on the occasion of the radio programme produced by Radio Fontana Mix, dedicated in its entirety to John Cage. A 24-hour collage programme was broadcast on the 101.1FM frequency in Cuenca with works, texts, interviews and general information in an impossible attempt to condense all his work into one day. The programme was transmitted on 24th and 25th November, 1993.

#### Centro de Creación Experimental

#### TALLER DE SONIDO

El Taller de Sonido forma parte del Centro de Creación Experimental de la Universidad de Castilla La Mancha. Su centro de actividad está en la Facultad de Bellas Artes de Cuenca. El Taller de Sonido se creó en 1993 bajo la iniciativa del profesor José Antonio Sarmiento y un grupo de alumnos (Javier Ariza, Kepa Landa, ...) con el objetivo de ser un espacio para la creación investigación y difusión del arte sonoro y radiofónico. Desde su creación, el Taller de Sonido ha centrado sus actividades en la edición de la revista RAS (Revista de Arte Sonoro), en publicaciones y en la organización de exposiciones, performances, programas de radio...

La revista RAS, de periodicidad anual, se edita desde 1995. Su objetivo es la difusión de obras de artistas que trabajan con el sonido. Hasta ahora, en los tres números publicados, se han dado a conocer trabajos de la vanguardia histórica (Duchamp, Schwitters, Artaud, Welles...), de los años setenta (Beuys, Dubufet, Lemaitre, Opalka, ...) y obras inéditas de autores actuales (Witthehead, Appel, Igés, López, Bericat, Lucier).

En cuanto a las publicaciones hay que reseñar las siguientes:

**Marinetti: la radio futurista, 1993.** Edición de José Antonio Sarmiento que recoge el manifiesto de *La Radia* escrito por Marinetti y Masnata y publicado en la Gazzete del Popolo de Turín el 22 de septiembre de 1933. Se incluye además los guiones de las cinco síntesis radiofónicas escritas por Marinetti y un single.

**Valcárcel Medina: Motores, 1994.** Cassette que contiene la obra sonora presentada por Valcárcel Medina en la galería Seiquer de Madrid el 17 de abril de 1974.

**Kostelanetz: John Cage en radio y cinta, 1994.** Obra editada con motivo del programa de radio realizado a través de Radio Fontana Mix y dedicado íntegramente a John Cage. Durante 24 horas, en el 101.1 FM de Cuenca, se emitió un programa collage con obras, textos, entrevistas e información general en un esfuerzo imposible de condensar todo su trabajo en un solo día. El programa se realizó el 24 y 25 de noviembre de 1993.

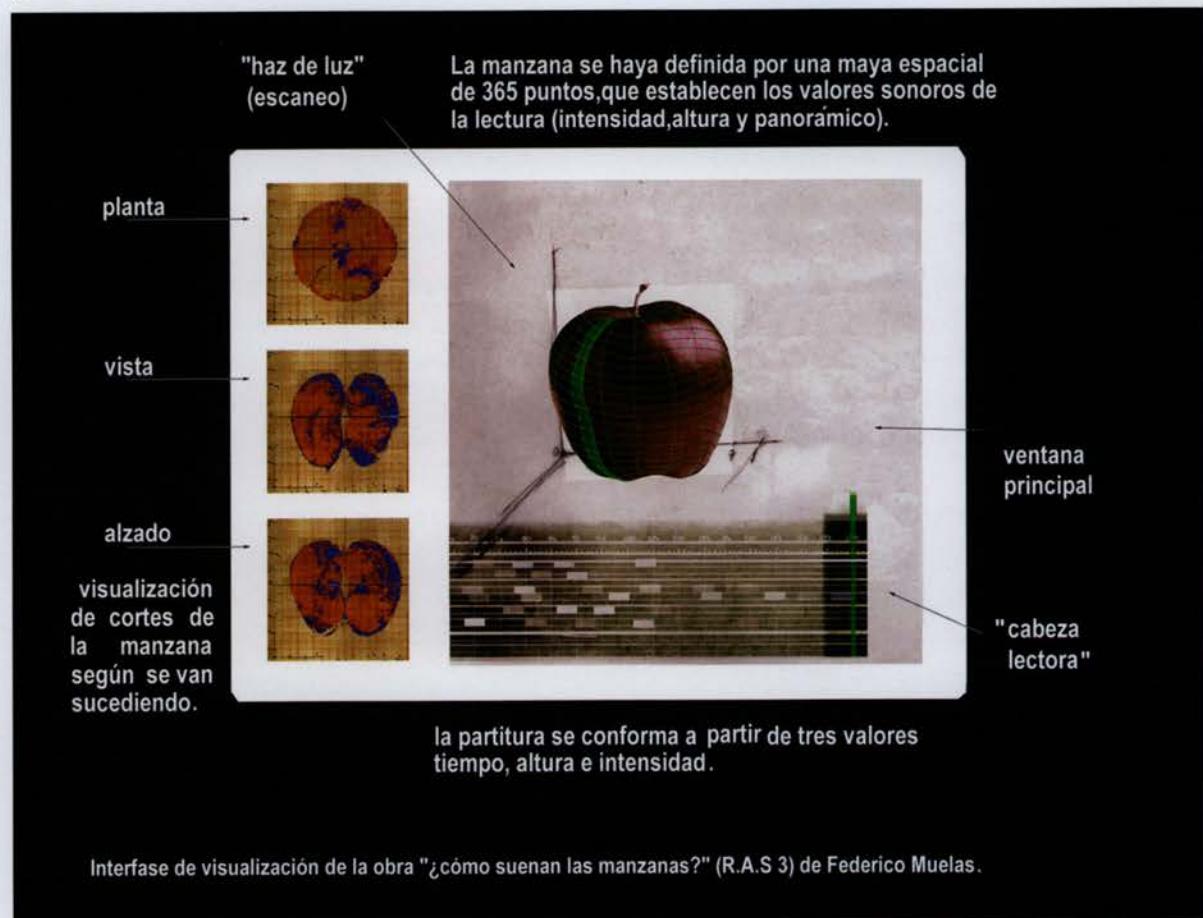
**Archivo de Arte Sonoro.** Boletín cuyo fin es informar sobre la actualidad del arte sonoro. El primer número se publicó en 1997. En él se incluye críticas de libros, discos, un artículo de Varcárcel Medina sobre sus obras realizadas en el Taller de Sonido y un artículo de Javier Ariza sobre su obra *Low Level* Galardonada en el III Concurso Internacional de Creación Radiofónica.

**Luigi Russolo: *el arte de los ruidos*, 1998.** Edición de José Antonio Sarmiento y Juan Agustín Mancebo. Libro publicado por las ediciones del movimiento futurista en Milán en 1916.

**Archivo de Arte Sonoro.** Journal which aims to inform about the current state of sound art. The first edition was published in 1997, featuring book and disc reviews, an article by Varcárcel Medina on the projects he produced in the Sound Workshop and an article by Javier Ariza on his piece *Low Level* awarded at the III International Competition for Radiophonic Creation.

**Luigi Russolo: *el arte de los ruidos*, 1998.** By José Antonio Sarmiento and Juan Agustín Mancebo. Book published by the futurist movement in Milan in 1916.

¿Cómo suenan las manzanas?





Juan Millares Alonso



Arquitecto. Doctor en Arquitectura por la E.T.S. de Arquitectura de Madrid (apto cum laude) con la tesis *El Espacio Imaginario*, sobre las relaciones entre el espacio de la arquitectura y del cine. Desde 1986 hasta la actualidad es profesor Titular de Audiovisuales en la Facultad de Bellas Artes. (Universidad Complutense de Madrid). Como Realizador y Guionista ha hecho, entre otras la serie de ficción para TVE *Mucho cuento*. Guión y dirección. 13 capítulos de 30 minutos. cada uno (1990). El capítulo piloto para una serie de televisión: *Cartas no escritas*. Idea, guión y dirección 30 minutos. Documental (1994). Web site en Internet, en colaboración con Sylvia Molina: *El Rastro* (1996). Guión para largometraje documental: *American Star. Historias de un trasatlántico* (1997). También ha organizado y dirigido el Taller de CD-Rom *Madrid y los Navegantes* como continuación del curso de Doctorado: *Metrópolis y los navegantes. Arte y experiencia de la ciudad: del paseante al internauta* (1997). Ha presentado diversas ponencias a congresos: compartida con Sylvia Molina Muro, con el título de [www.calle.dobledireccion](http://www.calle.dobledireccion), leída en el I Congreso Internacional Ciber@rt de Valencia. En 1996 Comunicación para los Encuentros de Vídeo en Pamplona dentro del Festival de Vídeo de Navarra, con el título de *tt.ee. vs I.A.C. / A.A.A.*, el mismo año *De los viajes y los juegos: Ovum y Fuge-Lemoine, o del arte ( posible ) en CD-Rom*, publicado por la ACC L'Angelot para el Congreso Internacional *Arte en la Era Electrónica. Perspectivas para una nueva estética*. Barcelona. En 1997 Conferencia dentro del ciclo *A creación en soportes tecnológicos* en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Vigo, el mismo año *El video doméstico o lo obsceno como una de las Bellas Artes*. Catálogo de la exposición *Videodegradable*. Sala Rekalde. (Bilbao). En 1997. *Liberdad de (video) creación (video) vigilada*. Catálogo de la exposición de trabajos de alumnos de la Facultad de Bellas Artes de Bilbao. Etc.

Architect. PhD in Architecture (cum laude) from Madrid's E.T.S. (Higher Technical College) of Architecture with a thesis entitled *El Espacio Imaginario* on the relationship between architectural space and the cinema. He has been Professor of Audiovisuals at the Fine Arts Faculty of the Universidad Complutense of Madrid since 1986. His projects as director and script-writer include, among others, the fictional series for TVE (Spanish TV) *Mucho cuento*, consisting of thirteen 30-minute episodes, which he directed and scripted (1990); a 30-minute pilot programme for a TV documentary series called *Cartas no escritas*, which he scripted and directed, based on an original idea of his own; an Internet web site in collaboration with Sylvia Molina: *El Rastro* (1996), and the script for the full-length documentary *American Star. Historias de un transatlántico* (1997). He also organised and ran the CD-ROM workshop *Madrid y los Navegantes* as an extension of the Doctorate Course *Metrópoli y los Navegantes. Arte y la experiencia de la ciudad: del paseante al internauta* (1997). His conference lectures include a collaboration with Sylvia Molina Muro entitled *www.calle.dobledirección*, presented in the First International Ciber@rt Congress in Valencia; the lecture entitled *tt.ee. vs I.A.C./A.A.A* which formed part of the 1996 Encuentros de Video in Pamplona (part of the Navarra Video Festival), and in the same year in Barcelona *De los viajes y los juegos: Ovum y Fuge-Lemoine, o el arte (posible) en CD-ROM*, published by ACC L'Angelot for the International Congress *Arte en la Era Electrónica. Perspectivas para una nueva estética*. In 1997, he gave a conference as part of the course *A creación en soportes tecnolóxicos* in the Fine Arts Faculty of the University of Vigo as well as making *El Video Doméstico o lo obsceno como una de las Bellas Artes*. Catalogue of the exhibition *videodegradable*, Sala Rekalde (Bilbao), 1997. *Libertad de (video)creación (Video)vigilada*. Catalogue of the exhibition of pupils' work of the Fine Arts Faculty of Bilbao. Etc.

## Para saber de qué hablamos cuando hablamos de Arte en CD-ROM

Si usted es un artista y utiliza el CD-Rom como soporte para la creación de sus obras habrá sin duda notado la dificultad de explicarse cuando le preguntan *qué* es lo que está haciendo. ¿Debe decir *Arte en CD-Rom*, un CD-Rom *artístico*, un CD-Rom *de Arte* o, simplemente, un CD-Rom y allá se las entienda el que pregunta con su propia imaginación? Y si usted no es un artista sino un consumidor, gozador o espectador de las denominadas obras de Arte y no ha tenido la oportunidad todavía de ver y escuchar un CD-Rom que no sea ni una enciclopedia multimedia, ni un juego interactivo ni un CD musical con imágenes y datos añadidos, no podrá sospechar, ni por aproximación, qué puede ser algo que relate Arte con CD-Rom.

Una de las señas de identidad del Arte Contemporáneo para la mayoría de eso tan vago llamado público, es su carácter *raro*. Y esto también vale cuando hablamos de soportes técnicos como es el caso del CD-Rom. Incluso entonces aquella afirmación es, si cabe, más exacta. El problema de los soportes técnicos (fotografía, cine, video, etc.) es que todos ellos se identifican con algo que reconocemos, con algo codificado en un lenguaje que hemos aprendido inconscientemente, desde las películas a la televisión, desde la publicidad hasta las imágenes de prensa, sin que nadie nos las haya explicado o enseñado. Sabemos también que los soportes tradicionales del Arte (esa institución moderna), sólo albergan objetos de arte, *obras de arte*. Un lienzo siempre contendrá un cuadro, mejor o peor, figurativo o abstracto pero, en cualquier caso, perteneciente al territorio del Arte, nunca (y no me atrevería a insistir demasiado dadas las cosas que se han visto y se verán), algo ajeno por completo al mismo, por ejemplo un acta notarial, una declaración de hacienda o un diccionario ilustrado. Una foto puede ser funcional como una imagen de prensa o de publicidad, pero también puede ser eso que se llama una foto *artística*, una película puede ser lo que todos entendemos como una película, o sea, una ficción que entretiene, pero también una película *artística* y, en este caso, el calificativo vuelve a referirse a su no funcionalidad, a su carácter indeterminado, extraño, raro. Frecuentemente la frontera que separa lo práctico de lo artístico es muy imprecisa: esas atrocias imágenes de las hambrunas africanas o de algunas de las carnicerías con que la prensa nos educa en la insensibilidad todos los días son tan informativas y funcionales como ferozmente bellas, una película de Almodóvar o de Woody Allen (y no digamos de Greenaway) pueden ser tan

## What do we mean when we talk about Art on CD-ROM

If you are an artist and you use CD-ROM as means to create your work, you will undoubtedly notice how difficult it is to explain exactly what you are doing. Should you say Art on CD-ROM, an artistic CD-ROM, an Art CD-ROM, or simply, a CD-ROM, and leave the rest to the imagination of the person who asked you about it? And if you are not an artist, but rather use, enjoy or just contemplate so-called works of Art and haven't yet had the chance to see or hear a CD-ROM that is neither a multimedia encyclopaedia, an interactive game nor a musical CD with added images and data, you will have no way of knowing, or even coming close to understanding, what something that relates Art with CD-ROM can be.

One of the identifying characteristics of Contemporary Art for most of what we vaguely call *the public*, is its *Strange nature*. This also applies when we talk about technical media and it is, if anything, even more pertinent in the case of CD-ROM. The problem with technical media (photography, cinema, video etc.) is that they are all identified with something that we recognise, something coded in a language that we have learnt unconsciously, without anybody teaching us or explaining it to us. This applies to everything from films to television, from advertising to press images. We also know that the traditional forms of Art (that modern institution) only include art objects, *works of Art*. A canvas will always contain a picture, better or worse, figurative or abstract, but, in any case, belonging to the field of Art, never (and I would no dare to insist too much given the things we have seen and will see), anything completely foreign to Art such as, for example, an affidavit, an income tax return or an illustrated dictionary. A photo can be functional when used in a press image or in an advertisement, but it can also be what we call an *artistic photo*; a film can be what we all understand as a film, that is, an entertaining piece of fiction, but it can also be an *artistic film*, in which case the adjective refers once again not to its functionality, but to its indeterminate, strange, odd nature. The border between practical and artistic is often very blurred: those atrocious images of famines in Africa or some of the carnage with which the press educates us in insensitivity every day are as informative and functional as they are ferociously beautiful; a film by Almodóvar or Woody Allen (not to mention Greenaway) can be very entertaining and

amusing as a conscious product of what we call cinematographic art. But, generally speaking, we tend to label as *artistic* those things which, as far as technical media are concerned, are associated with that which is not useful, recognisable or even comprehensible. Think of 80% of experimental film production and 90% of video-art, give or take a percentage point.

So then, the first rule to distinguish an Art CD-ROM is its non-functional, indeterminate quality, its ambiguity, i.e. its uselessness and its strangeness. Because, in the end, after having seen it and listened to it, someone will inevitably ask, and what's it for? Something which would never have occurred to anybody looking at a picture, even if it were by Rothko. This apparent absurdity (what is the point of making something that is useless, is expensive and, on top of that, nobody buys it?), is one of the innumerable enigmas that fuel the consumer society of the second half of this century. And it is an enigma scarcely explained by the irregular concessions of grants and public subsidies for artistic creation.

Well, we have now established an initial approximation to our Art CD-Rom: I'm not sure what I am going to find. The next step is to ask What do I do with it? I can look at a painting, read a book or listen to a symphony, but what do I do with a CD-ROM? Let us suppose that we don't have the slightest understanding of the subject, and that we are completely illiterate in digital matters. And let us use this somewhat absurd supposition in order to try to agree on what CD-ROM means. It occurs to me that the most sensible thing would be to do a quick run-through of the intricate and sometimes obscure conventional glossary in order to try and clarify the title of this article: what do we really mean when we talk about Art in CD-ROM?

#### ROM

We have known what a CD is ever since we witnessed (many with great nostalgia) the disappearance of those dusty, black LPs, substituted by small discs that can be threaded onto the tip of the index finger and which sound great. In less descriptive terms, a CD is a medium which stores sounds and enables them to be reproduced. The novelty consists in the fact that a CD-ROM is a disc which is inserted into a computer, and not into a mere reproducer of the sound of the discs. The suffix ROM which goes

entretenidas y divertidas como productos conscientes de eso que llamamos arte cinematográfico. Pero, en general, lo que etiquetamos como *artístico* es algo que, en los soportes técnicos, va asociado con lo no útil, lo no reconocible, incluso lo incomprendible. Piensen ustedes en el ochenta por ciento de la producción de cine experimental o de vanguardia y el noventa y cinco por ciento del video-arte, punto más, punto menos.

Luego la primera norma para distinguir un CD-Rom de Arte es su carácter no funcional, su indeterminación, su ambigüedad, es decir, su inutilidad y su rareza. Porque al final, después de haberlo visto y escuchado, alguien inevitablemente preguntará, ¿y para qué sirve esto? Cosa que no se le hubiera ocurrido a nadie en el caso de contemplar un cuadro, aunque fuera una obra de Rothko. Este aparente despropósito, (¿qué objeto tiene hacer algo que no sirve para nada, es caro y encima nadie lo compra?), es uno de los innumerables enigmas que animan la sociedad de consumo de esta segunda mitad del siglo. Enigma apenas explicado por la incierta concesión de becas y ayudas de dinero público para la creación artística.

Bien, ya tenemos una primera aproximación a nuestro CD-Rom de Arte: no sé con qué me voy a encontrar. El siguiente paso sería *qué hacer* con él. Puedo contemplar un cuadro, leer un libro o escuchar una sinfonía, pero qué tengo que hacer con un CD-Rom. Supongamos que no tenemos ni remota idea del asunto y que somos unos analfabetos integrales en la cuestión digital. Y sirvanos esta hipótesis, un tanto absurda, para que tratemos de ponernos de acuerdo en *qué significa* un CD-Rom. Para ello se me ocurre que lo más sensato sería hacer un ligero repaso del intrincado y a veces oscuro glosario habitual por tratar de aclararnos en lo que se prometía en el encabezamiento de este texto: *de qué hablamos*, realmente, *cuando hablamos de Arte en CD-Rom*

#### ROM

Sabemos lo que es un CD desde que hemos notado (muchos con gran nostalgia) la desaparición de los negros y polvorientos *long plays* y su sustitución por pequeños discos que se ensartan con la punta del dedo índice y que suenan estupendamente. En términos menos descriptivos, un CD es un soporte que almacena sonidos y permite su reproducción. La novedad consiste en que el CD-Rom es un disco para introducir en un computador, ya no en un simple

reproductor sonoro de discos. El sufijo ROM que acompaña al nombre de nuestros discos compactos forma parte de la inevitable sopa de letras del desarrollo tecnológico contemporáneo y significa *memoria únicamente de lectura* (*Read only memory*). Es decir, un soporte que almacena datos de diverso origen, imágenes, sonidos, textos, pero reconvertidos a una misma naturaleza, la digital.

#### *Interactividad*

Primera contradicción: el carácter *cerrado* del CD-Rom que solo me permite intervenir en los datos almacenados y en su configuración preestablecida. Cualquier persona medianamente informada sabe perfectamente que hoy el mundo del ordenador está estrechamente ligado a la comunicación a través de ese misterioso entramado de redes llamado Internet cuya principal característica es el *estar ahí*, estar conectado, estar *on line*. Un espacio donde ese reclamo publicitario que es la *interactividad* cobra todo su sentido porque nos permite actuar y reaccionar, donde podemos realmente (virtualmente) intercambiar información. ¿Qué hace entonces un soporte que no permite más que el simple juego con los datos almacenados sin que esos datos puedan ser alterados? Posiblemente ahí esté el final del CD-Rom que ha sido un soporte clave a la hora de definir nuevos procedimientos de trabajo y creación en el territorio digital.

#### *Multimedia*

Sigamos con los reclamos publicitarios. *Multimedia*. Muchos medios. Acumulación de medios diferentes: imágenes, sonidos, textos, gráficos, etc. Todos pasados por la *turmix* digital y, por lo tanto, todos con una genética común: ceros y unos. Esta acumulación de medios que el término multimedia anuncia oculta una exigencia inexcusable que todo CD-Rom como soporte digital debe cumplir: el carácter transversal que interrelaciona los diferentes medios. El término que mejor expresa esta exigencia es, quizás, el de hipermedio.

#### *Hipertexto*

Para entender mejor qué añade a un medio cualquiera el prefijo hiper, basta con aproximarse al tema a través del hipertexto. Conocemos perfectamente la estructura marcadamente lineal que el texto tradicional posee, su fuerte carácter unidireccional. El hipertexto se diferencia en que algunos de los elementos de su

with the name compact disc is part of the inevitable jargon of contemporary technological development and means Read Only memory, i.e. it is a medium which stores data from different sources: images, sound and texts, all converted into the same digital format.

#### *Interactivity*

The first contradiction we come across here is that the *closed* nature of the CD-ROM enables me to intervene in the data stored only in its pre-established configuration. Any average-educated person knows perfectly well that today, the world of the computer is closely linked to communication by means of that mysterious framework called the Internet, whose main quality is that *of being there*, being connected, being *on line*. It is a space in which the advertising buzzword of interactivity really comes into its own because in it we can act and react, really (virtually) interchange information. What, then, is the point of a medium which merely allows you to play with the data stored in it and does not allow you to alter that data? This may possibly spell the end of the CD-ROM, which has played a vital role in defining new working and creative procedures in the digital field.

#### *Multimedia*

Let us stay with the advertising buzzwords. Multimedia. Lots of media. An accumulation of different media: images, sounds, texts, graphics etc. All passed through the digital mixer and, therefore, all with common genetics: noughts and ones. This accumulation of media indicated by the term multimedia hides the inevitable requirement that every CD-ROM as a digital medium must meet: the transversal character that interrelates the different media. Perhaps the best way of expressing this requirement is by using the term hypermedium.

#### *Hypertext*

In order to gain a better understanding of what the prefix hyper adds to any medium, all we need to do is to approach the subject through the hypertext. We are perfectly familiar with the distinctly linear structure of traditional text, with its strong unidirectional quality. Hypertext is different in that some of the ele-

ments of its linear structure, some words, become doors, keys, windows, whatever you like to call them, to other texts. The elusive nature of this structure makes the final reading of the text just as relevant as the text itself, because the different possibilities which unfold as we read open a variety of new texts. The reader thus becomes an indispensable participant in the building of the hypertext.

Forecasters, advertisers, salesmen and other exponents of the current technological advances emphasise the active role of the spectator or reader of hypermedia compared with the submissive passivity of the spectator or reader of the traditional arts. A person contemplating *Las Meninas* or even watching *Potemkin*, to cite two indisputedly artistic works of art, adopts a purely receptive attitude whereas the user of an interactive Art CD-ROM differs in this respect because he, by definition, has to take an active part in deciphering the work in question. What's more, without this participation, the work would not exist. Not because the work would fail to unfold before the senses but because without the element of a personal reading, the work would be no more than a mere possibility. The spectator or reader no longer passively watches, listens or reads, he has become a user, he navigates....

#### *Navigation*

Navigation is the next fetish-term inevitably included among the different computer terms, among which we, of course, find our CD-ROM. To navigate implies to move about, but not along a narrow one-way channel as in the case of the reading of traditional texts and, by extension, as in the typical western thought process with its linear structures of logic-related cause and effect. Instead it implies to move about across surfaces and spaces consisting of more than one dimension, to use tools and processes that help us to travel between the indeterminate, the ambiguous and the uncertain, to know that only we can *close* the work in question, only we can give it meaning and resolve its potentiality through our own action, through our own personal navigation. The new metaphors or images of contemporary culture and thought coincide with the very elements with which technology presents us: fragments, the map, the rhizome, underwater worlds etc.

estructura lineal, algunas palabras, se convierten en puertas, llaves, ventanas o lo que ustedes quieran, hacia otros textos. De tal forma que la lectura final del mismo se convierte, forzada por esta estructura en continua evasión, en un hecho tan relevante como el texto en sí, porque la lectura y sus distintas posibilidades abren nuevos y diversos textos, y convierten al lector en un partícipe imprescindible en la construcción del hipertexto.

Los profetas, propagandistas, vendedores y demás exponentes de la tecnofilia actual destacan el papel activo del espectador o lector de los hipermedios en comparación con la sumisa pasividad del espectador o lector de las artes tradicionales. Un observador de *Las Meninas*, incluso un espectador del *Potemkin*, por poner dos obras indiscutiblemente *artísticas*, tendrían una actitud puramente receptiva ante ellas mientras que un usuario de CD-Rom de arte interactivo se distinguiría de los anteriores por una obligada actividad participativa en el desciframiento de la pieza en cuestión. Es más, si no hay participación no hay obra. No ya porque la obra no se despliega ante la percepción de los sentidos sino porque al no haber una opción personal de lectura la obra queda simplemente como posibilidad. El espectador o lector ha perdido su condición de tal para convertirse en *usuario*, que ya no mira, ni escucha, ni lee pasivamente sino que *navega*.

#### *Navegación*

Navegación sería el siguiente término-fetiche que acompaña inevitablemente las diferentes expresiones del computador y entre ellas, claro, nuestro CD-Rom. Navegar implica entonces, moverse, ya no a lo largo del estrecho canal unidireccional propio de la lectura de textos tradicional y por extensión de los procedimientos del pensamiento occidental clásico con sus estructuras lineales, causales y lógico-racionales, sino moverse a través de superficies o espacios de más de una dimensión, utilizar herramientas y procedimientos que nos ayuden a transitar entre lo indeterminado, lo ambiguo y lo incierto, saber que solo nosotros podemos *cerrar* la obra en cuestión, darle sentido, resolver su potencialidad a través de nuestra propia acción, a través de nuestra personal navegación. Las nuevas metáforas o imágenes suministradas por la cultura y el pensamiento contemporáneos coinciden en las mismas preocupaciones que la propia tecnología hace, simplemente, presentes: los fragmentos, el mapa, el rizoma, los mundos submarinos, etc.

Hasta aquí el reclamo publicitario. ¿Significa lo anterior que el espectador-lector tradicional ha sido hasta ahora un ser indefenso ante la prepotencia autoritaria del autor-artista que con su concepción cerrada y completa de la obra ha constreñido su libertad de interpretación? ¿Significa que el usuario navegante ejerce un papel mucho más activo, participativo y *democrático* en la construcción de la obra de arte, elevándose así, a la categoría de copartícipe del autor-artista en la titularidad final de la misma? Todos estos disparatados equívocos que fácilmente pueden derivarse de la lectura de muchos textos fascinados por las nuevas tecnologías digitales encubren algo mucho más significativo y, también, mucho más simple, que las tecnologías electrónicas en su fase digital acaban, de una vez por todas, con gran parte del carácter mítico de la obra de arte tradicional y de sus procedimientos.

### Juego

El último de los conceptos asociados al soporte CD-Rom que vamos a señalar (quedarían muchos más pero, tal vez, estos sean los más relevantes), es algo que se deriva directamente de la navegación, es decir, de la posibilidad de elección de distintas rutas que se le ofrece al usuario. En otras palabras, el juego. Jugar es otra de las grandes mercancías intelectuales desde el Mayo del 68. Las tecnologías digitales simplemente la hacen técnicamente factible e incuestionable: *tenemos que jugar*. El juego, en contrapartida, aligeña, trivializa, banaliza. Es imposible ya recuperar la *gravedad* del arte tradicional, su solemnidad ha quedado totalmente desactivada en el paso a través de los aparatos electrónicos. El soporte técnico no permite la *nobleza* y el alcance de las grandes obras de otros tiempos. La pérdida de los valores antiguos es, también, un hecho técnico. Estamos ya ante otra realidad.

Estas son algunas de las cuestiones que el soporte CD-Rom sugiere. Si al final de la lectura de este texto no tiene usted una idea más formada de *qué es* realmente un CD-Rom de Arte estoy convencido de que no será por la oscuridad o torpeza de mis razonamientos (que también cuentan) sino porque, en el fondo, sigue existiendo algo imposible de explicar, algo que reconocemos, íntima, profundamente, como auténtica creación artística, (ya sea en soporte arcilla o en soporte disco compacto), porque nos devuelve aquello que (decía Heidegger) ya sabíamos pero que habíamos olvidado.

Up to here the advertising buzzwords. Does all this mean that the traditional spectator-reader has, up until now, been defenceless in the face of the abusive, authoritarian power of the author-artist who, with his closed, complete conception of the work of art has restricted its freedom of interpretation? Does it mean that the user who navigates plays a much more active, participative and democratic role in the making of a work of art, thus raising himself to the rank of co-participant with the author/artist in the final attribution of authorship of the work? All these mistaken absurdities, easily deduced from the reading of many of the texts which are fascinated by the new digital technologies, hide something much more important and much simpler, namely that the electronic technologies in their digital phase have put an end, once and for all, to a great deal of the mythical character of the traditional work of art and its processes.

### The Concept of Play

The last of the concepts associated with the CD-ROM medium that we are going to comment on (there are many more, but these are, perhaps, the most relevant) is something which derives directly from navigation, i.e. from the possibility of choosing between the different routes offered to the user. In other words, the concept of play, which is one of the great intellectual legacies of May 1968. The digital technologies simply make it technically feasible and unquestionable: we *have to play*. On the other hand, playing has the effect of making everything lighter, more trivial and banal. The *gravity* of traditional art has been lost forever, defused by its passage through electronic gadgets. The technical medium does not allow for the *nobility* and the scope of the great works of art of other eras. The loss of old values is, also, a technical fact. We are now faced with a new, different, reality.

These are some of the questions raised by the CD-ROM medium. If, having read through to the end of this text, you do not have a clearer idea of what an Art CD-ROM really is, I'm convinced that it is not because my arguments are clumsy or obscure (although that may have something to do with it), but rather because, in the last analysis, it remains something that is impossible to explain, something that re recognise, on an intimate, deep level, as real artistic creation (be it in clay or on compact disc), because it gives us back something which (as Heidegger says) we already knew but had forgotten.

**CURRENT MEDIA ART**

## El Vídeo en los Noventa

La interactividad, las redes, y la no linealidad son todas palabras de moda que parecen contener un sentido de promesa utópica, a menudo relacionada con la historia del arte electrónico, que nos hace recordar los comienzos del arte mediático. Durante los sesenta, el Cine de Pantalla Ancha, los *happening* multimedia, los eventos con múltiples pantallas, las nuevas tecnologías y los conceptos inter-medios caracterizaron una época de innovación y nuevos avances. Fue dentro de esta atmósfera en la que el video se convertiría en una de las sendas artísticas más importantes hacia la emancipación social y genérica, al igual que como medio para ampliar los límites de la percepción. Ya desde 1966, el sueño de Nam June Paik era contemplar la creación de una videoteca que incluyera todos los principales recursos visuales (incluido el suyo). Podría convertirse en una especie de archivo que fomentara la sensación de búsqueda y el tratamiento creativo del material visual, de modo similar a la concordancia entre la literatura *Shakesperiana* secundaria y las obras originales<sup>1</sup>. Treinta años después, tan sólo empezamos a cumplir este sueño con la llegada de los medios digitales.

Incluso con anterioridad, su crítica de la televisión había conducido a Paik a trazar visiones utópicas. *Debido al VVHF del láser, dispondremos de suficientes programas de radio para tener emisoras sólo para Mozart, sólo para Cage, sólo para Bogart, emisoras de televisión que sólo emitan películas underground, etc.*<sup>2</sup> Desafortunadamente, todavía no hemos tenido esa fortuna en lo que respecta a la televisión no lineal a través de la navegación por canales; desde luego no de la forma en la que Paik lo previó programáticamente allá por 1965. A pesar de la existencia del láser, los cables de fibra óptica y las antenas parabólicas, no resulta posible que la clase de canales que Paik concibió lleguen a existir, más bien, seguirá indudablemente la incesante lista de programas de entretenimiento y debate bienintencionados.

Durante los setenta, las primeras estrategias globales, tanto artísticas como políticas (véase el proyecto de Internet de Jochen Gerz) se canalizaron hacia la producción de cintas individuales por parte de autores e intérpretes. Aunque dicha producción sufriría un notable aumento durante los ochenta, esta obra apenas salió de los festivales especializados. ¿Y qué queda de esas utopías hoy en día? El número de cintas de video arte que se producen han disminui-

## Video in the Nineties

Interactivity, networking, and non-linearity are all buzzwords which seem to contain a sense of utopian promise - often associated with the history of electronic art - that reminds one of media art's beginnings. During the sixties, Expanded Cinema, multimedia happenings, multiscreen events, new technologies and intermedia concepts characterised an era of innovation and new departures. It was in this climate that video was to become one of the most important artistic paths towards gender and social emancipation as well as a means of extending the bounds of perception. Way back in 1966, it was Nam June Paik's dream to see the creation of a videotheque made up of all the major visual resources (including his own). This would be an archive which promoted a sense of inquiry and creative treatment of visual material similar to the concordance between Shakespearean secondary literature and the original works<sup>1</sup>. Thirty years later, we are only just beginning to fulfil this dream with the advent of digital media.

His criticism of television had prompted Paik to begin weaving utopian visions even earlier: 'As a result of the VVHF of the laser, we will have enough radio programmes to be able to have pure-Mozart stations, pure-Cage stations, pure-Bogart stations, television stations that show only underground films etc.<sup>2</sup>. Sadly, we still haven't struck it lucky as far as non-linear television via channel surfing is concerned, certainly not in the way in which Paik programmatically envisaged it back in 1965. In spite of the existence of laser, fibreglass cables and satellite dishes, it is not likely that the kind of channels Paik had in mind will ever exist, instead, the endless round of entertainment programmes and well-meaning chat shows will doubtless continue.

It was during the 70s that early global artistic and political strategies (see Jochen Gerz' internet project) were channelled into the production of individual tapes by performers and auteurs. Although this production was to see a sharp increase during the 80s, the work barely left the confines of specialised festivals. And what of these utopias is left today? The number of video art tapes being produced has dropped, the opportunities for dissemination remains marginal at best; in the face of the public's lack of interest in discussing social issues, many alternative media centres have disbanded. On top of this, video artists are now confronted with

the technical nemesis of the traditional video tape. The shortcomings of the expensive laser disc will be corrected by the time the new digital videodisc DVD appears on the scene in the next years. This development will mark the end of the magnetic tape as a recording material. Does this mean the end of video art?

Paradoxically, the answer is - no. For there are positive signs that the public at large have begun to change their perception of video art and hence, their viewing habits. Based on the groundbreaking work of video festivals in Berlin, Bonn, Marl and Osnabrück (also in recent years the Oberhausen Short Film Festival) and on my own experience as curator for video at the Centre for Art and Media in Karlsruhe, I am happy to say that the prestigious International Award for Video Art has at last been established by the ZKM and the broadcaster SWF as a major television event, transmitted not only in Germany, but also in Austria and more recently, Switzerland, too. For the past six years, this award presentation has been seen by hundreds of thousands of viewers. The award itself is now accompanied by a handsome cash prize of no less than 65,000 Deutschmarks.

Further evidence for the popularisation of video art can be seen in the increasing tendency for museums to present video sculpture and installations. The opening of the Ars Electronica Centre in Linz in 1996 and the ZKM in October 1997 represent milestones in the acceptance of media art as an established art form. The various departments of the ZKM are to present the first permanent exhibition of contemporary art focusing on video installations; there will also be a media museum containing interactive installations and the ZKM mediatheque will contain an extensive collection of historical video art and electronic music which can be retrieved at will by the individual user. The ZKM is not only unique to Germany, it is the only museum of its kind in the world.

Apart from the institutionalisation of media art in the widest sense of the word (see also the academies for media art in Cologne and Karlsruhe), there is another, more formally artistic reason for the continued relevance of video art in a more specific sense. It is only when one begins to review historical positions does the supposedly passé linear video tape reveal itself as an art form which has always managed to eschew linearity. Unlike pure film

do, las oportunidades para la distribución son, como mucho, marginales; pues como resultado de la falta de interés del público por tratar temas sociales, muchos centros mediáticos alternativos se han desintegrado. Encima, los artistas de vídeo se enfrentan ahora con la némesis técnica de la cinta de vídeo tradicional. Las deficiencias del caro disco láser se verán corregidas con el tiempo con la aparición en escena del nuevo videodisco digital DVD en los próximos años. Este avance supondrá el final de la cinta magnética como soporte de grabación. ¿Es este el fin del vídeo arte?

Paradójicamente, la respuesta es no, ya que existen señales positivas de que el gran público ha comenzado a variar su percepción del video arte y, con él, sus hábitos visuales. Gracias a la pionera labor de festivales de vídeo en Berlin, Bonn, Marl y Osnabrück (también en los últimos años el Festival de Cortometrajes de Oberhausen), y a mi propia experiencia como comisario para el vídeo del Centro de Arte y Medios de Karlsruhe, me alegra afirmar que el prestigioso Premio Internacional de Video Arte, por fin se ha convertido gracias al ZKM y el canal SWF en un acontecimiento televisivo destacado que se transmite no sólo a Alemania, sino también a Austria y Suiza, desde hace poco. Durante los últimos seis años, cientos de miles de espectadores han contemplado la presentación del premio. El propio premio ahora va acompañado de la nada desdenable cantidad de 65.000 marcos alemanes (5.500.000 ptas.).

Otras evidencias de la popularización del video arte se pueden apreciar en la tendencia al alza para que los museos desplieguen instalaciones y esculturas en vídeo. La apertura del Centro de Artes Electrónicas en Linz en 1996 y del ZKM en octubre de 1997 representan hitos en la aceptación del arte mediático como forma de arte establecida. Los diversos departamentos del ZKM van a presentar la primera exposición permanente de arte contemporáneo centrado en las instalaciones en vídeo; también habrá un museo de los medios que contenga instalaciones interactivas y la mediateca del ZKM dispondrá de una amplia colección de video arte histórico y música electrónica que el usuario puede recuperar cuando lo deseé. El ZKM no sólo resulta único en Alemania, es el único museo de su clase en el mundo.

A parte de la institucionalización del arte mediático en el sentido más amplio del término (véase también las academias de arte mediático de Colonia y Karlsruhe), existe otra razón artística más formal para la relevancia continuada del video arte en un sentido

más específico. Sólo cuando se empiezan a revisar las posiciones históricas, la cinta de video lineal, supuestamente caduca, se demuestra como una forma de arte que siempre se las ha arreglado para evitar la linealidad. A diferencia de la narración pura de las películas, el video arte aprovecha parámetros interactivos y temporales totalmente diferentes y es lo que, desde el mismo principio, ha caracterizado el arte de las instalaciones de circuito cerrado y otras representaciones, así como el video arte.

Los artistas del video poseen una actitud completamente diferente hacia el flujo de imágenes, hacia sus motivos poéticos, artísticos o pictóricos; una actitud que delimita claramente el espectro de la producción de video arte también en Alemania. Tras los pasos de la generación de obras clásicas por parte de video artistas como Klaus von Bruch, Marcel Odenbach y Ulrike Rosenbach, un grupo de artistas que se estableció durante los ochenta, ha utilizado el medio con brillantez y firmeza hasta el momento actual a finales de los noventa. Estos artistas son Volker Schreiner, con su estructuralismo cuasi-narrativo, Gusztav Hámós, representado aquí con su homenaje especial en video a la historia del cine, o Jean-François Guiton, cuyo documental de viajes utiliza imágenes enigmáticas en un montaje asociativo para revolucionar el sentido de linealidad para desplazarse de un lugar a otro. Efectos digitales ingeniosos, aunque bien integrados (Rotraut Pape) pueden apreciarse junto con el estilo más personalizado de Angela Hanke-Wahls y Antal Lux, cuyo lenguaje visual puede tener, sin duda alguna, un efecto hipnótico sobre el espectador. Holger Mader, un artista joven no muy conocido todavía en la escena internacional, utiliza la intensidad de un aspecto cautivador en su potente, casi opresivo retrato de un extraño, mientras que el autorretrato de Katharina Wibmer combina la experimentación visual con una ruptura ingeniosa e irónica de las ilusiones.

Andreas M. Kaufmann trabaja principalmente con proyecciones. Como Mader y Wibmer, es un artista mediático de los noventa, que trabaja en el mismo límite del sentido de percepción del espectador, su retrato pictórico parece negar el arte basado en el tiempo, sólo para afianzarlo de la manera más eficaz. Se ha incluido al artista norteamericano Bill Seaman en esta selección debido a que su galardonada obra, *Passage Sets* (logró el Premio Internacional de Video Arte y la Videonale de Bonn), se concluyó en el ZKM durante su estancia allí. Además, el trabajo de Seaman es un ejemplo destacado de una pieza de multimedia que existe tanto en cinta como en ins-

narration, video art makes use of completely different temporal and interactive parameters and it is this which, from the very beginning, has characterised the art of closed circuit installation and other performances as well as the production of video art.

Video artists have a radically different attitude to the flow of images, to their painterly, artistic or poetic 'motives' an attitude which clearly delineates the spectrum of video art production also in Germany. Following the generation of *classical* works by video artists such as Klaus vom Bruch, Marcel Odenbach and Ulrike Rosenbach, a group of artists established themselves during the 1980s which has made steadfast and brilliant use of the medium up to the present time at the end of the 90s. These are artists such as Volker Schreiner with his almost narrative-like structuralism; Gusztav Hámós, represented here by his special video homage to cinema history; or Jean-François Guiton, whose travelogue makes use of enigmatic images and an associative montage to revolutionise the sense of linearity in moving from one place to another. Ingenious, yet well-integrated digital effects (Rotraut Pape) can be found alongside the more personalised style of Angela Hanke-Wahls and Antal Lux, whose visual language can certainly have an *hypnotic* effect on the viewer. Holger Mader, a young artist not as well-known on the international scene as yet, makes use of the intensity of a spellbound look in his powerful, almost oppressive portrait of a stranger, whilst Katharina Wibmer's self-portrait combines visual experimentation with a witty and ironic shattering of illusions.

Andreas M. Kaufmann works primarily with projections. Like Mader and Wibmer, he is a media artist of the 90s; operating at the very edge of the viewer's sense of perception, his painterly portrait appears to negate time-based art, only to reinforce it in a most effective way. The American artist Bill Seaman has been included in this selection because his award-winning work *Passage Sets* (main prizes at International Award for Video Art and Videonale Bonn) was completed at the ZKM during his residency there. Seaman's work is, moreover, a prominent example of a multimedia piece which exists as both tape and installation and can be presented either in a linear or an interactive way. The selection of current video art ranges from more work which makes use of installation space (such as Martin Dammann's deconstructivist analysis of film language) to pieces which have

the appearance of classical documentary and yet, since they constantly reflect and undermine their various stylistic elements and levels of narration, have long since passed the visual boundary into the world of the ironic essay (Friederike Anders, Hartmut Jahn). Concentrating on the work of a handful of individual auteurs this collection can be seen as a starting point for a reflection on more traditional methods of production as opposed to latter-day forms of interconnecting group dynamics. Just how fertile each area can be for the other is reflected in the work of artists working in between genres such as Friederike Anders or Merel Mirage.

Nowadays, fine artists think nothing of moving between traditional art forms and new media; video artists have simply expanded their artistic activity to include installations and interactive projects. Yet no matter how hard one tries, the viewer will be hard pressed to find anything specific on the subject of German post-reunification society in the 90s - Friederike Anders is the only artist whose work addresses this theme in some way. The lack of preoccupation with this topic on the part of media artists is significant. In the early days of video, artists were concerned with exploring the medium's specific attributes. In the 80s, the era of the pop video, there was less investigation and more playful exploitation of the medium's visual properties. Video art at the end of the century, however, operates on a rather more subtle level, manipulating images, people and objects, toying with the idea of globalisation and the depiction of lost or regained subjectivity. Indeed, artists today seem more concerned with finding out exactly what it is that characterises an image in the electronic age and the need to establish the sort of a context in which an image becomes visible.

Rudolf Frieling

talación y puede presentarse de manera interactiva o lineal. La selección del vídeo arte actual abarca desde más obras que se aprovechan del espacio de la instalación (como el análisis deconstructivista del lenguaje filmico de Martin Dammann) hasta piezas que conservan la apariencia del documental clásico y, sin embargo, puesto que se refractan constantemente y socavan sus diversos elementos estilísticos y niveles narrativos, hace mucho que han traspasado el límite visual hacia el ámbito del ensayo irónico (Friederike Anders, Hartmut Jahn). Si nos centramos en la obra de un puñado de autores individuales, esta colección puede observarse como punto de partida para un reflexión sobre los métodos más tradicionales de producción, en contraposición con formas recientes de interconectar la dinámica de grupo. Los frutos que cada campo puede producir en el otro quedan reflejados en la obra de artistas que trabajan combinando géneros, como Friederike Anders o Merel Mirage.

En la actualidad, los grandes artistas no se plantean desplazarse entre las formas de arte tradicional y los nuevos medios; los artistas de vídeo sencillamente ampliaron su actividad artística para incluir instalaciones y proyectos interactivos. No obstante, a pesar de los intentos, el espectador se verá presionado a descubrir algo específico sobre el tema de la sociedad alemana post-reunificación de los noventa; Friederike Anders es la única artista cuya obra trata dicho tópico en cierta manera. La falta de preocupación sobre el asunto por parte de los artistas mediáticos es significativa. En los primeros días del vídeo, a los artistas les preocupaba la exploración de los atributos específicos del medio. En los ochenta, en la época de los vídeos musicales, hubo menos investigación y una explotación más juguetona de las propiedades visuales del medio. Sin embargo, el vídeo arte de finales de siglo funciona a un nivel bastante más sutil, manipulando imágenes, personas y objetos, jugando con la idea de la globalización y la representación de una subjetividad perdida o recuperada. De hecho, los artistas hoy en día parecen más preocupados por encontrar qué es lo que caracteriza exactamente una imagen en la era electrónica y la necesidad de establecer la especie de contexto en el que una imagen se haga visible.

Rudolf Frieling

<sup>1</sup> Nam June Paik, «Niederschriften eines Kulturnomaden. Aphorismen, Briefe, Texte», Cologne, 1992, p. 121.

<sup>2</sup> Ibid., p.116.

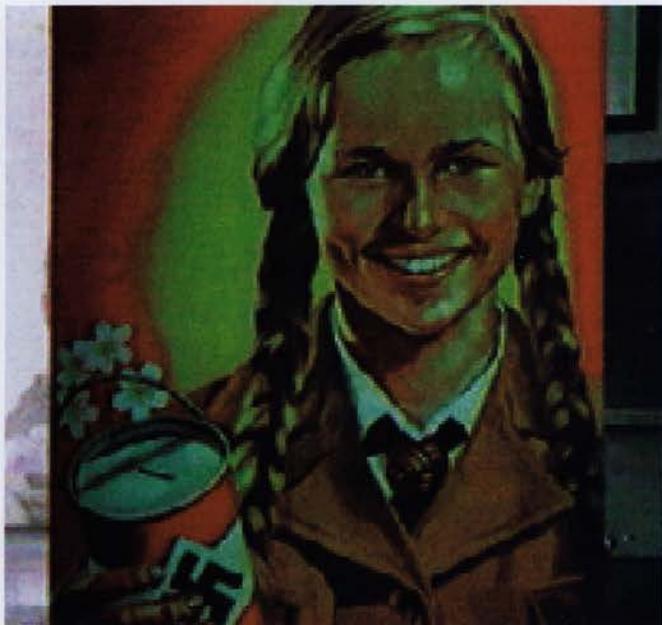
<sup>1</sup> Nam June Paik, «Niederschriften eines Kulturnomaden. Aphorismen, Briefe, Texte», Colonia, 1992, p. 121.

<sup>2</sup> Ibid., p. 116.

## El Color Marrón / Friederike Anders

Ensayo documental con varios bucles temporales que giran al revés. Examen psicoanalítico de las raíces profundas del carácter nacional alemán que utiliza ejemplos escogidos que emergen. Una aventura textual con *collage* que incluye extractos de noticiarios de televisión, grabaciones caseras de vídeo y referencias a cuentos infantiles tradicionales y a libros de texto escolares. La pieza entrelaza los siguientes niveles paralelos: a) la historia real de un caso de incendio provocado en una residencia para refugiados en Rostock en 1992 y b) una serie casi inconexa de entrevistas y encuentros con mi padre y mi tía. En el filo mismo entre las dos líneas de investigación se sitúa el tema de la mierda. El material marrón surge en un doble papel, tanto como metáfora anal para la limpieza, el orden y la diversión bajo un régimen *marrón* (es decir, Nazi) al igual que como motivo cuidadosamente colocado para los actuales excesos racistas (como en la frase: *extranjeros de piel marrón que cagan en prados alemanes*).

Apareciendo en medio de este rígido paseo entre al montaje políticamente correcto y la revelación inquietante está la imagen de un perro salchicha. Este es el plano que aparece al principio y al final de la película. Al igual que el perro malo *Waldi* de los libros infantiles, este salchicha simboliza la imagen *deliciosamente horrible* del excremento del otro así como los placeres obtenidos por rechazar la ley, prohibiendo y obedeciendo...



## Die Farbe Braun / Friederike Anders

A documentary essay in several time loops rotating in reverse. A psychoanalytical examination of the deep roots of the German national character using selected examples that surface. A textual adventure-cum-collage containing excerpts from TV news programmes, home video recordings and references to traditional childrens' storybooks and school textbooks. The piece interweaves the following parallel levels: a) the real story of a case of arson at an asylum-seekers' hostel in Rostock in 1992 and b) a loosely-structured series of interviews and encounters with my father and my aunt. At the cutting edge between the two strands of investigation lies the subject of shit. The *brown stuff* surfaces in a double-role, as both an anal metaphor for cleanliness, order and having fun under a *brown* (i.e. Nazi) regime as well as a carefully-placed motif for current racist excesses (as in the phrase: *Brown-skinned foreigners who crap on German lawns*).

Appearing in the midst of this tightrope-walk between politically-correct montage and embarrassing revelation is the image of a Dachshund. It is this picture which appears at the beginning and end of the film. Just like the bad dog *Waldi* from the childrens' book, this Dachshund embodies the *delightfully horrible* sight of another's excrement as well as the pleasures to be had from laying down the law, prohibiting and obeying ...

Friederike Anders, *Die Farbe Braun* (*El Color Marrón / The Colour Brown*), Video, 1994, 31'  
Dirección / Mastering:  
Francesco Sacco, Rainer von Rottenburg.

Ich hab' mal einen Film mit Paul Newman gesehen /  
Martin Dammann

I develop forms of representation which enable the viewer to perceive images which have been freed from their referents. Most of the time I try not to manipulate the images in any way, I merely work on organising the way they are presented. Viewed carefully and without prejudice, images emerge which develop their own logic and power of expression - and which seem to convey something completely different to what is being shown.

*I Once Saw a Film with Paul Newman* in it deals with the reconstruction of camera movement. Digitized single frames taken from pan shots are linked by an animation program and reduced in size in such a way that the frames appear to be gradually displaced according to the camera movement. The details not covered by the next image remain visible, while the follow-on sequence superimposes itself over the rest of the frame. The film you are watching freezes at the points where the previous shots can still be seen, producing a hybrid consisting of static and moving image.

Una vez vi una película de Paul Newman /  
Martin Dammann

Desarrollo formas de representación que permitan al espectador percibir imágenes que han quedado libres de sus referentes. Gran parte del tiempo no intento manipular las imágenes de ninguna forma, sólo trabajo en organizar la forma en que se presentan. Observadas con atención y sin prejuicios, surgen imágenes que desarrollan su propia lógica y poder expresivo, y que parecen transmitir algo totalmente diferente a lo que se muestra.

*Una vez vi una película de Paul Newman* trata de la reconstrucción del movimiento de cámara. Fotogramas simples digitalizados obtenidos de tomas panorámicas se unen mediante un programa de animación y se reducen de tamaño de modo que los fotogramas parecen desplazarse gradualmente de acuerdo con el movimiento de cámara. Los detalles que no cubre la siguiente imagen siguen a la vista, mientras que la secuencia siguiente se superpone sobre el resto del fotograma. La película que se observa se congela en los puntos en los que las tomas previas aún pueden verse, produciendo un híbrido de imágenes estáticas y móviles.

Martin Dammann, *Ich hab' mal einen Film mit Paul Newman gesehen* (He visto una película con Paul Newman / I have watched a film with Paul Newman), Video, 1996, 5', muda / silent.



## Viajes / Jean-François Guiton

Naci en la época en la que la gente aún dudaba en volar de Pekín a París a última hora de la tarde porque temían llegar a casa entrada la noche.

Henri Michaux, *Avenir*

De manera que se reduce la distancia hasta el fin del mundo, Jean-François Guiton cita la divertida descripción de Michaux sobre el tiempo comprimido. Las fotografías de nuestra mente están pre-formadas, en mayor o menor medida, por el turismo. Los trofeos que encontramos y llevamos a casa son estereotipos intercambiables del exotismo. Tomando como punto de partida los viajes carentes de experiencias, Guiton sigue profundizando, capítulo a capítulo, en las capas superpuestas de la percepción; y cuanto más lejos nos vamos, más simples se tornan las imágenes. Al final, no vemos más que unos contornos borrosos, y en la radiante oscuridad comprendemos súbitamente en qué consiste viajar: abrirse a experiencias diferentes.

Rudolf Frieling

## Voyages / Jean-François Guiton

I was born in that age when people still hesitated to fly from Peking to Paris in the late afternoon because they were afraid they might arrive home too late in the evening.

Henri Michaux, *Avenir*

As the distance to the end of the world diminishes, Jean-François Guiton quotes Michaux' playful description of compressed time. The pictures in our minds are pre-formed - to a greater or lesser extent - by tourism. The trophies we find and take home are interchangeable stereotypes of the exotic. Taking experienceless travel as point of departure, Guiton proceeds to dig, chapter by chapter, into overseen layers of perception. And the further we go into the world, the more simple the images become. At the end, we are viewing no more than sketch-like contours. And in the bright darkness we grasp suddenly what travel is about: opening oneself up to different experiences.

Rudolf Frieling

Jean-François Guiton, *Voyages (Viajes)*, Video, 1994, 13'



Berlin Retour / Gusztáv Hámós

The moment of arrival in the big city was always a popular subject for Berlin-related literature and films. In a tape dedicated to the memory of Walter Ruttmann's *Geliebten: Berlin*, a Danish girl buys a return ticket to Berlin and offers the viewer a free ride through seven decades of German history. The architectural wastelands of Anhalter Bahnhof and Potsdamer Platz act as settings for electronic inserts with archive footage recounting Berlin's historiography: '20s metropolis, Nazi rule, war, division, Socialism in the Eastern sector, the workers' uprising of June 17, and, from construction to fall, The Wall. Subtle digital effects enable the girl to effortlessly shrug off one persona and take on another, gliding through different media planes as required. The fastforward return journey culminates in a somersault that propels her into the age of virtual urban planning.

Rudolf Frieling

Berlín Retorno / Gusztáv Hámós

El momento de la llegada a la gran ciudad siempre fue un tema popular para las películas y la literatura relacionada con Berlín. En una cinta dedicada a la memoria del libro de Walter Ruttmann *Geliebten: Berlin* (Amantes: Berlin), una chica danesa compra un billete de ida y vuelta a Berlín y le ofrece al espectador un paseo por siete décadas de historia alemana. Los despojos arquitectónicos del Anhalter Bahnhof y la Potsdamer Platz hacen de escenario para las inserciones electrónicas con material de archivo que relata la historiografía berlinesa: la metrópoli de los años veinte, el régimen Nazi, la guerra, la división, el *socialismo* en el sector oriental, el levantamiento de los obreros del 17 de junio y, desde su construcción hasta caída, el Muro. Los sutiles efectos digitales permiten que la chica se libre con facilidad de un personaje y encarne otro, deslizándose por diferentes medios según se requiera. El viaje de retorno hacia adelante culmina en una voltereta que la despidе hacia la era de la planificación urbana virtual.

Rudolf Frieling

Gusztáv Hámós, *Berlin retour* (Regreso a Berlin / Return to Berlin), Video, 1996, 7'13"

Guion / Screenplay: Gusztáv Hámós, Katja Pratschke. Sonido / Sound: Katja Pratschke. Música / Music: El Gordo. Montaje / Editing: Mariann Bichler, Clemens Radke. Actores / Actors: Michaela Schmidt, Markus Stein. Producción / Production: Lichtblick S.L. Colonia / Lichtblick Ltd, Cologne.

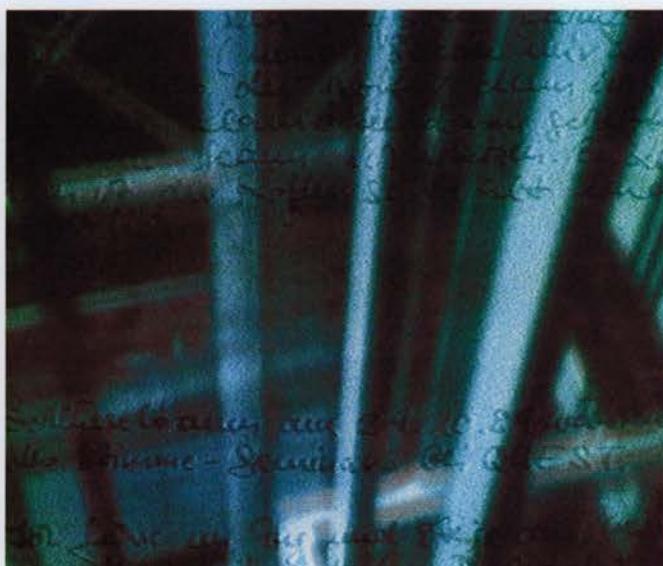


Sueños lúcidos / Angela Hanke-Wahls

Utilicé los fragmentos de sueños y notas de diarios de una persona gravemente enferma para desarrollar secuencias de palabras e imágenes que arrojaran alguna luz sobre su estado físico y mental, pero que además se produjera una fusión con mi propio mundo de los sueños. El intento de controlar los sueños, manipular las realidades experimentadas y provocar la interconexión de diferentes planos de la conciencia (prácticas aplicadas en los sueños lúcidos) condujo a hileras de imágenes que reflejan el ambivalente mundo emocional de alguien en cautividad.

Lucid Dreaming / Angela Hanke-Wahls

I used the fragments of dream and diary notes of a seriously ill person to develop sequences of words and images that throw some light on his/her physical and mental state but also result in a fusion with my own dream world. The attempt to monitor dreams, manipulate experienced realities and bring about the interlocking of different planes of consciousness (practices applied in lucid dreaming) led to streams of pictures reflecting the ambivalent emotional world of someone in captivity.



Angela Hanke-Wahls, *Lucid Dreaming* (*Sueños lúcidos*),  
Video, 1997, 16'10"  
Sonido / Sound: Dirk Schäfer.

Akt: Inge - Für Franz / Hartmut Jahn

This video portrays in a darkened room an ageing female body in all its apparent ugliness. The subtle and reduced presentation enhances the concentration on the vivacity of this elderly woman, who speaks about sexuality in a natural way which instantly makes it clear that no taboos are being (forcibly) broken. In Jahn's portrait, the viewer is fascinated by the personality of the subject portrayed. A long time ago, Inge was an artists' model, and today she poses once again for the camera. The title implies she is doing it for Franz, the wordless man sitting beside her. It is still the exception that a female voice is articulated while the man keeps quiet in front of a camera.

Rudolf Frieling

In *Nude Model: Inge - for Franz*, the representation of the body is natural, conveying no sense of furious attack on the taboo. The refreshing presence with which the old woman talks about her sexuality turns this tape also into a touching portrait.

Jury-statement, German Award for Video Art 1994

Modelo desnudo: Inge-para Franz / Hartmut Jahn

Este video representa, dentro de una habitación oscura, a un cuerpo de mujer envejecido con toda su aparente fealdad. La sutil y reducida presentación destaca la concentración sobre la vivacidad en esta mujer anciana, quien habla de su sexualidad de una manera natural, lo que al instante aclara que no se presenta (forzosamente) ningún tabú. En el retrato de Jahn, el espectador queda fascinado por la personalidad del sujeto representado. Hace mucho tiempo, fue modelo de artistas, y hoy ella posa una vez más para la cámara. El título implica que lo hace por Franz, el hombre silencioso sentado a su lado. Aún resulta excepcional que una voz femenina se articule mientras que el hombre permanece callado frente a la cámara.

Rudolf Frieling

En *Modelo desnudo: Inge para Franz*, la representación del cuerpo es natural, no transmite sensación de ataque furibundo al tabú. La refrescante presencia con la que charla la mujer anciana sobre su sexualidad, además convierte a esta cinta en un retrato conmovedor.

Comunicado del jurado. Premio Alemán de Vídeo Arte 1994.

Hartmut Jahn, *Akt: Inge - für Franz* (Toma: De Inge para Franz / Act: From Inge to Franz), Video, 1994, 6'  
Fotografía / Photography: Jochen Philip, Hartmut Jahn.  
Sonido / Sound: Herr Otte. Actores / Actors: Ingeborg Freudenberg, Franz Natuka. Producción / Production: Jahn Video.



## Videopintura n.º 5 / Andreas M. Kaufmann

La idea básica de las Video Pinturas es, tomando prestado el término de Erik Satie *musique d'ameublement*, una especie de *video d'ameublement*. Las grabaciones se encuentran dentro de un bucle que funciona incesantemente, pero al que no se le tiene que prestar constante atención, más bien como una pintura en el muro.

La materia prima para esta cinta de video es la imagen de una figura que repetidamente se vuelve hacia y contra el espectador. Los fotogramas individuales se han re-capeado, disuelto y ralentizado en el ordenador hasta el punto de que el espectador no puede estar seguro si mira a un fotograma de video congelado. No existe esa sensación de *staccato* en la imagen que dé una pista de que la imagen se está moviendo continuamente, justo en el límite de su sentido de la percepción. Una vez que el cerebro ha percibido que, en verdad, esta es una imagen en movimiento, el proceso ya ha concluido.

Esta cinta está ideada para aparatos de televisión domésticos.

## Videopainting No. 5 / Andreas M. Kaufmann

The basic idea behind the Video Paintings is, to borrow Erik Satie's term *musique d'ameublement*, a kind of *video d'ameublement*. The recordings are on a loop which plays constantly but which doesn't have to be paid constant attention, rather like a painting on the wall.

The raw material for this video tape is the image of a figure repeatedly turning towards and away from the viewer. The individual frames have been re-layered, dissolved and slowed down in the computer to such an extent that the viewer cannot be sure that he isn't looking at a video freeze frame. There is no staccato-like shuffling of the image to give him a clue that the image is in fact continually moving, just at the edge of his sense of perception. Once his brain has realised that this is indeed a moving image, the process has already finished.

This tape is designed for domestic television sets.

Andreas M. Kaufmann, *Videopainting No. 5* (*Pinturas de Video No. 5*), Video, 1997, continua / loop.  
*Fotografía / Photography:* Holger Reuter. *Actor:* Jean-Michel Phéline. *Montaje y procesador de imagen / Editing, image processing:* Norleon Graff, Andreas M. Kaufmann, Holger Reuter.



Hypnose / Antal Lux

All human beings have an urgent need to free themselves from all kind of action and from the necessity to take responsibility for decisions. Because this need is not as developed (or as well preserved) in every one, some of us are more easily hypnotised, while others surrender only superficially to the hypnosis, and some cannot be hypnotised at all.

This 1996 German version of the 1993 tape uses blurred traces of figurative imagery and, on the sound level, the repetitive suggestive voice that tries to help relax single body parts: *My right arm is heavy, really heavy. Completely quiet and relaxed. My attention is in my right arm and my right arm is heavy, really heavy, etc.*

Rudolf Frieling

Hipnosis / Antal Lux

Todos los seres humanos tienen una necesidad urgente de liberarse de toda clase de acción y de la necesidad de responsabilizarse por las decisiones. Debido a que esta necesidad no se encuentra tan desarrollada (o tan bien conservada) en todos, a algunos se nos hipnotiza con más facilidad, mientras que otros sólo se rinden superficialmente a la hipnosis, y algunos no pueden hipnotizarse en absoluto.

Esta versión alemana de la cinta de 1993 utiliza retazos borrosos de la imaginería figurativa y, a nivel sonoro, la sugestiva voz repetitiva que intenta ayudar a relajar ciertas partes del cuerpo: *Mi brazo derecho pesa, pesa mucho. Totalmente tranquilo y relajado. Mi atención se encuentra en mi brazo derecho, y pesa, pesa mucho, etc.*

Rudolf Frieling

Antal Lux, *Hypnose (Hipnosis / Hypnosis)*, Video, 1993/6, 5'



No busco nada, estoy aquí /  
Holger Mader

Holger Mader demuestra con su reciente obra, sin ninguna modificación de la editorial, que incluso con escasos recursos es mucho lo que se puede expresar. Un extranjero en Alemania formula una única frase que se repite con una intensidad que raya lo insoportable.

Holger Mader presenta una pequeña obra que emplaza el paso del tiempo con respecto a la imagen, ligeramente desenfocada, de un hombre desconocido. Detrás de esta imagen residen todos los estereotipos con que han de enfrentarse los extranjeros en Alemania.

Rudolf Frieling

Ich suche nichts, ich bin hier  
(I don't look for anything, I'm here) / Holger Mader

An early work, realized in 1993, that demonstrates how much can be told with sparse means. With no editorial interference, a foreigner in Germany formulates a single sentence that is repeated with a penetration bordering on the unbearable.

Holger Mader presents a short performance that places the passing of time in relationship with the picture of an unknown man, slightly out of focus. All the stereotypes faced by foreigners in Germany lie behind this image.

Rudolf Frieling



Holger Mader, *Ich suche nichts, ich bin hier* (No busco nada, estoy aquí / I don't look for anything, I'm here), Video, 1993, 3'45"  
Actor: Chun Chi

Blood in Blossom: A Perceptual Journey / Merel Mirage

This video takes us through different layers of reality, each with their own frame of reference. The microscopic eye, the electronic sensor, the human eye touches life and discovers meditative and poetic images. They evoke our intimate observations, trigger our private interpretations. The sensitive touch of surface and the careful focusing of images take us further into our outer realities and into our inner worlds.

Sangre en Flor: Un Viaje Perceptual / Merel Mirage

Este vídeo nos traslada por los diversos estratos de la realidad, cada uno con su propio marco referencial. El ojo microscópico, el sensor electrónico, el ojo humano en contacto con la vida descubre imágenes poéticas y meditativas. Ellas evocan nuestras observaciones íntimas, disparan nuestras interpretaciones privadas. El toque sensible de la superficie y la delicada concentración en imágenes nos transporta hacia nuestras realidades más lejanas y hacia nuestros mundos más ocultos.

131

MUESTRAS: CURRENT MEDIA ART



Merel Mirage, *Blood in Blossom: A Perceptual Journey* (*El Fluir de la Sangre: Un Viaje Perceptual*), Video, 1995, 7'  
Sonido / Sound: Drome. Música / Music: Drome. Producción / Production: Mirage Productions.

## No sólo Agua / Rotraut Pape

Cinco hombres y mujeres se sientan a una mesa redonda. Ante nuestros ojos aparecen viandas en los platos de los comensales, que sufren metamorfosis asombrosas. La piña, el melón, el pan integral y otros frutos del árbol del conocimiento cobran vida y desvelan sus secretos más recónditos. Mientras florecen, respiran y adoptan formas novedosas, los comensales también sufren transformaciones. Lentos pero seguros, los límites entre el interior y el exterior se funden y, a medida que las fronteras espaciales se desvanecen, las líneas entre espíritu y materia se difuminan igualmente.

Mesura gesticulativa, metamorfosis generadas por ordenador, una banda sonora excesiva y de caricatura y un uso del color sintético, a veces venenoso están calculados a la perfección para acentuar el mundo virtual de imágenes de esta pieza. Nuestra visión queda deliberadamente reducida a unas pocas perspectivas, cuya ostensible esterilidad brillante queda arrebatada por una sonrisita subyacente.

Comunicado del jurado, 7º Premio de Video Arte de Marl.

## Nicht nur Wasser / Rotraut Pape

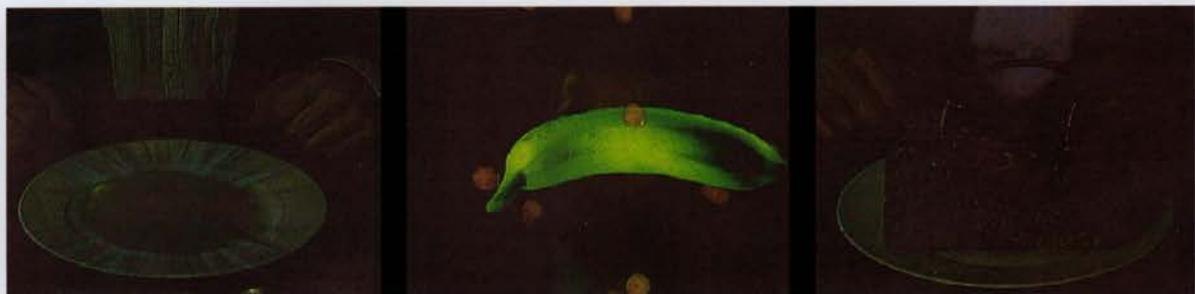
Five men and women are seated at a round table. Before our eyes foodstuffs appear on the diners' plates and go through astonishing metamorphoses. Pineapple, melon, wholemeal bread and other fruits of the tree of knowledge come to life and reveal their inmost secrets . While they blossom, pulsate and take on ever-new forms, the diners are transformed likewise. Slowly but surely, the boundaries between interior and exterior dissolve, and as the spatial frontiers vanish, the lines between spirit and material begin to blur likewise.

Gesticulatory understatement, computer-generated metamorphoses, a caricatured, excessive soundtrack and a synthetic, sometimes venomous use of colour are perfectly calculated to accentuate the virtual world of images in this piece. Our view is deliberately limited to just a few perspectives, the ostensible glossy sterility of which is nibbled away at by an underlying smirk.

Jury-statement, 7th Marl Video Art Award.

**Rotraut Pape, *Nicht nur Wasser* (Algo más que agua / Not only Water)**, Video, 1995, 25'

Idea: Raskin. Fotografía / Photography: Jens Enna Born, Frieder Schlaich, Raskin. Sonido / Sound: Christian Graupner, Alfred Olbrisch. Banda sonora / Soundtrack: Voov. Programador y asesor / Programming Advisor: Klaus Dufke, Klinische Bilder. Imágenes médicas / Medical Imaging: Dr. Daniel Heyer. Actores / Actors: Andreas Coerper, Klaus Dufke, Michael Esser; Rotraut Pape, Regine Staegemair.



Seesaw / Volker Schreiner

A metronomic sequence made up of three places and three times. Every second at every place, every second at the same place. Editing sequences, scraps of words and music beats join up and separate. Three places are at one time, three places are at simultaneous times, one time is in simultaneous places, one place is at simultaneous times.

Balancín / Volker Schreiner

Secuencia metronómica compuesta de tres lugares y tres momentos. Todos los segundos en todos los lugares, todos los segundos en el mismo lugar. Secuencias montadas, restos de palabras y ritmos musicales se funden y separan. Tres lugares a la vez, tres lugares están en momentos simultáneos, un momento está en lugares simultáneos, un lugar está en momentos simultáneos.

133

Volker Schreiner, SEESAW (*Vaivén*), Video, 1996, 7'24"  
Actores / Actors: Heiner Fahrenholz, Christoph Girardet,  
Diemut Schilling, Claudia Schwarzlose. Elementos musicales / Musical elements: ARC Audio Production.



## Conjuntos de Pasajes - Se Tira de los Ejes desde la Punta de la Lengua / Bill Seaman

*Pasaje* como texto, como viaje, como cambio en el tiempo, como arquitectura. *Conjunto* como par, como arquitectura ilusionista, como aparato. *Conjunto* como en matemáticas. Una serie de *pasajes* al estilo *haiku* conforman la obra que presenta imágenes arquitectónicas recogidas en y alrededor de Tokio y Karlsruhe, contrastando lo moderno y lo antiguo, centrándose en la luz. La materia se presenta en forma de conjunto poético de cavilaciones y proyecciones que tratan acerca de nociones sobre la sensualidad/sexualidad y la identidad en el ciberespacio en contraste con la naturaleza de los espacios reales. El jurado del Premio Internacional de Video Arte quedó fascinado por la franqueza de su forma artística en conjunción con el enigma que rodea los gestos y los objetos, con la ambivalencia de lo impenetrable y las frases poéticas, la musicalidad de la voz y el montaje recurrente.

Passage Sets -

One Pulls Pivots at the Tip of the Tongue / Bill Seaman

*Passage* as text, as travel, as change over time, as architecture. *Set* as pair, as illusionistic architecture, as device. *Set* as in mathematics. A series of haiku-like *passages* make up the work presenting architectural images shot in and around Tokyo and Karlsruhe - contrasting the modern and the ancient, focusing on light. The subject matter is presented as a poetic set of musings and projections dealing with notions of sensuality/sexuality and identity in cyberspace in contrast with the 'nature' of actual spaces. The jury of the International Award for Video Art was fascinated by the openness of their artistic form in conjunction with the enigma surrounding the gestures and objects, with the ambivalence of the impenetrable and poetic sentences, the musicality of the voice and recursive editing.

Rudolf Frieling

Rudolf Frieling



Bill Seaman, *Passage Sets - One Pulls Pivots at the Tip of the Tongue*, (Conjuntos de Pasajes - Se Tira de los Ejes desde la Punta de la Lengua) Video, 1995, J/AUS/D, 32'  
Música / Music: Bill Seaman, Tony Wheeler (Saxo), Catherine Hewgill (Chelo). Actores / Actors: Jenny Almendinger, Yasuaki Matsumoto. Producción / Production: Bill Seaman, ICC Tokio, ZKM Karlsruhe. Versión alemana / German Version: 235 Media, Colonia / Cologne (1997).

Letzte Lockerung / Katharina Wibmer

Do you worry about your health?  
Is there a connection between talking and thinking?  
Are you no longer able to follow intellectual conversations?  
Will the navel be added to the German flag as a symbol of introspection?  
Do you feel the difference at mass events with popular appeal?  
Are you acquainted with the art of becoming popular and influential? Do you sometimes hear strange voices?

The *Final Relaxation* demonstrates positions and helps you to overcome doubts.

She (Katharina Wibmer) juxtaposes various types of individual, ironically posited, soul-searching with comical collective norms and expectations. Her own physical jerks, distortions and oblique angles increase the tensions which result from these juxtapositions into grotesque forms, which are interspersed by witty intermezzos in the form of various animated body patterns. The piece is a precisely calculated balance between sophistication and naiveté.

Excerpt from the jury's comments on awarding the 7<sup>th</sup> Marl Video Art Award.

Relajación Última / Katharina Wibmer

¿Le preocupa su salud?  
¿Existe una conexión entre el habla y el pensamiento?  
¿Ya no es capaz de seguir conversaciones intelectuales?  
¿Debe añadirse el ombligo a la bandera alemana como simbolo de introspección?  
¿Aprecia la diferencia en sucesos masivos de atractivo popular?  
¿Está familiarizado con el arte de hacerse popular e influyente?  
¿A veces escucha voces extrañas?

La *Relajación Última* demuestra sus actitudes y le ayuda a superar las dudas.

Ella (Katharina Wibmer) superpone varios tipos de individuos, planteados con ironía, reflexivos, con cómicas normas y expectativas colectivas. Sus propias sacudidas físicas, distorsiones y ángulos oblicuos aumentan las tensiones que se derivan de estas superposiciones en formas grotescas, que están intercaladas por *intermezzos* agudos en forma de diversos contornos corporales animados. La pieza demuestra un equilibrio, calculado con precisión, entre sofisticación e ingenuidad.

Extracto de la decisión del jurado que concedió el 7º Premio de Vídeo Arte de Marl.

Katharina Wibmer, *Letzte Lockerung* (*El Último Descanso / Final Relaxation*), Video, 1996, 12'30"



## Arte en CD-Rom

La no linealidad, la interactividad y el arte de la combinación son las características más importantes de la hipermedia digital que incluye el CD-Rom e internet. Aunque las formas no lineales de narración y representación, así como la interacción con el espectador se han convertido desde hace tiempo en parte de la historia de la literatura, del cine y del arte, las oportunidades específicas de combinación que ofrece la comunicación digital *off-line* (CD-Rom) y la *on-line* (internet) que permanecen como un potencial secreto y revolucionario para un consumo diverso y estético.

Los CD-Roms almacenan medios de comunicación para la información digital, parecido al *diskette* o al disco duro del ordenador. Las ventajas del CD-Rom son muchas: tiene una enorme capacidad, la información puede ser utilizada a una gran velocidad (ya que el ordenador lee los datos rápidamente) y fabricarlos no cuesta mucho. Como todos los soportes para grabar información digital, el CD-Rom puede almacenar y realizar cualquier tipo de combinación con textos, sonidos, gráficos y películas.

Durante un tiempo, el video como película era un medio de comunicación basado en el tiempo, que sólo podía reproducirse y consumirse de forma lineal. Se pulsaba el botón *play* y cada escena aparecía cronológicamente, según lo habían ordenado el director y el editor. Las alteraciones en el flujo de imágenes sólo eran posibles activando el botón de *stop*, el de *forward* o el de *rewind*. Sin embargo, con la telecomunicación digital se puede acceder a cualquier «punto» de toda la estructura del volumen total de información almacenado, sin pérdida de tiempo. La no linealidad de los CDs está organizada de acuerdo con unas marcas específicas o unos «hotspots» ocultos (zonas activas que se definen durante la producción del CD). Estos *hotspots* se identifican como direcciones objetivo en otras secciones de la información que permiten al usuario saltar a cualquier otra parte de la estructura total con sólo pulsar el ratón. De esta manera, las secciones y los fragmentos se combinan formando una red.

El usuario navega por un camino del sistema raíz de estructuras que se ofrece. Cuando se trabaja de forma interactiva es como si el usuario y el ordenador trabajaran codo con codo, más conjuntamente. De esta manera, el visitante crea su propia *experiencia* en el

## CD-ROM Art

Non-linearity, interactivity and the art of combining are the most important characteristics of digital hypermedia including CD-ROM and internet. Although non-linear forms of narration and representation, as well as interaction with the viewer have long since become part of literary, cinema and art history, the specific opportunities for combining which are to be found in digital offline (CD-ROM) and online media (internet) hold untold revolutionary potential for aesthetic and playful consumption.

CD-ROMs are recording media for digital information, similar to a computer's floppy or hard disc. The advantages of the CD-ROM are manifold: it has a comparatively large capacity, information can be retrieved at great speed (since data can be read quickly by the computer) and it doesn't cost much to produce. Like all recorders of digital data, the CD-ROM can store and perform any number of combinations of texts, sounds, graphics and film.

At one time, video like film was a time-based media that could only be played and consumed in a linear way. One pressed the button marked *play* and each scene would appear in the chronology ordained by the director and editor. Alterations to the flow of images were only possible by activating *stop*, *fast forward* or *rewind*. With digital media, however, any point in the overall structure of the entire volume of information stored can be accessed immediately, without a lapse in time. The CD's non-linearity is organised via certain marked or hidden *hotspots* - active zones which are defined during a CD's production. These hotspots are defined as target addresses in other data sections which enable the user to leap onto any other part of the overall structure with just a mouse click. In this way, sections and fragments are combined into a network.

The user navigates a path through the root system of structures on offer. Working interactively, it is almost as though the user and the computer are in partnership, feeling their way along. So it is that the visitor creates his own individual programme *experience*; he is asked to make choices, to take part, intervene and either punch in codes or supply verbal solutions via a microphone and so, continue sauntering through the constantly-moving labyrinth.

In 1965, Ted Nelson gave a name to these associative, open-ended chains of information, he called this rhizome-like method of non-sequential reading and writing and simultaneous multi-layered narratives: *hypertext*. Not only does hypertext demand a different form of consumption - it also completely changes our understanding of art. Instead of a *mystifying work of art* created in a unique way by an *auteur*, a kind of *Gesamtkunstwerk* is created which deliberately incorporates the reactions of the viewer/user in its underlying concept. According to this notion, an artistic product is one that is open to a number of readings and contains an open-ended dialogue, in short, an art form in which the viewer becomes co-author of the artefact. In this kind of art work, the narrative structure and flow of a story is only partly bound by the autocratic dictates of its creator, which means that the viewer is less interested in identifying with the protagonists and more attracted to his own new role as an actant.

Interaction or spectator participation has, however, been a standard component of art since Dadaism (Max Ernst) and Marcel Duchamp's installations. Artists have always striven to break down traditional notions of production and consumption and expand the meaning of art. The happenings of the Fluxus movement of the 50s and 60s (John Cage, Nam June Paik, Robert Rauschenberg) as well as the events which took place under the banner of Expanded Cinema were also designed to emphasise the changing roles of creator and consumer.

Classical avant-garde cinema (as in the work of Maya Deren or Dziga Vertov) also saw a departure from realistic, linear structures of narration and representation towards new forms of storytelling using multiple perspectives. Similar tendencies were to be found in literature, where approaches such as new narrative structures, parallel action, flashbacks and montage techniques were explored.

In hypermedia, reality is no longer shown on one level but is presented to the viewer as a series of multi-layered, conflicting or complementing concepts which make the spectator's viewpoint the decisive factor. Horizontal structures and *links* are just as important as vertical causality and conditional correlations. At the core of this approach are dynamic-sounding operations or

programa, se le pide que haga elecciones, que participe, que intervenga y que introduzca códigos o que de soluciones por el micrófono; para que continúe deambulando por un laberinto en movimiento.

En 1965, Ted Nelson le dio nombre a estas cadenas de información asociativas e interminables, llamó a este método de lectura no secuencial, de escritura y de narraciones simultáneas con forma de rizoma: *hipertexto*. El hipertexto no sólo demanda una forma diferente de consumo, sino que también cambia completamente nuestro entendimiento del arte. En vez de un *trabajo de arte místico* creado de forma única por un *auteur*, se crea una forma de *Gesamtkunstwerk* (obra de arte general) que deliberadamente incorpora la reacción del espectador/usuario en su definición pura. Según esta noción, un producto artístico es el que está abierto a un número de lecturas y contiene un diálogo sin fronteras, en resumen, una forma de arte en la que el espectador se convierte en co-autor del artefacto. En este tipo de trabajo artístico, la estructura narrativa y el flujo de la historia están en parte limitados por los mandatos autocráticos de su creador, lo que significa que el espectador está menos interesado en identificarse con los protagonistas y más atraído por su nuevo y propio papel como agente de la acción.

La interacción o participación del espectador ha sido, sin embargo, un componente estándar del arte desde las instalaciones de Dadaism (Max Ernst) y de Marcel Duchamp. Los artistas siempre se han esforzado por romper las nociones tradicionales de creación y consumo, y expandir la definición de arte. Los acontecimientos del movimiento Fluxus de los años 50 y 60 (John Cage, Nam June Paik, Robert Rauschenberg), así como los que tuvieron lugar bajo la bandera de *Expanded Cinema*, también se diseñaron para enfatizar la función del creador y del consumidor en cambio.

El cine clásico de vanguardia (como en la obra de Maya Deren o Dziga Vertov) también sufrió una trayectoria de estructuras realistas y lineales de la narración y la interpretación hacia las nuevas formas de contar historias utilizando múltiples perspectivas. Unas tendencias similares fueron descubiertas en la literatura, donde se exploraron algunos enfoques: estructuras narrativas, acción paralela, *flashbacks* y técnicas de montaje.

En la hipermedia, la realidad ya no se presenta al espectador a un solo nivel, sino como una serie de multi-capas, enfrentando o completando conceptos que convierten el punto de vista del espectador en un factor decisivo. Las estructuras horizontales y las *uniones* son tan importantes como la casualidad vertical y las correlaciones condicionales. En el núcleo de este enfoque están las operaciones con sonido dinámico o términos como: unión, cadena, combinar, conectar, nudo, camino, sección y enlace.

La teoría de la combinación situada tras el hipertexto no era, sin embargo, algo que se inventara al mismo tiempo que el ordenador. Tiempo atrás, en el siglo XIII, el estudiante catalán Raimund Lull construyó una *máquina de filosofía*, en la que utilizaba una serie de discos concéntricos conectados entre sí para crear relaciones terminológicas o nexos sintácticos, el contenido semántico de lo que con frecuencia permanecía en el fondo.

Intentos interactivos tempranos con estructuras narrativas de películas no lineales se basaban, por regla general, en la tecnología del láser disc (por ejemplo métodos similares de grabación). Se desarrollaron a principios de los 80 por los pioneros americanos Peter d'Agostino, Grahame Weinbren, Bill Seaman y Lynn Hershman. Ya en el 1989 el Festival de Media Art en Europa presentaba largometrajes interactivos en Hi-8 por el grupo *Videolabyrinth*, formado en Berlin (Friederike Anders, Ilka Lauchstädt, Martin Potthoff). Este año también quedó marcado por la producción del primer CD-Rom artístico, publicado por Voyager en Nueva York.

Desde los comienzos de los 90, numerosos trabajos habían aparecido en CD-Rom. Se extendían desde las crónicas en multimedia de colecciones de arte, museos, festivales o artistas individuales hasta producciones internacionales de música pop como *The Freak Show* por *The Residents* o *Eve* de Peter Gabriel así como producciones radicales clandestinas, tipo garaje (de bajo presupuesto). Algunos artistas mediáticos, como George Legrady (*An Anecdoted Archive from The Cold War and Slippery Traces*), Laurie Anderson (*Puppet Motel*), Simon Biggs (*Book of Shadows*) o Harwood (*Rehearsal of Memory*) han escogido el CD-Rom para publicar su obra de una naturaleza, a veces, muy personal.

Como en cualquier otro lugar, Alemania ha visto también la producción de un número de proyectos artísticos fascinantes. A

terms such as link, chain, combine, connect, knot, path, branch and bond.

The combination theory that lies behind hypertext was not, however, something that was invented along with the computer. Way back in the 13th century, the Catalan scholar Raimund Lull constructed a *philosophy machine*, in which he used a series of interconnecting concentric discs to create terminological relationships or syntactical links, the semantic content of which often remained in the background.

Early interactive attempts at non-linear film narrative structures were, as a rule, based on laser disc technology (i.e. analogue methods of recording). They were developed at the beginning of the 1980s by American pioneers such as Peter d'Agostino, Grahame Weinbren, Bill Seaman and Lynn Hershman. As early as 1989, the European Media Art Festival presented interactive feature films on Hi-8 by the Berlin-based group 'Videolabyrinth' (Friederike Anders, Ilka Lauchstädt, Martin Potthoff). 1989 also marked the production of the first artistic CD-ROM, published by Voyager in New York.

Since the beginning of the nineties, numerous works have appeared on CD-ROM. They range from more or less multimedia chronicles of art collections, museums, festivals or individual artists to international pop music productions such as *The Freak Show* by *The Residents* or Peter Gabriel's *Eve* as well as more radical underground, garage-type productions. Some media artists, such as George Legrady (*An Anecdoted Archive from The Cold War and Slippery Traces*), Laurie Anderson (*Puppet Motel*), Simon Biggs (*Book of Shadows*) or Harwood (*Rehearsal of Memory*) have chosen the medium of CD-ROM to publish work of a sometimes highly personal nature.

As elsewhere, Germany has also seen the production of a number of fascinating artistic projects. Often created at universities and media institutes, many of these works address the new formal possibilities, aesthetic potential and complexity of multimedia combinations in the new medium. A prominent feature of current CD-ROM publications are editions which combine recordings of music with visual experimentation. These works do not merely use sound to illustrate but often as a starting point for and initiator of a visual programme.

The CD-ROMs produced by the veteran artists 'Die Veteranen' and *Venetian Deer* play a dominant role in the brief history of artistic multimedia projects in Germany. *Bauen mit Licht* (*Building with Light*) by the Medieninstut Berlin/mib is an excellent example for the way in which historical material can be combined with user-navigable illustrations, demonstrated here in the form of a virtual museum tour.

The CD-ROM series *artintact*, published by the Centre for Art and Media (ZKM), represents an important forum for multimedia art. Once a year since 1994, three media artists are given the opportunity to develop new projects for the medium, as artists-in-residence at the ZKM: *Artintact 4* includes projects by Dieter Kiessling, Anja Wiese as well as the artistic team Marina Grzinic and Aina Smid.

Mina Hagedorn, the most permanent member of the EyeYou group, has chosen to work outside more expensive, established editions by distributing her work on her own amongst friends and acquaintances. Her modest pieces are full of cryptic humour and, since they are created quickly on floppy discs, take up just a fraction of the space needed for most CD works. This collection brings together for the first time three pieces by EyeYou on one CD-ROM. The pieces are deliberately poised somewhere between computer game and screen saver; their particular attraction is that they are constantly available, since they do not involve large amounts of data. These games involve a playful treatment of digital opportunities; this, combined with their reduced, minimal shapes mean that this project is perfectly suited to the media-immanent characteristics of either a CD-ROM or floppy disc.

CD-ROM is a medium which is particularly suited to the exploration of new forms of literature, congenial writing and collective chains of statements. The group of artists known as *Pool Processing* (Heiko Idensen and Matthias Krohn) were particularly drawn to the simultaneous potential on CD-ROM and the internet for both rhizomatic writing and visual experimentation. Their latest CD-ROM project, *of(f) the w.w.web* contains a large number of interesting internet projects and critical discussions. It also provides an excellent guide through both the world of art and the art world on the world wide web.

menudo creados en universidades e institutos de telecomunicaciones, muchos de estos trabajos dirigen las nuevas posibilidades formales, el potencial estético y la complejidad de combinaciones multimedia en el nuevo soporte. Un rasgo importante de las publicaciones actuales en CD-Rom son las ediciones que combinan las grabaciones de música con experimentación visual. Estos trabajos no emplean sólo el sonido como medio de ilustración, sino que a menudo lo emplean como punto de partida o iniciador del programa visual.

Los CD-Roms producidos por los artistas veteranos *Die Veteranen* y *Venetian Deer* juegan un papel importante en la corta historia de los proyectos artísticos de multimedia en Alemania. *Bauen mit Licht* (Construyendo con luz) por el Instituto Berlin/mib de Telecomunicaciones es un ejemplo extraordinario de cómo puede combinarse el material histórico con ilustraciones en las que el usuario puede navegar, esta es la demostración de una visita virtual a un museo.

Las series de *artintact* (arte intacto) de CD-Rom, publicadas por el Centro de Arte y Telecomunicaciones (ZKM), representan un foro importante para el arte de la multimedia. Desde 1994, tres artistas mediáticos dan la oportunidad, una vez al año, de desarrollar nuevos proyectos para los soportes, como artistas residentes en ZKM: *Artintact 4* incluye proyectos realizados por Dieter Kiessling, Anja Wiese así como el equipo artístico Marina Grzinic y Aina Smid.

Mina Hagedorn, el miembro más antiguo del grupo *Eye You*, ha elegido dejar de trabajar con ediciones más caras y conocidas distribuyendo su trabajo entre sus amigos y conocidos. Sus modestas piezas están llenas de humor críptico y, ya que se crean rápidamente en disquetes, ocupan simplemente una fracción del espacio necesario en la mayoría de trabajos en CD-Rom. Esta colección reúne por primera vez tres piezas de *Eye You* en un CD-Rom. Las piezas están deliberadamente situadas en algún punto entre los juegos de ordenador y los salvapantallas; su atracción particular es que están siempre disponibles, puesto que no representan grandes cantidades de datos. Estos juegos implican un tratamiento variado de oportunidades digitales; esto, combinado con sus formas reducidas y mínimas, significa que este proyecto se ajusta perfectamente a las características inherentes a la media de un CD-Rom o de un disquete.

El CD-Rom es un soporte que se adapta en particular a la exploración de nuevas formas de literatura, escritura compatible y cadenas colectivas de relaciones. El grupo de artistas conocido como *Pool Processing* (Heiko Idensen y Matthias Krohn) estaban motivados en particular por el potencial simultáneo en CD-Rom y en internet para la escritura de rizomas y la experimentación visual. Su último proyecto en CD-Rom *off! the w.w.web* contiene un gran número de interesantes proyectos en internet y discusiones críticas. También provee una guía excelente del mundo del arte y el mundo artístico en World Wide Web.

La selección se acaba con *Ottos Mops (trotzt)* de KP Ludwig John y Bertram Quosdorf, que ofrece una visión diferente en multimedia de la literatura y la poesía. Este CD-Rom combina poemas escritos por Ernst Jandl con juegos de palabras, onomatopeyas, collages y otras actividades, una forma de *poesía en movimiento*.

The selection is rounded off by KP Ludwig John's and Bertram Quosdorf's *Ottos Mops (trotzt)* which offers a different multimedia approach to literature and poetry. This CD-ROM merges poems by Ernst Jandl with word and letter games, onomatopoetic, collages and other tasks into a kind of *poetry in motion*.

Hermann Nöring

Hermann Nöring

## EyeYou

Male Strip Show / Soundpostcards from Berlin

Dagtolyse. A Secret Beat of Cruising in Plasma

### Male Strip Show

7 games are integrated into a larger game. Once one game has been won, the user gains entrance to the next level of striptease in the *Male Strip Show*. The majority of the images used here are from an exhibition of Jim Avignon's work at the Schirn Art Gallery in Frankfurt on 6 May 1995. The disc project which evolved was based on 400 reproductions (the originals were given away to those attending the exhibition that evening). In this way, the project is an extension of Avignon's concept of 'image recycling', applied to the medium of CD-ROM.



### Soundpostcards from Berlin

This piece takes for its subject Berlin as a soundscape. One aspect of the work is the way in which movement on the streets is perceived. Individual visual and audio impressions were chosen subjectively, photographed, recorded and combined to form an interactive collage. The recorded sounds are the focal point whereas the images either complement or provide a contrast to the soundtrack, without ever illustrating. Six different scenes are combined to describe a train journey, during which the user has the opportunity to *get out* and experience six different soundscapes.



## EyeYou

Male Strip Show (Streaptease masculino) / Postales con música de Berlín

Dagtolyse. Un ritmo secreto del crucero en el plasma

### Male Strip Show

Siete juegos se integran en otro más grande. Una vez se haya ganado uno de los juegos el usuario gana la entrada al siguiente nivel del striptease en el *Male Strip Show*. La mayoría de imágenes usadas pertenecen a una exposición de la obra de Jim Avignon en la Galería de Arte Schirn en Francfort el 6 de mayo de 1995. El plan del disquete que se producía estaba basado en 400 reproducciones (los originales se regalaron a los que asistieron a la exposición esa tarde). De esta manera, el proyecto era una extensión del concepto de Avignon de *reciclaje de imágenes*, aplicado al soporte del CD-Rom.

### Postales con música de Berlín

Esta pieza toma por tema a Berlín como un lugar sonoro. Un aspecto de la obra es la forma en que se percibe el movimiento de las calles. Las impresiones individuales, tanto visuales como auditivas, se eligieron subjetivamente, fotografiadas, grabadas y combinadas para formar un *collage* interactivo. Los sonidos grabados eran el punto focal donde las imágenes complementan o dan un contraste a la banda sonora, sin siquiera ilustrarlo. Seis escenas diferentes se combinan para describir el trayecto en tren, durante el cual el usuario tiene la oportunidad de *bajarse* y experimentar seis lugares sonoros diferentes.

## Dagtolyse

*EyeYou* presenta aquí un experimento genético utilizando organismos con una célula musical. Doce amebas metropolitanas, cada una de ellas con su propia personalidad, son la materia prima para un experimento acústico y biológico. El usuario puede controlar la reproducción de estas células en un tubo de ensayo digital y generar una banda sonora urbana al mismo tiempo. Sin embargo, tiene que estar atento porque las células pueden desarrollar una vida propia y podrían mutar en criaturas apáticas, un grupo de animales, divas, lo que sea, y podrían tener sus propias preferencias y predilecciones cuando llegue el momento del apareamiento.

Hermann Nöring

## Dagtolyse

Here, *EyeYou* presents a genetic experiment in the field using one-celled musical organisms. Twelve metropolitan amoebae, each with their own individual character, are the raw material for an acoustic biological experiment. The user can control the reproduction of these cells in a digital test tube and generate an urban soundtrack at the same time. However, the user should be aware that the cells may develop a life of their own and could mutate into apathetic creatures, party animals, divas, whatever - and they all have their own personal preferences and predilections when it comes to mating.

Hermann Nöring



*EyeYou, Male Strip Show, Soundpostcards from Berlin, Dagtolyse (Strip-tease Masculino, Postales Musicales de Berlin, Dagtolysis)*. Compilación / Compilation, CD-ROM, 1997

## Biografía

En la dirección de *internet EyeYou* se encuentra una asociación de personas independientes que se reúnen para crear pequeños proyectos interactivos. Desde principios de 1995, un equipo de diseñadores gráficos innovadores, especialistas en programación y sonido, se han comprometido abiertamente con la creación de un *juego de satisfacción máxima empleando un mínimo de memoria en el disco duro* (*Eye You*).

## Biography

The internet label *EyeYou* is a pool of independent people who come together to create small interactive projects. Since the beginning of 1995, an ever-changing team of graphic designers, programming and sound specialists have declared themselves committed to the creation of *a maximum of game satisfaction using a minimum of hard disc memory* (*EyeYou*).

Troubles with Sex, Theory & History /

Marina Grzinic, Aina Smid

The CD-ROM starts with pure chance or contingency. As the agency which chooses between two numbers, 1 or 2, the user becomes a gambler. The numbers are connectors to different images, texts, interactions all coming from the video, film and theoretical work by Grzinic and Smid, produced from 1982-97, and now classified on 4 levels of values, going from - - to - + and from + - to + +. The images and interactions on the *negative* side express function and redundancy, and on the *positive* meaning, nonsense, chance, destiny, void. It is not possible to travel through the four structures without changing them, according to our proper history, intimacy, prejudices and stereotypes. In difference to most CD-ROM's structures the user, once he has chosen between 1 or 2, can not change the path of events, going back and forward. The user has to proceed until the end or to restart the computer.

Marina Grzinic

Problemas con el Sexo, la Teoría y la Historia /

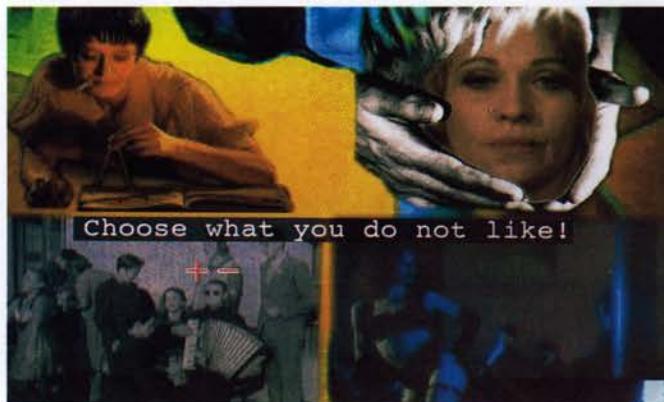
Marina Grzinic, Aina Smid

El CD-Rom comienza por pura casualidad o posibilidad. Como la agencia que elige entre dos números, el uno o el dos, el usuario se convierte en un jugador. Los números dan paso a diferentes imágenes, textos, interacciones que provienen todas del video, película y trabajo teórico de Grzinic y Smid, producido desde 1982 hasta 1997, y ahora clasificado en cuatro niveles de valores, que van desde -- hasta -+ y desde +- a ++. Las imágenes y las interacciones de la parte *negativa* expresan la función y la redundancia, y en el significado *positivo*, tonterías, casualidad, destino, vacío. No es posible viajar a través de las cuatro estructuras sin cambiarlas de acuerdo con nuestra propia historia, intimidad, prejuicios y estereotipos. En contraste con la mayoría de estructuras de CD-Rom, el usuario, una vez haya elegido entre uno o dos, debe seguir en este camino hasta el final, hacia delante o hacia atrás, o volver a empezar el ordenador.

Marina Grzinic

Marina Grzinic, Aina Smid, *Troubles with Sex, Theory & History* (*Problemas con el Sexo, la Teoría y la Historia*), CD-ROM, 1997

Diseño y programación / Design, programming: Steffen Ruyl Cramer. Edición / Edition: Artintact 4, Institut für Bildmedien (Instituto de Medios Visuales / Institute for Visual Media). Distribución / Distribution: Cantz-Verlag, Ostfildern.



## Ottos Mops (trotzt) / El Carlino de Otón /

KP Ludwig John, Bertram Quosdorff

Un juego, o quizás no. En cualquier caso no se parece a ningún otro juego. Este CD-Rom promueve variaciones en las obras de Ernst Jandl; inspira al usuario a imitar sus escritos, experimentar, intentar cosas diferentes y hacer descubrimientos. También reta al visitante a interactuar con el lenguaje. Está basado en el poema «Niederzählung» (Retronarrativa), al principio pregunta al usuario la fecha de nacimiento. A partir de este punto el juego, «la vida de uno mismo», se narra desde el momento de nuestra concepción. Una vez el usuario alcance el «cero» se acaba el juego. Sin embargo, esta carrera contra el reloj también da muchas oportunidades para perder el tiempo, descansar y echar un vistazo a las numerosas «palabras clave» que ocultan enigmas y variaciones.

Hermann Nöring

## Ottos Mops (trotzt) /

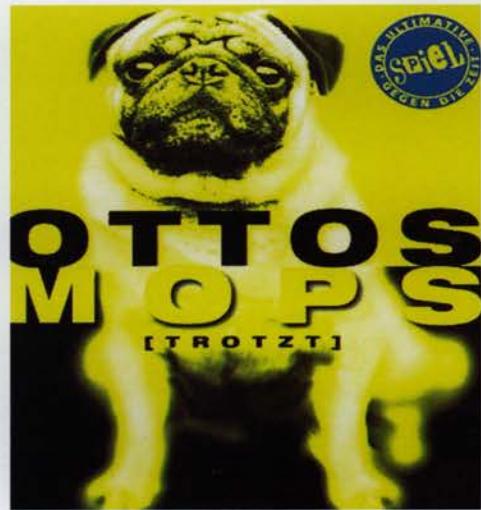
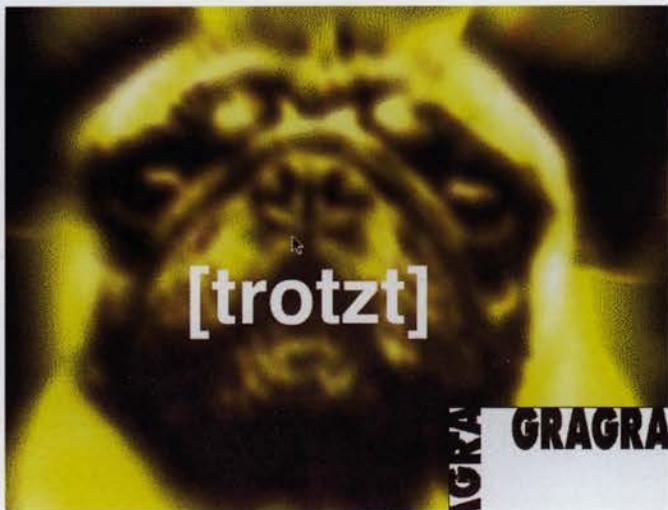
KP Ludwig John, Bertram Quosdorff

A game - or perhaps not. In any case it's nothing like any other game. This CD-ROM promotes variations on works by Ernst Jandl; it inspires the user to imitate his writings, experiment, try out different things and make discoveries. It also challenges the visitor to interact with language. Based on the poem *Niederzählung* (Downnarration), the user is asked, at the outset, to enter his birth date. From this point on in the game, one's own *lifetime* is narrated down back to the moment of one's conception. Once the user reaches zero the game is over. However, this race against the clock also provides plenty of opportunity to dawdle, rest and take a look at the various *key words* which conceal riddles and variations.

Hermann Nöring

KP Ludwig John, Bertram Quosdorff, *Ottos Mops (trotzt)* (*El Carlino de Otón*), CD-ROM, 1996

Efectos visuales / Visuals: KP Ludwig John. Música / Music: Bertram Quosdorff. Textos / Texts: Ernst Jandl (© Luchterhand Literaturverlag). Colaborador invitado / Guest contributor: Tjark Ihmels. Canciones / Songs: Uta Hiensch. Mezcla de sonidos / Soundmix: Tilman Herberger, Studio für elektronische Klangerzeugung (Estudio para la Producción de Sonidos Electrónicos), Dresden / Dresden. Distribución / Distribution: Digital Publishing, Munich.



Continue / Dieter Kiessling

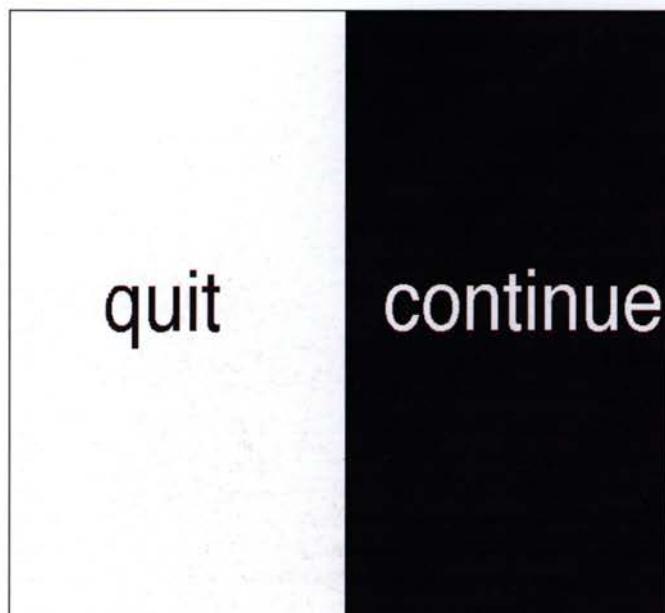
*Continue* is a minimalist, conceptual work that poses the same question whether to continue or not the interactive process over and over again.

Continue / Dieter Kiessling

*Continue* es un trabajo minimalista y conceptual que pregunta siempre, una y otra vez, si quiere continuar o no el proceso interactivo.

145

MUESTRAS: CURRENT MEDIA ART



Dieter Kiessling, *Continue* (*Continuar*), CD-ROM, 1997  
Programación / Programming: Volker Kuchelmeister. Edición / Edition: Artintact 4, Institut für Bildmedien (Instituto de Medios Visuales / Institute for Visual Media). Distribución / Distribution: Cantz-Verlag, Ostfildern.

Bauen im Licht- Das Glashaus von Bruno Taut  
(Construyendo la luz- La casa de cristal de Bruno Taut) /  
Medieninstitut Berlin (Instituto Berlín de Telecomunicaciones)

La casa de cristal de Bruno Taut sólo existió durante un par de semanas en el verano de 1914, cuando se utilizó como pabellón para la industria vidriera durante la exposición en Colonia del Werkbund (asociación de diseñadores y artesanos industriales alemanes). Incluso hoy en día, se cita como una moderna incunable arquitectura clásica introduciendo nuevas y, hasta ahora, desconocidas formas de construir utilizando el vidrio y el cemento. Este CD-Rom, *Construyendo en la luz*, provee un catálogo de multimedia extenso que incluye textos, citas originales e información biográfica de los antecedentes de los proyectos históricos y técnicos. Por otro lado, haciendo la reconstrucción virtual de la visitante, se puede mejorar la impresión de la construcción, con su fragmentado juego de luz, sus proyecciones internas y su cascada central de agua. Un *bloque de cristal* diseñado por Bruno Taut nos permite experimentar y jugar con un número de visiones arquitectónicas que emplean la luz y ciertos modelos fundamentales y geométricos en su aproximación a la construcción.

Hermann Nöring

Bauen im Licht -  
Das Glashaus von Bruno Taut /  
Medieninstitut Berlin

Bruno Taut's Glasshouse only existed for a few weeks during the summer of 1914, when it was used as a pavilion for the glass industry during the Werkbund (association of German industrial designers and artisans) exhibition in Cologne. Yet even today, it is still cited as one of classical modern architecture's incunabula, introducing new, hitherto unknown ways of building using glass and concrete. This CD ROM on *Building in Light* provides an extensive multimedia catalogue including texts, original quotes and biographical information on the project's historical and technical background. On the other hand, one can gain an impression of the building, with its fragmented play of light, its internal projections and central water cascade, via a virtual reconstruction of a visitor's tour. A glass building block designed by Bruno Taut himself enable one to experiment and play around with a number of architectural visions which use light and certain fundamental geometrical models in their approach to building.

Hermann Nöring



Medieninstitut Berlin (Instituto de Medios de Difusión de Berlín / Berlin Media Institute), *Bauen im Licht - Das Glashaus von Bruno Taut* (Construyendo la Luz - la Casa de Cristal de Bruno Taut / Building in Light - Bruno Taut's Glasshouse), CD-ROM, 1996

Concepto, diseño y programación / Concept, design, programming: Mib S.L. / mib Ltd. - Arthur Engelbrecht, Markus Ramershoven, Alexander Kirchhof - en colaboración con el archivo de Werkbund en Berlín / in cooperation with the Werkbund Archive, Berlin- Angelika Thiekötter, Andreas Murkudis. Música / Music: Franz Tröger. Sonido / Sound: Producciones musicales Helix, Berlín / Helix Music Productions, Berlín. Voces / Speakers: Martina Reuter, Megan Jones. Folletos / Booklet: Dorothee Weinlich, Markus Ramershoven. Traducción / Translation: Henry Pickford.



## of(f) the w.w.web / Pool Processing

An attempt to investigate the potential for collective multimedia projects and expand the traditional concept of the author, using digital hypertextual links. Making use of the medium's potential to link fragments and heterogeneous parts, new forms of discourse and collaborative methods of working were developed for those participating in on- and offline forums. In this way, it is hoped that traditional texts and images will become more dynamic. Methods such as plagiarism, cut-up and the deliberate bastardisation of quotes were used to experiment with the internet as a site of cultural discourse. 400 media artists, members of the European Media Art Festival and 50 associated internet projects were asked to collaborate on the project. Seminar groups (working on subjects such as censorship, hypertext, digital cities, women in the internet) from the University of Hildesheim prepared specific *data collisions*. After all, says Heiko Idensen: *this CD ROM is not about collecting, archiving or possessing established material (it should in fact be given away or treated as a kind of "potlatch") but rather incorporating it into the work in progress.*

Hermann Nöring

## Fuera de la w.w.web / Pool Processing

Un intento para investigar el potencial de proyectos colectivos de multimedia y expandir el concepto tradicional del autor, utilizando conexiones digitales hipertextuales. Haciendo uso del potencial de los soportes para conectar fragmentos y parte heterogéneas, se crearon para esos participantes en un foro *on-line* y *off-line* nuevas formas de discurso y métodos de colaboración en el trabajo. De este modo, se espera que los textos e imágenes tradicionales sean más dinámicos. Métodos como el plagio, la reducción y la corrupción deliberadas de citas se utilizaron para experimentar con internet como sede de discurso cultural. Se le pidió a 400 artistas mediáticos, miembros del Festival de Media Art de Europa y 50 proyectos asociados a internet, que colaboraran en el proyecto. Grupos de seminario (trabajando en temas como la censura, hipertexto, ciudades digitales, mujeres en internet) de la Universidad de Hildesheim prepararon *datos de choque* específicos. Después de todo, dice Heiko Idensen: *Este CD-Rom no es para colecciónarlo, archivarlo o tenerlo como material sólido (de hecho debería regalarse o, como mucho, tratarse como algo de poco valor), sino más bien incorporarlo en el proceso de trabajo.*

Hermann Nöring

Pool Processing, *of(f) the w.w.web (fuera) de la w.w.web*, CD-ROM, 1996

Concepto y realización / Concept, realisation: Heiko Idensen en colaboración con un grupo de estudiantes de la universidad de Hildesheim / Heiko Idensen in cooperation with a group of students from the University of Hildesheim.



## Die Veteranen / Los Veteranos / Stock, Hausen & Walkman

Die Veteranen han reunido otra pieza sorprendente: una mezcla de juegos de palabras dadaístas, sketches interactivos, figuras móviles y muestras de sonido recuperables. Se le da al usuario un número de tareas fáciles de completar, se le pide que deambule por un laberinto subterráneo donde puede combinar piezas de música con fonéticos poemas sonoros, hacer sus propias grabaciones e incluso acceder al propio servidor de internet de los editores. Aquí es donde se encontrará con los *Venetian Deers* (Ciervos Venecianos) de todo el mundo, dando saltos. Sumergido en mundo de sonido y ruidos, imágenes y animación, el visitante teclea su camino a través de 16 escenas de caos. Mientras sea posible navegar por un camino en medio del caos, habrá aún espacio suficiente para que el usuario utilice sus propias ideas y experimente. Ruidos, sonidos, textos y muestras pueden cambiarse, alienarse, retorcerse y reconectarse de otra manera distinta o pegarse como si formaran un collage en miniatura. Los niveles de sonidos más complejos se han creado por los artistas del sonido de Manchester, Stock, Hausen & Walkman.

Hermann Nöring

*Venetian Deer / Die Veteranen/Stock, Hausen & Walkman*

Die Veteranen have put together another surprising piece - a welter of Dadaist wordplay, interactive sketches, moveable figures and retrievable sound samples. The user is given a number of simple tasks to complete; he is asked to wander through a labyrinthine underworld where he may combine pieces of music with phonetic sound-poems, make his own recordings and even access the publisher's own server via the internet. It is here where he will encounter 'Venetian Deers' from around the world, leaping about. Submerged in a world of sounds and noises, images and animation, the visitor clicks his way through sixteen scenes of chaos. Whilst it is possible to navigate a path through this chaos, there is still plenty of room for the user to employ his own ideas and experiment. Noises, sounds, texts and samples can be changed, alienated, twisted and reconnected in a new way or put together as a miniature collage. The more complex sound levels have been created by the sound artists from Manchester, Stock, Hausen & Walkman.

Hermann Nöring

Die Veteranen (Los Veteranos / The Veterans), *Venetian Deer* (El Venado Veneciano), CD-ROM, 1996

Concepto y efectos visuales / Concept, visuals: Stephan Eichhorn, Tjark Imels, KP Ludwig John, Michael Touma. Música / Music: Stock, Hausen & Walkman, Andrew Sharpley, Matt Wand. Fotografías / Photography: Thilo Schmalfeld. Distribución / Distribution: Systhema.



Trance machine / Anja Wiese

Those who cannot see must listen.

The work consists of a rectangular field of 32 circles resembling tape reels and rotating clockwise. Each reel contains the fragment of a sentence. When the user touches the reel, the fragment becomes audible and then fades away slowly. Once called up, one fragment allocates itself to others in the fashion of a memory game. Four at a time add up to one *Sinnsatz*, or *sentence with a meaning*. The sentences are the reflections a fictional person makes about himself or herself. The interface composed of grey reels revolving against a black background is subject to no optical variation but the reels change their direction of rotation, vanish, and then re-appear or swap places with each other. Due to its sign-like character, the surface image is a field of orientation in the process of the game. Besides its permanent uniformity and the constant rotation of all individual elements makes it an optical trance field of non-information.

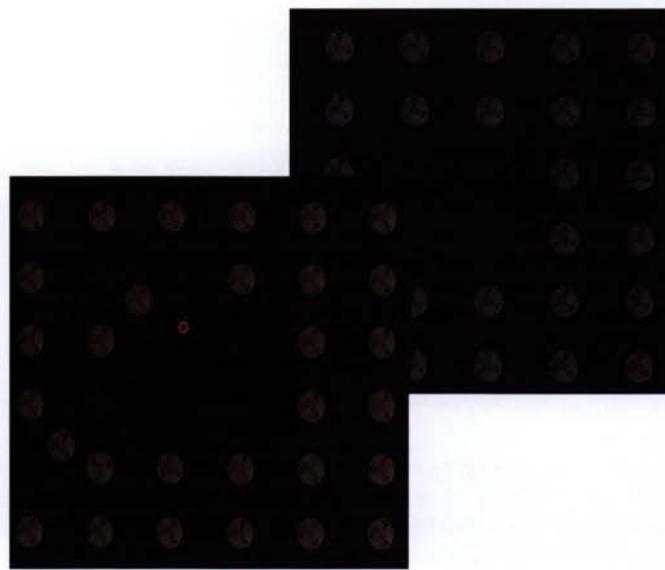
Trance machine (la máquina hipnótica) / Anja Wiese

Los que no puedan ver, deben escuchar.

La obra consiste en un campo rectangular con 32 círculos que semejan bobinas de cinta, que giran en el sentido de las agujas del reloj. Cada bobina contiene el fragmento de una frase. Cuando el usuario toca la bobina, el fragmento se hace audible y se desvanece lentamente. Una vez lo vuelves a tocar el fragmento se coloca tras los otros como si fuera un juego de memoria. Cuatro juntos forman un *Sinnsatz* o una frase con sentido. Las frases son las reflexiones que una persona ficticia hace de sí misma. La superficie compuesta de bobinas grises que rotan sobre un fondo negro no varía a simple vista, pero las bobinas cambian la dirección de rotación, desaparecen y, entonces, vuelven a aparecer o cambiar de sitio. Debido a estas características, la imagen de superficie es un campo de orientación del juego en proceso. Por otro lado, su uniformidad permanente y la constante rotación de todos los elementos individuales lo convierten en un campo óptico de trance sin ninguna información.

Anja Wiese, *Trance Maschine (La Máquina Hipnótica)*, CD-ROM, 1997

Programación / Programming: Mathias Antlfinger, Ute Hörner. Voces / Speakers: Neringa Naujokaitė (alemán / german), Ziska Johansen (inglés / english). Edición / Edition: Artintact 4, Institut für Bildmedien (Instituto de Medios Visuales / Institute for Visual Media). Distribución / Distribution: Cantz-Verlag, Ostfildern.



## Resultado de la Red

No existió una pauta específica para esta selección de proyectos alemanes de Internet. La diversidad de ideas que se encuentran tras los proyectos y el modo en que se crearon da una cierta idea de la enorme amplitud de proyectos artísticos e interactivos que, si se está preparado para rebuscarlos, andan por Internet desde hace cierto tiempo.

Desde luego, dicha selección sólo incluye proyectos que, cada uno en su medida, se aprovechan de las posibilidades inherentes a la red; en otras palabras, estos son proyectos que se desarrollaron especialmente para Internet y que no buscan injertar formas convencionales procedentes de otras disciplinas en este medio no lineal. Los proyectos mejor diseñados de la red contendrán con toda seguridad los siguientes elementos:

- reflejarán modos de reflexión y presentación no lineales;
- podrán comprimirse de modo que se les permita navegar por las autopistas de datos existentes;
- proporcionarán oportunidades de interacción entre el anfitrión y el visitante;
- contendrán una forma única de presentación gráfico-textual;

A continuación se señalan una serie de comentarios sobre el tipo de proyectos que van cada vez más la luz en la red y que bien exploran o bien utilizan las formas narrativas.

### Narración No Lineal

La construcción y deconstrucción de contenidos son los dos elementos más importantes en el trabajo con las estructuras no lineales. Esto se aplica en particular cuando están implicadas las historias y la narración de modo que, debido a la matriz no lineal, deba construirse de una manera completamente diferente a las estructuras narrativas usuales del cine o la literatura. Esto mismo resulta cierto aun cuando el proyecto contenga una narrativa de ficción, como en *The Woman in White* (*La Mujer de Blanco*), o *The Noses of the Night* (*Las Narices de la Noches*), o una narrativa real, como en *The Spirit of the Page* (*El Espíritu de la Página*). Los argumentos complejos y enrevesados que no pueden contarse de forma lineal, deben descomponerse en sus componentes intertextuales, reales y

### The Net Result

There was no particular guideline for this selection of German Internet projects. The variety of the ideas behind the projects and the way they were created gives some indication of the sheer breath of artistic and interactive projects which - if one is prepared to hunt around for them - have been around on the Internet for some time.

Naturally this selection only includes projects which, each in their own way, make use of the possibilities inherent to the Internet. In other words, these are projects that were especially developed for the Internet and which do not attempt to graft conventional forms from other disciplines onto this non-linear medium. The best-designed net projects will certainly contain the following elements:

- they will reflect non-linear ways of thinking and presenting;
- they can be compressed in such a way as to enable them to travel the existing data-roadways;
- they will provide opportunities for interaction between host and visitor;
- they will contain a unique form of textual/graphic presentation.

Below are a few comments on the type of projects which are surfacing on the net in increasing number and which either explore or make use of narrative forms.

### Non-linear Narration

The construction and deconstruction of contents are two of the most important elements in working with non-linear structures. This applies in particular when stories and narration are involved which, on account of the non-linear matrix, must be constructed in a completely different way to the narrative structures common to film or literature. The same is true regardless of whether the project contains a fictional narrative, as in *The Woman in White* or *The Noses of the Night*, or a real narrative, as in *the Spirit of the page*. Complex, webwise stories which cannot be told in a

linear strand, must be broken down into their intertextual, factual and fictional components. Yet they must still maintain a defining superstructure and the potential to be legible - in other words, they must retain that famous *user-friendly* navigational structure. When writing a book, the right line (correct linearity) is decisive in order to convey content and create a successful narrative flow. In the design of Internet projects, however, it is the correct fragmentation and opening out of contents as well as opportunities for the user to participate which is important. Ideally, the navigation provided by the host becomes a narration in itself and, when properly processed, functions almost telepathically between the proffered content and the inquiring user.

A (complex) website is a potential heap of fragments, the individual pieces of which are brought into shape by the user, albeit in very different ways. The navigational track laid down by the *host* serves as invisible putty - this does not mean, however, that the existing fragmentation should be forced into an all-embracing, linear form.

The structure of the Internet contains endless possibilities to process and link together various forms of information in all sorts of ways. The bigger the project, however, the greater the need to structure all these loose ends and beginnings. The kinds of combinations available are extremely complex and range from *simple* links which lead rigidly from side to side, to short cuts to data bases, key word searches, sounds and images ... The main thing is to string sufficient glass beads together to beat different paths through the labyrinth, thus preventing the visitor from wandering about like a lost soul and finally leaving the site in frustration.

In spite of this apparently unlimited potential to combine and link data, both host and user are nevertheless still obliged to cope with the fact that data highways don't really exist as such.

### Reduction

Many disappointed Internet users have begun to complain of the medium's sluggishness. This is something with which all Internet products have to contend. The products in this selection

ficticios. No obstante, deben aún conservar una superestructura definida y el potencial de resultar legibles, en otras palabras, deben mantener la famosa estructura navegacional de *fácil manejo*. Cuando se escribe un libro, la línea adecuada (más bien la linealidad) resulta decisiva a la hora de transmitir información y crear un flujo narrativo exitoso. En cambio, en el diseño de proyectos de Internet la importancia reside en la fragmentación y la apertura de contenidos adecuada al igual que las oportunidades para que el usuario participe. Lo ideal sería que la navegación que proporciona el anfitrión se convirtiera en una narración en si y que, cuando fuera *procesada* adecuadamente, funcionara casi telepáticamente entre el contenido presentado y el usuario inquisidor.

Una *website* (compleja) es una montón potencial de fragmentos, cuyas piezas individuales las recomponen el usuario, aunque de maneras muy diversas. La senda navegacional determinada por el *anfitrión* hace las veces de masilla invisible, sin embargo, esto no significa que la fragmentación existente debiera insertarse dentro de una forma lineal aglutinadora.

La estructura de Internet contiene infinitas posibilidades para procesar y conectar diversas formas de información de múltiples maneras. Sin embargo, cuanto más grande sea el proyecto, mayor será la necesidad de estructurar todos los principios y finales sueltos. Las clases de combinaciones disponibles son tremadamente complejas y abarcan desde enlaces sencillos que conducen rígidamente de lado a lado, hasta atajos a las bases de datos, búsquedas con palabras claves, sonidos e imágenes... Lo importante es enlazar las suficientes cuentas de cristal para superar las diversas sendas a través del laberinto, y evitar de esta forma que el visitante vague como alma en pena y se termine por marchar frustrado de la *site*.

A pesar de este potencial de apariencia ilimitada para combinar y enlazar datos, no bastante, tanto el anfitrión como el usuario se ven aún obligados a enfrentarse con el hecho de que las autopistas de datos no existen como tales en la realidad.

### Reducción

Multitud de usuarios, desilusionados con la red, se han comenzado a quejar de la lentitud del medio, hecho al que se tienen que

enfrentar todos los productos de Internet. Los productos de esta selección destacan por las formas imaginativas con las que superan dicha debilidad, aprovechándose de la misma para crear ideas, conceptos e historias originales y propias, necesidad que se convierte en núcleo de juego más innovador de posibilidades infinitas.

Sin embargo, creo que resulta positivo que el espectro no dé un enorme paso adelante del día a la noche. Esto supone que (al menos) exista suficiente espacio de maniobra para que florezca la creatividad y para que se prueben ciertas ideas y experimentos, más que sucumbir a la influencia de la parafernalia contemporánea y a la presión de emplear cualquier característica novedosa por el mero hecho de existir.

Aún se halla muy extendida la falacia de que cualquier innovación técnica prepara automáticamente el terreno para una avalancha de contenido creativo. Dentro de un entorno en que las innovaciones del *software* surgen una tras otra, las aplicaciones más llamativas del nuevo *software* sencillamente quedan sumergidas bajo la marejada de la novedad. No existen oportunidades suficientes para la experimentación, o para un uso subversivo de las herramientas existentes, que a menudo producen los resultados más interesantes.

Por ejemplo, ¿por qué necesita animación un proyecto como el *Poem Navigator* (*Navegador de Poemas*)? La clara y sucinta estética del poema queda reflejada a la perfección en su contenido. Los caracteres chinos aparecen como objetos híbridos a medio camino entre el gráfico y la escritura. La navegación es una forma tremendamente sencilla de construir un puente entre dos mundos lingüísticos y encima proporciona una gran cantidad de información de diversas áreas. La elegante sencillez del navegador no sería posible en ningún otro medio.

Esto mismo se aplica al resto de los proyectos de esta selección, cada uno de los cuales se creó de una manera única, hecho éste que convierte a cada uno en una muestra destacada de un verdadero proyecto de Internet.

are remarkable in that they display imaginative ways of coping with this debility, indeed making use of it to create their own original ideas, concepts and stories - necessity being the mother of a most innovative game of endless possibilities.

I believe it is a good thing, however, that the spectrum doesn't make a great quantum leap overnight. This means that (at last) there is sufficient breathing space for creativity to flourish and for certain ideas and experiments to be tried out - rather than succumbing to the influence of contemporary hype and the pressure to employ every new feature simply because it exists.

It is still a widespread fallacy that every technical innovation automatically paves the way for a slew of creative content. In an atmosphere where one super software innovation follows hot on the heels of another, the most exciting applications of new software are simply engulfed beneath the waves of hype. There is not enough opportunity for experimentation or for the development of subversive uses of existing tools - which often reveal the most interesting results.

Why, for example, should a project such as the *Poem Navigator* need animation? The poem's clear, succinct aesthetics is perfectly reflected in its content. The Chinese characters appear as hybrid objects somewhere between graphics and writing. The navigation is a wonderfully simple way of building a bridge between the two linguistic worlds and also provides a great deal of other information from a variety of areas. The elegant simplicity of the navigator would not be possible in any other medium.

The same applies to all the other projects in this selection, each of which has been created in its own unique way. It is this which makes every one of them a fine example of a genuine Internet project.

Nasen der Nacht / Thomas Balzer

An interactive *nasal* thriller in the style of a film noir. It is called a *nasal* thriller because all the characters appear only in the form of noses. All visitors and potential authors of this thriller encounter a wide ensemble of characters/noses - such as the good-looking but badly-behaved private detective Balladeur, who has a tendency to stick his nose in everything; his dead beat partner, Little Cesar; Guttmann, the tabloid reporter; Blanche, the night-club singer in whose hands *men are like putty* ...

The User-Detective must himself be rather nosy in order to solve this elaborate web of intrigue, murder and seedy relationships.

There are a number of tools available to facilitate his investigations - such as Blanche's dairy, various film excerpts, newspaper clippings and other clues. He is also able to intervene in the proceedings and alter or continue the story.

*Victims and perpetrators, pursuers and the pursued. The clock's ticking and fate is irrevocably weaving its awful plan...* (Thomas Balzer)

Knut Gerwers

153

MUESTRAS: CURRENT MEDIA ART

Las Narices de la Noche / Thomas Balzer

Thriller *nasal* interactivo al estilo del cine negro. Se denomina thriller *nasal* porque todos los personajes aparecen sólo en forma de narices. Todos los visitantes y autores potenciales de este thriller se tropiezan con una amplia variedad de personajes/narices, como el apuesto pero maleducado detective privado Balladeur, que tiene la costumbre de meter la nariz en todo; su socio gandul, Little Cesar; Guttmann, el reportero sensacionalista; Blanche, la cantante de night-club en cuyas manos *los hombres son como masilla*...

El Usuario-Detective debe ser bastante entrometido para solucionar esta compleja red de intrigas, asesinatos y relaciones sórdidas.

Existen varios instrumentos disponibles para facilitar sus investigaciones, como el diario de Blanche, diversos extractos de películas, recortes de periódicos y otras pistas. También se tiene la posibilidad de intervenir en los hechos y modificar o continuar la trama.

*Victimas y autores, perseguidores y los perseguidos. El tic tac del reloj y el destino traman inexorablemente su temible plan...* (Thomas Balzer).

Knut Gerwers



Thomas Balzer, *Nasen der Nacht* (*Las Narices de la Noche / Noses of the Night*), proyecto para Internet / Internet project, 1996

Concepto / Concept: Thomas Balzer. Programador y procesador de imagen / Programming, Image Processing: Hardy Kuttner, Frank Fischer. Traducciones / Translations: Isabele McEwen. Escenario de las narices / Nose stage: Sven Bindsei. <http://www.azwei.de/balzer/nasenroman.html>

## Das Gedächtnis der Frau in Weiß (Los Recuerdos de la Mujer de Blanco) / Friederike Anders

Una base de datos sobre los métodos dementes de una asesina, con una foto-novela de entrada y salida y un buscador de palabras claves para la *world wide web*. La protagonista es una quimera de dudosa naturaleza que conserva varias características fijas; por ejemplo, siempre viste de blanco y aparece con inusitada frecuencia en el papel de víctima. Al utilizar la base de datos y varias pistas de su habitación del hotel, queda en manos del usuario reconstruir, o recrear, su identidad voluble, desconocida por causa de la amnesia.

*Podría reconocerse en cualquier novia o enfermera y aún, al mismo tiempo, se parece a una página en blanco. Todos se la pueden imaginar, pero nadie la conoce. Visto de cerca, su traje de lino blanco, de apariencia inocente, surge como un traje de noche recubierto de plumas. También cuenta con poderes mágicos. Por ejemplo, aparecen puntos rojos sobre el vestido blanco. ¿Es una asesina, una prostituta, o una agente secreta? (Frederike Anders).*

Una completa colección de mujeres de blanco, familiares para nosotros a partir de las imágenes vistas en el cine, la televisión y en la prensa invitan al usuario a embarcarse en un estudio comparativo de la paranoia al reconocer ciertas pautas de comportamiento.

Knut Gerwers

Das Gedächtnis der Frau in Weiß /

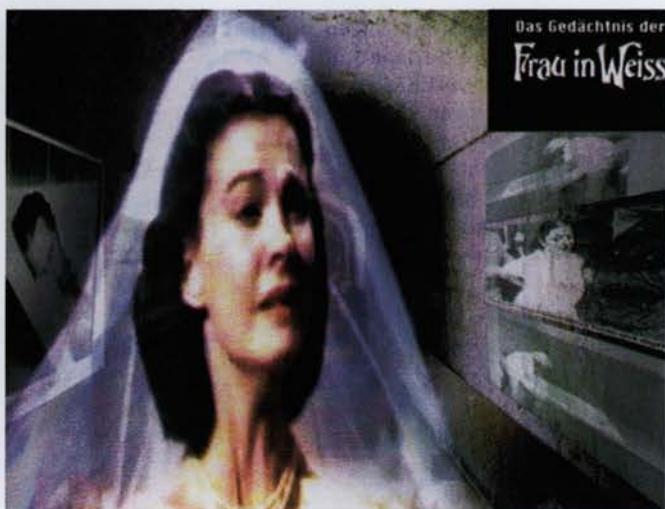
Friederike Anders

A data base on the mad methods of a female assassin, with a click-on, click-off photo-novel and key word browser for the world wide web. The protagonist is a chimera of dubious nature who retains several fixed characteristics. For example, she always wears white and appears remarkably often in the role of victim. By making use of the data base and various clues in her hotel room, it is up to the user to reconstruct - or recreate - her transient identity, unknown due to loss of memory.

*She could be found within any bride or nurse and yet, at the same time she is like a blank page. Everyone can imagine her but nobody knows her. Under close inspection, her innocent-looking linen dress is revealed to be an evening gown covered in feathers. She also possesses magical powers. Red spots appear, for example, on the white dress. Is she an assassin, a prostitute or an agent? (Friederike Anders).*

A whole panoply of women in white, familiar to us from images seen in the cinema, on TV and in the press, invites the user to embark on a comparative study of paranoia, by recognising certain patterns of behaviour.

Knut Gerwers



Friederike Anders, *Das Gedächtnis der Frau in Weiss* (*Los Recuerdos de la Mujer de Blanco / The loss of Memory of the Woman in White*), proyecto para Internet / Internet project, instalación / installation, 1996/7.  
Concepto y realización / Concept, realisation: Friederike Anders.  
<http://www.icf.de/frau-in-weiss>

#### H@usfrauenseiten / Carola

A site for a (huge) minority which have been ignored for too long, namely - housewives who are committed to their role in life. Anyone who still believes housewives are in some way uncool won't know will hit them when they pay a visit to this page. If only half of all internet sites were as witty, creative and, above all, useful, then cyberspace would be a much nicer place to be.

*My homepage is my hobby ... no more than that. Naturally it's governed largely by my own taste and it's full of my own opinions - so I don't imagine it will appeal to every visitor. On the other hand, it is my aim to try and create an atmosphere as pleasant as possible on these pages... (Carola)*

The online menu includes items such as the rummage bin, jokes about blonde-haired women (plenty of them), advice on cooking, raising children, needlework, tips for the household, a press roundup, a look at the supermarket, a women's corner, the latest news from the world of yuppies and men... and then there's the web ring MmM - Mothers with Mothers. The idea has already caught on with the opposite sex, too, as can be seen in the docked-on H@usfrauenseiten (Househusbands' pages).

Knut Gervers

Un site para una (enorme) minoría que ha estado ignorada durante tanto tiempo, es decir las amas de casa que cumplen con ese papel en la vida. Todos los que aún consideren que las amas de casa fuera de tono, no sabrán qué les impactará cuando visiten esta página. Si sólo la mitad de los sites de Internet fueran tan agudos, creativos y, sobre todo, útiles, entonces el ciberespacio sería un lugar mucho más agradable.

*Mi página personal es mi afición...nada más que eso. Por supuesto, se nutre principalmente de mis propios gustos y está llena de opiniones propias, así que no me imagino que le llame la atención a todos los visitantes. Por otro lado, mi propósito es intentar crear un ambiente lo más agradable posible en estas páginas... (Carola).*

El menú incluye apartados tales como la caja de los trastos, chistes sobre rubias (multitud de ellos), consejos sobre cocina, sobre la educación de los niños, la costura, sugerencias para el hogar, resúmenes de prensa, un vistazo al supermercado, un rincón de la mujer, las últimas noticias del mundo de los yuppies y los hombres...y luego encontramos la conexión en red MmM (Madres con módem). La idea ha prendido también en el sexo opuesto, como se puede apreciar en los enlaces *Hausmännerseiten* (páginas de amos de casa).

Knut Gervers

#### Las P@ginas de las amas de casa / Carola



nach dem Frühjahrsputz...

Carola, *H@usfrauenseiten* (*Las P@ginas de las Amas de Casa / Housewives pages*), proyecto para Internet / Internet project, 1996  
<http://www.icf.de/hausfrau>

## El espíritu de la p/ágina - retrato de Robert Calvert /

Knut Gerwers

Retrato artístico experimental del escritor y músico británico Robert Calvert. La *site* representa la primera fase de una retrato multimedia en tres partes que incluye la *site*, el CD-ROM y el retrato en video. El trabajo sirve para conectar y recopilar; también funciona como laboratorio audiovisual en donde el diseño básico para que se desarrolle cada una de las fases siguientes. Algunos ejemplos de este *trabajo de laboratorio* se pueden encontrar en:

[a:.../future/calvert.htm.](http://www.thing.de/projekte/future/calvert.htm)

Internet proporciona el medio ideal para una tarea biográfica semejante, puesto que todas las historias personales representan a una red individual de personas, obras, historias, obsesiones... tal y como se conectan entre si en este proyecto.

El *site* proporciona una lista comentada e ilustrada de las obras de Calvert, una amplia selección de sus textos, las narraciones contemporáneas de la red con HAWKWIND y artistas como Brian Eno y Michael Moorlock; recuerdos y aportaciones de amigos y contemporáneos de Calvert así como de artistas jóvenes, quienes tratan la influencia sobre su trabajo...y mucho más.

The spirit of the p/age - a portrait of Robert Calvert /

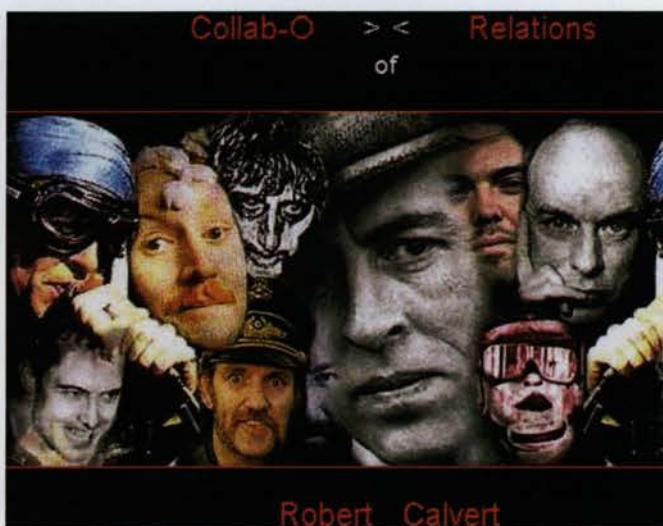
Knut Gerwers

An experimental artistic portrait of the British writer and musician Robert Calvert. The website represents the first phase of a three-part multimedia portrait which includes website, CD-ROM and video portrait. The work serves to collate and connect; it also functions as an audio visual laboratory where the basic design for each of the next stages of the project can be developed. Some examples of this *lab work* are to be found at

[a:..../future/calvert.htm.](http://www.thing.de/projekte/future/calvert.htm)

The internet provides the ideal matrix for such a biographical undertaking, since every personal history represents an individual network of people, works, stories, obsessions ... just as they are connected to each other in this project.

The site provides an illustrated and commented list of Calvert's works, a wide selection of his texts, contemporary web narrations with HAWKWIND and artists such as BRIAN ENO and MICHAEL MOORLOCK; memories and statements from friends and contemporaries of Calvert as well as younger artists, who discuss his influence on their work ... and more.



Knut Gerwers, *The spirit of the p/age - A portrait of Robert Calvert* (Retrato del músico y escritor Robert Calvert), proyecto para Internet / Internet project, 1997  
 Concepto y realización / Concept, realisation: Knut Gerwers.  
<http://www.thing.de/projekte/future/>

The Berkeley Oracle. Unanswered Questions / Jochen Gerz

Thirty years ago, the Berkeley campus became a worldwide symbol for questions igniting fires of thought, passion, anger and innovation. Whatever your opinion or even knowledge is today about the days of the flower children and the non-violent revolution, you may agree that the events linked to Berkeley as much as to Paris, Berlin or Milan, instead of being a part of a dead and venerable past, have since continued to fuel vital doubts and discussions...

To put it into one sentence: sometimes it is not so much the answer that makes the question but rather the lack of an answer. Asking questions seems to be part of our nature, whatever the answers, whatever the chances of finding or giving them...

In a homage to times of questioning and change, you are invited to contribute to *The Berkeley Oracle* your unforgotten, new or never-asked questions concerning any part of your life, experience, or history. You will be mentioned as a contributing author to this interactive artwork on the Internet, which will be exhibited in the Berkeley Art Museum and in the Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe (both 28 January - 31 May 1998) and published in art magazines.

The *Berkeley Oracle* is part of the *Matrix*-series, an ongoing program of exhibitions of contemporary art. This exhibition will take place outside the usual gallery context insofar as it will exist solely on the world wide web and, in the form of printed text pieces, installed guerilla-style in the collection galleries and other public areas (washrooms, library, cafe, etc.) of museums.

The exhibitions will consist of questions selected from those submitted to the three participating institutions' web sites. Inside the exhibition areas, the frames 'squid' museum spaces and exhibitions. They are an ongoing commentary to the visual displays surrounding them.

*The Oracle was a temple where Greeks went to ask questions. In other descriptions, it was said that the oracle's answers were questions...*

Jochen Gerz, *Das Berkeley Orakel - Fragen ohne Antwort* (*El Oráculo de Berkeley - Preguntas sin respuesta / Berkeley Oracle - Questions Unanswered*), proyecto para Internet / Internet project, instalación / installation, 1997  
*Concepto / Concept:* Jochen Gerz. *Programación / Programming:* Richard Rinehart (BAM/PFA). *Producción / Production:* Lawrence Rinder (BAM/PFA), Rainer Krause (Die Farm, Bremen), Regina Wyrwoll (Goethe-Institut, Múnich). *Fotografías de Delphi / Photographs of Delphi:* Esther Shalev-Gerz  
Inglés: <http://www.bampfa.berkeley.edu/exhibits/oracle/>  
Español: <http://www.bampfa.berkeley.edu/exhibits/oracle/oraclesp.html>

El Oráculo de Berkeley. Preguntas sin respuesta / Jochen Gerz

157

MUESTRAS: CURRENT MEDIA ART

El campus de Berkeley se convirtió hace treinta años en un símbolo mundial de las preguntas que encendían la llama del pensamiento, la pasión, el odio y la innovación. Cualquiera que sea su opinión, o incluso conocimiento, acerca de los días de los niños de las flores y la revolución pacífica, se puede convenir que los sucesos relacionados con Berkeley al igual que con París, Berlín o Milán, en vez de pasar a ser parte de un pasado venerable y caduco, han seguido alimentando dudas y discusiones vitales.

Con objeto de resumirlo en una sola frase: en ocasiones no es la respuesta la que crea la pregunta, sino más bien la falta de respuesta. Inquirir parece ser parte de nuestra naturaleza, sean cuales sean las respuestas, o las posibilidades de encontrarlas o darlas...

En homenaje a la época del cambio y la duda, quedan invitados a contribuir al *Oráculo de Berkeley* las cuestiones nuevas, involvidadas, o que jamás preguntó relacionadas con cualquier parte de sus vidas, experiencias o historias. Se le mencionará como autor contribuyente a esta obra de arte interactiva de Internet, que se exhibirán en el Museo de Arte de Berkeley y en la Facultad Estatal de Formación de Karlsruhe (ambas entre 28 de enero y el 31 de mayo de 1998) y publicarán en revistas de arte.

El *Oráculo de Berkeley* forma parte de la serie *Matrix*, un programa en marcha de exposiciones de arte contemporáneo. Dicha exposición se celebrará fuera del contexto normal de la galería al existir únicamente en la red, y en forma de trozos de texto impreso, o instalado al estilo guerrillero en las galerías de las colecciones y otras zonas públicas (baños, bibliotecas, cafeterías), etc... de los museos.

Las exposiciones consistirán de preguntas seleccionadas de entre las que se hayan remitido a las *sites* de las tres instituciones participantes. En el interior de las zonas de exposición, los marcos *asaltan* los espacios y las exposiciones de los museos. Se convierten en comentarios incessantes al despliegue visual que los rodea.

*El oráculo era un templo a donde iban los griegos a preguntar. En otras descripciones, se decía que las respuestas del oráculo eran interrogantes.*

## Dog-Ma 96 - La Misión de la Canis Minor / Bettina Gruber

El proyecto en Internet *Dog-Ma 96*, que también puede presentarse como instalación, se concibe como una obra en marcha. La *Dog-Ma* es una nave espacial que se utiliza para diversas misiones en el espacio, y se lanzó por vez primera en noviembre de 1996 para llevar a cabo la *Misión de la Canis Minor*. Hasta la última, la combinación parafrásica de las misiones espaciales humanas y caninas deja al visitante dudando acerca de lo que hay de gracioso y de serio en la aventura. Los hipervínculos a múltiples direcciones científicas en Internet con importancia para el Mundo & Espacio en su más amplia acepción apartan al visitante de la ficción irónica y lo acercan al ámbito virtual de la verdadera investigación (NASA, la Estación Antártica Amundsen, etc.).

Oliver Seifert

Dog-Ma 96 - The Canis Minor Mission / Bettina Gruber

The Internet project *Dog-Ma96*, which is equally suitable for presentation as an installation, is conceived as a work in progress. *Dog-Ma* is a spaceship employed for diverse missions in space, and was first launched in November 1996 to carry out *The Canis Minor Mission*. Up to the last, the paraphrastic combination of the canine and manned space missions leaves the visitor in doubt as to what exactly is serious and what is humorous about the venture. The hyperlinks to numerous scientific addresses on the Internet with relevance for World & Space in the wider sense lead the visitor away from ironic fiction into the virtual realm of authentic research (NASA, Amundsen Arctis Station, etc.).

Oliver Seifert



Bettina Gruber, *Dog-Ma96 - The Canis Minor Mission* (*Dog-Ma96 - La Misión de la Canis Minor*), proyecto para Internet / Internet project, instalación / installation, 1996/7  
*Guion / Screenplay:* Bettina Gruber, Brigitte Burgme. *Fotografía / Photography:* Bettina Gruber, Nico Schäfer. *Sonido / Sound:* Bettina Gruber, Nico Schäfer, Christoph Lischka. *Montaje / Editing:* Bettina Gruber, Christoph Lischka. *Actores / Actors:* Christian Toelke, David Smithson, Brigitte Burmer, Itzig. *Producción / Production:* Bettina Gruber, Christoph Lischka.  
<http://dogma.gmd.de>

<http://www.icf.de> / International Federation of Cities Berlin

The structure of the International City (IS) allows anyone to build their own pages and to communicate with others - in short, to create their own space on the net.

The metaphor of the city was chosen since it provides its inhabitants with an infrastructure; it surrounds them and they live within it. The IS is an autonomous system which owes its existence to the participation of its inhabitants who design its content directly - without the intervention of any bodies or institutions - and who make decisions according to commercial parameters and social consensus. It is not another Internet entertainment programme but rather, a site for communicating. What we do is to facilitate access to the Internet; we also support other projects which aim to make the internet more public.

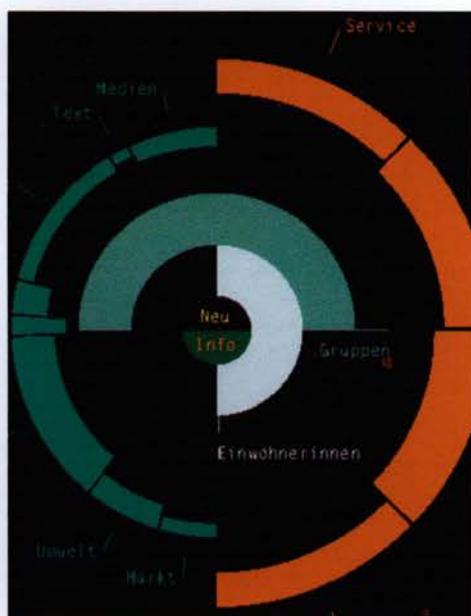
The ICF menu includes items such as: Service (Communicating and Working on the Internet) / Groups (Organisations on the IS Server) / Inhabitants (Homepages) / Media (Institutions & Texts) / Artistic Internet Projects / Music (including for example the *Einst, rzenden Neubauten* and other music server projects) / Market and more.

<http://www.icf.de> / Federación Internacional de Ciudades Berlín

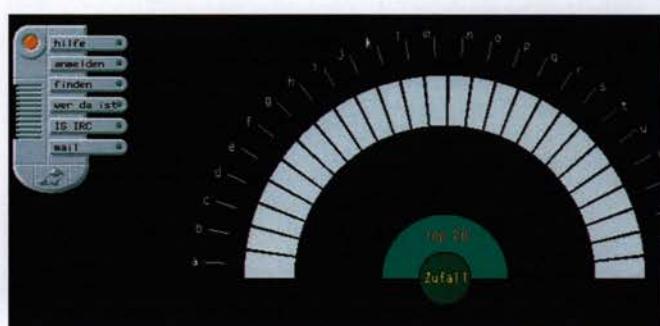
La estructura de la Ciudad Internacional (IS) no permite que nadie construya sus propias páginas y se comunique con otras, o sea, que crean su propio espacio en la red.

Se eligió la metáfora de la ciudad porque proporciona una infraestructura a los habitantes; les rodea y viven dentro de la misma. La IS es un sistema autónomo que debe su existencia a la participación de sus habitantes, quienes diseñan su contenido directamente, sin instituciones o entes interviniéntes, y que adoptan decisiones de acuerdo a parámetros comerciales y el consenso social. No es un programa más de diversión en Internet sino que, más bien, un *site* para comunicarse. Lo que hacemos es facilitar el acceso a Internet; también apoyamos otros proyectos que pretenden hacer Internet un lugar público.

El menú de ICF incluye apartados como Servicio (Comunicación y Trabajo en Internet) / Grupos (Organizaciones dentro del Servidor de IS) / Habitantes (Páginas Propias) / Medios (Instituciones & Textos) / Proyectos Artísticos en Internet / Música (incluyendo, por ejemplo, *Novedades en Demolición* y otros proyectos musicales del servidor) Mercado y mucho más.



Internationale Stadt Berlin (*Berlin, ciudad internacional / International City Federation Berlin*), proyecto para Internet / Internet project, 1994  
<http://www.icf.de>



## Instituto para las enfermedades mediáticas / Markus Käck

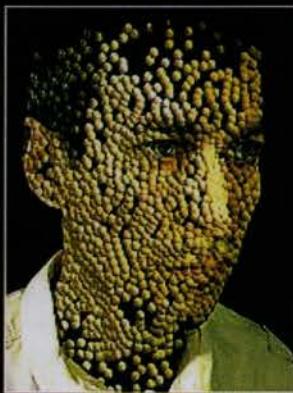
El *Instituto para las enfermedades mediáticas* es una entidad ficticia, a medio camino entre un laboratorio de arte mediático y una consulta médica. Es el resultado lógico de las tendencias contemporáneas que promulgan la digitización del ser humano; en una frase sucinta, significa escanear fotos del cuerpo humano, pero en el análisis final también supone la completa digitización de un ser humano vivo. Dicho avance con seguridad provocará trastornos patológicos y terminará por hacer surgir enfermedades mediáticas. Tan pronto como se sea posible percibir estos cuerpos manipulados como (reproducciones directas de) la realidad, éstas transformaciones que se producen en los cuerpos por culpa de programas informáticos son, de hecho, enfermedades, se puede comenzar a transitar hacia y desde lo normal a lo anormal, desde la realidad a la realidad mediática. El laboratorio, tal y como aparece en Internet, contiene información con respecto la principal credo del instituto; facilita algunos casos de estudio, sirve para informar y alertar, y también mantiene un *hospital electrónico* para los tratamientos mediáticos de emergencia.

Institute for Media Diseases / Markus Käck

The 'Institute for Media Diseases' is a fictional institute, a cross between a media art laboratory and a consulting room. It is the logical result of contemporary trends promulgating the digitisation of the human being. In one succinct sense, this means scanning pictures of the human body, but in the final analysis it also means the complete digitization of a living human being. This is a development which will certainly promote pathological deviations and lead to the outbreak of media diseases. As soon as one is able to perceive these manipulated bodies as (direct reproductions of) reality, these transformations that occur in bodies as a result of software programmes are in fact diseases, one can begin to commute back and forth between the normal and abnormal, reality and media reality. The laboratory as it appears in the Internet contains information regarding the institute's main credo; it provides a few case studies, serves to inform and alerts and also maintains an *electronic hospital* for emergency media treatment'.

## Mediale Krankheiten

Die Gesamtsicht auf Hauptbeschwerden, Begleitbeschwerden und anamnestische Daten im weiteren Sinn ergibt ein detailliertes und geordnetes Bild vom binären Patienten. Sie bildet die Voraussetzung für systematische Überlegungen hinsichtlich einer adäquaten Therapie.



Markus Käch, *Institut für mediale Krankheiten* (*Instituto para las enfermedades mediáticas* / *Institute for Media Diseases*), proyecto para Internet / Internet project, 1996  
Programación-cgi / Cgi-programming: Jens-Ingo Brodesser  
<http://www.moving-art-studio.com/september/media-diseases-eng.html>

Poem\*Navigator / Merel Mirage

*When I heard the sound of this Chinese poem for the first time I trembled. I felt a connection without knowing why. What lay hidden behind these foreign words? (Merel Mirage)*

A poetical, ethnographic investigation using the non-linear structure of the net in order to analyse the manifold historical, cultural and poetical references and associations of an old Chinese poem from the Tang Dynasty: *Each of the poem's symbols appeared to contain its own history; starting from this point, I embarked upon a journey, from the smallest details of the poem to the roots of the letters, traversing the bridge from one language to another.*

The graphics of the project are wonderfully minimal and extremely effective.

Knut Gerwers

Poem\*Navigator / Merel Mirage

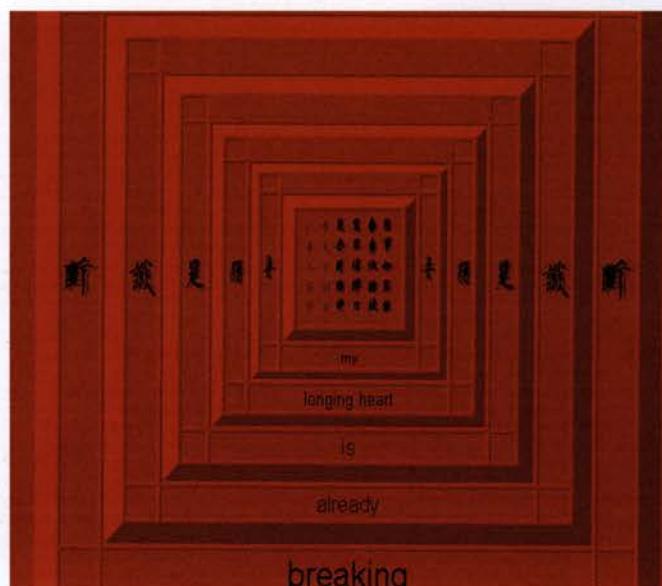
*Cuando oí por primera vez el sonido de este poema chino, me estremecí. Sentí una conexión sin saber por qué. ¿Qué es lo que permanece oculto detrás de estas palabras foráneas? (Merel Mirage)*

Se trata de una investigación etnográfica y poética utilizando una estructura no-lineal de la red para analizar las múltiples asociaciones y referencias políticas, culturales e históricas de un viejo poema chino de la dinastía Tang: *Cada uno de los símbolos del poema parecían contener su propia historia; partiendo de este punto, me embarqué en un viaje, yendo desde los detalles más pequeños hasta las raíces de las letras, atravesando el puente que une una lengua a otra.*

Los escasos gráficos de este proyecto son sumamente eficaces.

Knut Gerwers

Merel Mirage, *Poem\*Navigator*, proyecto para Internet / Internet project, 1996  
<http://art.cwi.nl/stedelijk/capricorn/mirage/start.html>



## El Servicio del Ensoñador / Daniela Alina Plewe

*El Servicio del Ensoñador* es un programa para soñar despierto o cavilar. Los usuarios de Internet archivan sus asociaciones (en este caso expresiones lingüísticas además de referencias de los asistentes así como direcciones de páginas) en una base de datos y reciben, a petición propia, cadenas de asociaciones creadas por el sistema. El usuario teclea el término inicial así como el término el o ella desea conseguir al final, y los métodos preferidos de asociación. Los que sólo quieran facilitar las nociones más vagas para el principio y el fin simplemente describen los dos polos y algunas características. Un buscador orientado hacia los campos semánticos sugiere luego las palabras adecuadas.

Para concluir su entrada el usuario se fija en cómo ha realizado el viaje de una idea a la siguiente. La introspección resulta, por lo tanto, un pre-requisito para esta forma de *t tormenta de ideas computerizada*. *El Servicio del Ensoñador* se aprovecha de todo el material recopilado para crear conexiones artificiales entre pensamientos. De esta manera, se realizan conexiones nuevas e inusuales, las cuales difieren de la información aportada originalmente al ordenador. Esto provoca una reacción inversa de cadenas artificiales de palabras que estimulan los centros del habla del usuario/ensoñador.

Muser's Service / Daniela Alina Plewe

*Muser's Service* is a programme for daydreaming or musing. Internet users file their associations (in this case linguistic expressions plus attendant references as well as web addresses) in a data base and receive, on demand, chains of associations generated by the system. The user types in the initial term as well as the term which he or she wishes to attain at the end and the preferred methods of association. Those who only wish to provide the vaguest notions for the beginning and end describe merely both poles and a few characteristics. A browser geared to semantic fields then suggests suitable words.

In order to complete his entry the user reflects on how he has made the journey from one idea to the next. Introspection is therefore a prerequisite for this form of *computer aided brainstorming*. *Muser's Service* makes use of all the material collected in order to create artificial connections between thoughts; in this way, new and unusual connections are made which differ from the information put into the computer originally. This results in a feedback of artificial chains of words which stimulate the (m)user's speech centres.



Daniela Alina Plewe, *Muser's Service*, proyecto para Internet / Internet project, 1996

Realización / Realisation: Zemtrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe(ZKM) (Centro para el Arte y los Medios de Comunicación Karlsruhe / Centre for Art and Media Karlsruhe) apoyado por Brouillard Précis, Marsella / supported by Brouillard Précis, Marseilles. Software: Jean-François Beauchamp, Adolf Mathias. Gráficos / Graphics: en colaboración con / in collaboration with Ralph Pfeifer. Patrocinador / Sponsored by: Novotech, Constanza / Consitanze.

<http://domini.zkm.de/muser.html>

## The World Minute Festival

The main objective of the World Minute Festival is to practise the synthesis. It is directed to professionals and amateurs (no matter their age) who must make a video, film or animation, which may not exceed 60 seconds.

The first Festival was held in 1991. In the last six years, approximately 4,500 works made by 3,500 directors have been shown. In 1993, the Festival set an international standard and in the last four years (93-96) we have received works from forty countries.

The exhibition is the result of the selection from all the works presented and it is displayed through the *Minute Exhibition Network* (Rede de Exibição do Minuto) in one hundred Brazilian cities and also outside Brazil.

In 1995, the category of Kids/Teens was created in order to encourage children to make works on video. As early as 1995, when the festival "Minutteen" was first held, 67 works entered the Festival. The quantity doubled in 1996 and 1997, it got to 300. The Exhibition was held in 100 Brazilian cities. It was broadcasted through educational channels in several states and through the Cultural Channel on the *Day of Childhood on TV*.

Children have proved that they are not only regular consumers, but they can also become creators of images and tell stories full of humour, criticism, vitality and an enjoyable dose of improvisation.

The Festival Minutteen has put us in touch with several schools, where we have organized courses and festivals for their teachers and first and second year students.

In 1997, we passed the contents of *The Beginnings of the Cinema (1895-1926)* to graphic format and Cd-Rom, in collaboration with Professor Arlindo Machado.

Marcelo Masagao  
FESTIVAL DO MINUTO  
Phone/ Fax (011) 79.22.02.71  
[www2.vol.com.br/1minuto](http://www2.vol.com.br/1minuto)

## Festival Mundial del Minuto

El principal objetivo del Festival del Minuto es el ejercicio de la síntesis. Está dirigido a profesionales y aficionados, sin límite de edad, quienes deben realizar un vídeo, película o animación de hasta 60 segundos.

La primera edición del Festival tuvo lugar en 1991. A lo largo de estos seis años se han presentado cerca de 4500 trabajos de 3500 realizadores. En 1993 el Festival adquiere talla internacional, y en estos cuatro años (93-96) hemos recibido trabajos procedentes de cuarenta países.

La Muestra a concurso resulta de una preselección de todos los trabajos presentados y se exhibe a través de la *Red de Exhibición del Minuto* en cien ciudades brasileñas y en el extranjero.

La categoría Kids/Teen (Niños/Adolescentes) se creó en 1995, con el fin de animar a los niños a producir trabajos en vídeo. Ya en 1995, en la primera edición del *Minutteen*, se registraron 67 trabajos, cifra que se dobló en 1996, hasta alcanzar los 300 en 1997. La Muestra se exhibió en cien ciudades brasileñas, canales educativos de diversos estados y en el Canal Cultural en *El Día de la Infancia en TV*.

Los niños han demostrado que además de ser consumidores asiduos, también pueden transformarse en creadores de imágenes y contar sus propias historias con mucho humor, crítica, vitalidad y una agradable dosis de improvisación.

El Festival *Minutteen* nos ha puesto en contacto con varios colegios que han demostrado la necesidad de formación de los profesores y alumnos de primer y segundo grado, en los cuales hemos realizado cursos y Festivales Regionales.

En 1997 pasamos los contenidos a formato gráfico y Cd-Rom *Los comienzos del Cine 1895-1926*, con la colaboración del profesor Arlindo Machado.

Marcelo Masagao  
FESTIVAL MUNDIAL DEL MINUTO  
Teléfono / fax: (011) 79 22 02 71  
[www2.vol.com.br/1minuto](http://www2.vol.com.br/1minuto)

## Art Futura

*Art Futura*, es una de las muestras de arte y tecnología más importante del mundo, en su género, nació en 1990. Hasta ahora ha celebrado ocho ediciones: cuatro en Barcelona y cuatro en Madrid (Museo Nacional Reina Sofía, Centro Cultural de la Villa y dos en el Círculo de Bellas Artes). Los temas centrales de sus anteriores ediciones han sido *Realidad Virtual* (90), *Cibermedia* (91), *Mente Global* (92), *Vida Artificial* (93) *Cibercultura* (94), *Comunidades Virtuales* (95) *Robots&Knowbots* (96) y *El Futuro del Futuro* (97).

Mucho antes de que conceptos como Internet, multimedia, realidad virtual etc. se manejaran en la calle o tuvieran repercusión social en los medios. ART FUTURA comenzó a introducirlos y a crear foros de análisis y debate, presentando conferencias y paneles, así como instalaciones de artistas que hasta ese momento no contaban con ninguna plataforma válida para mostrar sus revolucionarias aportaciones al mundo del arte.

A lo largo de estos ocho años ART FUTURA ha tratado de mostrar que ahora al final de milenio arte y tecnología discurren más que nunca por caminos paralelos.

Ya no es posible entender el arte desligado de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Para mantenerse vivo, el arte ha de evolucionar constantemente: si permanece estático, se muere.

De forma incisiva y a veces polémica ART FUTURA ha intentado especular sobre arte y tecnología del futuro presente. Entre los participantes de anteriores ediciones podemos encontrar a Moebius, William Gibson, David Byrne, Timothy Leary, Javier Mariscal, Monika Fleischmann, Laurie Anderson, La Fura del Baus, Orlan, Industrial Light&Magic, Stelarc, Survival Research Laboratories, Brian Eno, Peter Gabriel, Karl Sims, Vicente Verdú, Max More,...

ART FUTURA viene ofreciendo además y de forma ininterrumpida desde 1990 la proyección de los últimos trabajos mundiales de animación por ordenador, en el ya clásico Art Futura Show, así como una selección de los mejores trabajos a nivel nacional en el apartado de Infografía.

## Art Futura

*Art Futura*, which started in 1990, is one of the most important showcases for art and technology of its kind in the world. Of the eight editions held so far, four have been in Barcelona and four in Madrid (one each in the Museo Nacional Reina Sofia and the Centro Cultural de la Villa, and two in the Círculo de Bellas Artes). The main themes of the editions to date have been: *Virtual Reality* (90), *Cybermedia* (91), *Global Mind* (92), *Artificial Life* (93), *Cyberculture* (94), *Virtual Communities* (95), *Robots&Knowbots* (96) and *The Future of the Future* (97).

Long before concepts such as the Internet, multimedia, virtual reality etc. became common currency for the man in the street and had a social repercussion in the media, Art Media started to introduce them and to create forums for analysis and debate, presenting conferences and panels, as well as supporting artists that had not had, until then, a valid platform on which to display their revolutionary contributions to the world of art.

Throughout the eight years of its existence, ART FUTURA has tried to show that in this end of millennium period, art and technology run along parallel paths as never before. It is no longer possible to understand art as a separate notion from the media and emerging technologies. In order to stay alive, art has to maintain a perpetual state of evolution: to remain static means certain death.

ART FUTURA has tried to speculate on art and technology in the future present in an incisive and sometimes controversial manner. The following list shows some of the participants in former editions: Moebius, William Gibson, David Byrne, Timothy Leary, Javier Mariscal, Monika Fleischmann, Laurie Anderson, La Fura del Baus, Orlan, Industrial Light&Magic, Stelarc, Survival Research Laboratories, Brian Eno, Peter Gabriel, Karl Sims, Vicente Verdú, Max More etc.

In each of its editions since 1990, ART FUTURA has also presented the screening of the latest computer animation projects from all over the world, in the now classic Art Futura Show, as well as a selection of the best pieces of work from Spain in the Infography section.

SELECTION ART FUTURA SHOW 97

- Lisa Slates: *Harvest*
- Digital Domain: *Titanic*
- Digital Domain: *Ghosts*
- Digital Domain: *Fifth Element*
- Pacific Data Images: *Gabola de Great*
- Santa Barbara Studios: *An American Warewolf in Paris*
- Glen Grillo: *Rave Art*
- Satoshi Kitahara: *Flipbook*
- Ironori Terai: *MTV Japan*
- Kazuma Morino: *Runners*
- Buf Compagnie: *Digital Truth in Tian An Men*
- Nick Philips: *Optical Poem, Radical Beauty Concept*
- Macguff Ligne: *Pocari Adventure*
- Industrial Light&Magic: *The Lost World*
- Industrial Light&Magic: *Men in Black*
- Industrial Light&Magic: *Star Wars*
- Sebastian Drouin/Christophe Mutin Oliver Dumont: *Dustcity*
- Sony Pictures Imageworks: *Anaconda*
- Fantome: *The Giraffes of Mordillo*
- Bruce Pukema: *Ahoy, the movie*

SELECCIÓN ART FUTURA SHOW 97

- Lisa Slates: *Harvest*
- Digital Domain: *Titanic*
- Digital Domain: *Ghosts*
- Digital Domain: *Fifth Element*
- Pacific Data Images: *Gabola de Great*
- Santa Barbara Studios: *An American Warewolf in Paris*
- Glen Grillo: *Rave Art*
- Satoshi Kitahara: *Flipbook*
- Ironori Terai: *MTV Japan*
- Kazuma Morino: *Runners*
- Buf Compagnie: *Digital Truth in Tian An Men*
- Nick Philips: *Optical Poem, Radical Beauty Concept*
- Macguff Ligne: *Pocari Adventure*
- Industrial Light&Magic: *The Lost World*
- Industrial Light&Magic: *Men in Black*
- Industrial Light&Magic: *Star Wars*
- Sebastian Drouin/ Christophe Mutin Oliver Dumont: *Dustcity*
- Sony Pictures Imageworks: *Anaconda*
- Fantome: *The Girafes of Mordillo*
- Bruce Pukema: *Ahoy, the movie*

## PALMARÉS ART FUTURA 90-96

Cita con los tres primeros premios de las siete ediciones de ART FUTURA

### PREMIOS ART FUTURA 96

1. *Franky Towell* BLUE SKY PRODUCTIONS
2. *Dutch Nelson Galaxy Guy* RONIN ANIMATION
3. *Kraken EX-MACHINA*

### PREMIOS ART FUTURA 95

1. *Fluffy* DOUGLAS ABERLE.
2. *Astro Canyon Coaster* NEW WAVE
3. *Volcano Mine Ride* NEW WAVE

### PREMIOS ART FUTURA 94

1. *Seafary* RYTHM & HUES
2. *Scuba Dog* BOSS FILM STUDIOS
3. *Turbulence* JON McCORMACK

### PREMIOS ART FUTURA 93

1. *Devil's Mine* LITTLE BIG ONE
2. *Gas Planet* PACIFIC DATA IMAGES
3. *Virtus* EX NIHILO

### PREMIOS ART FUTURA 92

1. *Light & Heavy* PIXAR
2. *Lost Animals* HD/CG NEW YORK
3. *Primordial Dance* KARL SIMS

### PREMIOS ART FUTURA 91

1. *Panspermia* KARL SIMS
2. *Bonehead* HOME/ MICHAEL KORY
3. *Sowing the Seeds of Love* JIM BLAHFIELD/TEARS FOR FEARS

### PREMIOS ART FUTURA 90

1. *Knick-Knack* PIXAR
2. *Capriccio N1. 24 ZBIG RYBCZINSKY*
3. *Megacycles* JOHN MITCHELL/DON AMANATIDES
4. *Kraken* EX-MACHINA

## PRIZEWINNERS ART FUTURA 90-96

List of the winners of first, second and third prizes for the seven editions of ART FUTURA

### PRIZES ART FUTURA 96

1. *Franky Towell* BLUE SKY PRODUCTIONS
2. *Dutch Nelson Galaxy Guy* RONIN ANIMATION
3. *Kraken EX-MACHINA*

### PRIZES ART FUTURA 95

1. *Fluffy* DOUGLAS ABERLE
2. *Astro Canyon Coaster* NEW WAVE
3. *Volcano Mine Ride* NEW WAVE

### PRIZES ART FUTURA 94

1. *Seafary* RYTHM & HUES
2. *Scuba Dog* BOSS FILM STUDIOS
3. *Turbulence* JON McCORMACK

### PRIZES ART FUTURA 93

1. *Devil's Mine* LITTLE BIG ONE
2. *Gas Planet* PACIFIC DATA IMAGES
3. *Virtus* EX NIHILO

### PRIZES ART FUTURA 92

1. *Light & Heavy* PIXAR
2. *Lost Animals* HD/CG NEW YORK
3. *Primordial Dance* KARL SIMS

### PRIZES ART FUTURA 91

1. *Panspermia* KARL SIMS
2. *Bonehead* HOME/ MICHAEL KORY
3. *Sowing the Seeds of Love* JIM BLAHFIELD/TEARS FOR FEARS

### PRIZES ART FUTURA 90

1. *Knick-Knack* PIXAR
2. *Capriccio N°. 24 ZBIG RYBCZINSKY*
3. *Megacycles* JOHN MITCHELL/DON AMANATIDES
4. *Kraken* EX-MACHINA

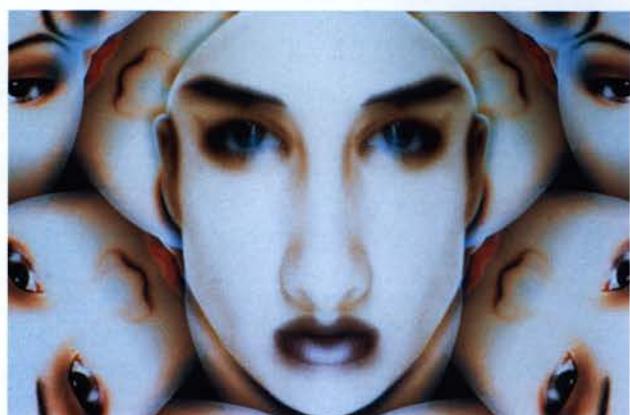


An American Werewolf in Paris C-Sta. Barbara Studios.



Runners C-Kazuma Morino

Art Futura 97 *El futuro del futuro* C-Javi Navarro



## Programa de Medios Audiovisuales

El Programa de Medios Audiovisuales surge en 1987 para promover la utilización de estos recursos dentro de la práctica de los docentes de Canarias. En consecuencia tiene como objetivos las siguientes actuaciones educativas:

- Formación del Profesorado en el conocimiento de los MAV.
- Producción de materiales audiovisuales.
- Asesoramiento a Centros y entidades educativas en Medios AV.

Dentro de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias el Programa de Medios Audiovisuales depende de la Dirección General de Promoción Educativa.

El Programa de Medios Audiovisuales se encuentra ubicado en la Unidad de Programas Educativos. La dirección postal es: c/ La Isa 33, Cercado Mesa, 38205 La Laguna. Teléfono: 922 251 844 Fax: 922 253 240. Dirección de correo electrónico:

[pmedaud@correo.rcanaria.es](mailto:pmedaud@correo.rcanaria.es).

### Formación del Profesorado

Las acciones orientadas a la Formación del Profesorado en Medios Audiovisuales se llevan a cabo en la actualidad a través de la Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa, por medio de su Servicio de Formación del Profesorado. En última instancia, son los Centros del Profesorado los que deciden incorporar a su Plan de Formación estas actividades, y determinan el perfil de la formación que desean.

El Programa de Medios Audiovisuales asesora a los Centros del Profesorado respecto a los contenidos que pueden resultar más interesantes, así como la posibilidad de disponer de determinados ponentes.

En el momento actual, se plantean tres tipos de actividades:

- Cursos orientados al empleo de los Medios Audiovisuales como recurso didáctico. Facilitan el conocimiento de los dis-

## Audiovisual Media Programme

The Audiovisual Media Programme started in 1987 to promote the use of these resources among the teachers of the Canary Islands. As a consequence, its aims are:

- Teacher training in the field of AVM.
- Production of audiovisual supports.
- Assessment to educational institutions and learning centres on AVM.

The Audiovisual Media Programme is a service of the *Consejería de Educación, Cultura y Deportes* of the Regional Government of the Canary Islands, depending on the *Dirección General de Promoción Educativa*.

The Audiovisual Media Programme is located in the Unidad de Programas Educativos, La Isa 33, Cercado Mesa, 38205 La Laguna, Tenerife. Tel. No: 34922251844 Fax: 34922253240. E-mail:

[pmedaud@correo.rcanaria.es](mailto:pmedaud@correo.rcanaria.es).



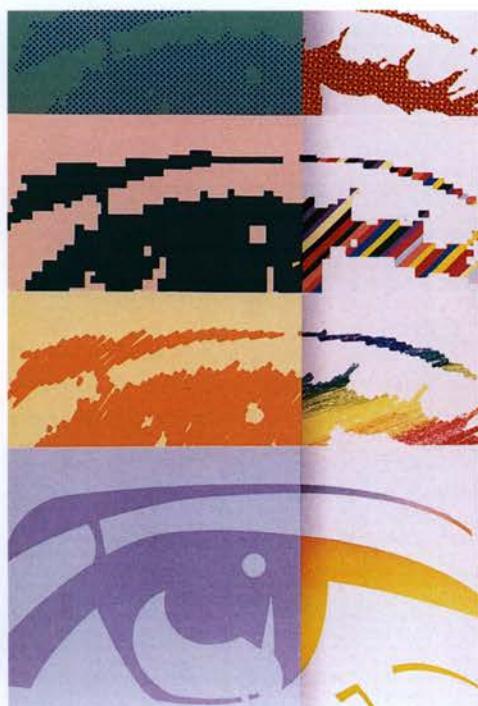
## Teacher Training

Through the *Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa* and its Teacher Training Service the Programme organizes different teacher training activities. The Teacher Training Centres (*CEPs*) are responsible for including these kind of activities in their plannings.

The Audiovisual Media Programme is also in charge of the assessment of the Teacher Training Centres about the learning contents that can be more relevant, as well as about the possibility of contacting with specialists.

At the moment there are three main fields of activities:

- Courses about the use of AVM as a didactical resource. They provide the knowledge about the use of the different facilities and corresponding techniques on photography, transparencies projector and video.
- General courses about AVM. They provide a global and comprehensive vision about these media, their introduction in the curricula and their didactical possibilities.



tintos instrumentos y las técnicas correspondientes para poder emplear la fotografía, el retroproyector o el video en el aula.

- Cursos sobre el conocimiento de los Medios de Comunicación Audiovisual. Proporcionan una visión global y comprensiva sobre estos medios, su incorporación al currículum y sus posibilidades educativas.
- Acciones puntuales y grupos de trabajo, que se plantean para preparar al profesorado para otras acciones formativas, bien de tipo presencial o bien a través de grupos estables o colectivos que se orienten sobre distintas posibilidades de los medios audiovisuales.

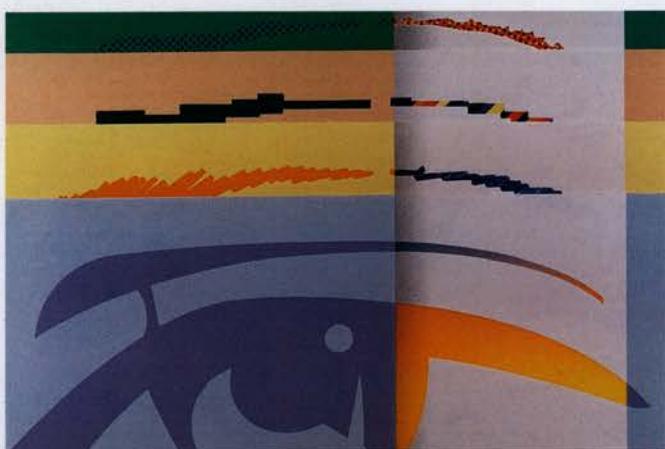
En los respectivos Centros del Profesorado y en las publicaciones periódicas del Servicio de Formación del Profesorado se puede obtener información sobre los cursos y las acciones que aparecen en los Planes de Formación.

## Producción de materiales audiovisuales

El Programa de Medios Audiovisuales realiza una serie de publicaciones en vídeo ,y otros soportes, orientadas a facilitar la enseñanza de determinadas materias, la realización de acciones formativas de otros programas, además de la difusión de experiencias educativas que se llevan a cabo en Canarias.

Las producciones audiovisuales se publican en una de las cuatro colecciones siguientes:

- *Colección Canarias Didáctica*, destinada a temas educativos que supongan un acercamiento a metodologías y procedimientos de actuación innovadores dentro de la práctica docente.
- *Colección Canarias Cultura*, que recoge diferentes títulos que hacen referencia a elementos que inciden de forma directa en la comprensión de la cultura canaria.
- *Colección Canarias Experiencias*, donde se encuentran los trabajos realizados por diferentes grupos de profesores con medios que pueden estar al alcance de cualquier docente.
- *Colección Canarias Coediciones*, en la que se presentan materiales que proceden de los intercambios que realiza el Programa MAV con otras entidades.



### Asesoramientos

El Programa de Medios Audiovisuales realiza también asesoramientos a Centros, colectivos y entidades educativas que necesiten poner en funcionamiento proyectos o actuaciones relacionadas con medios audiovisuales. Los asesoramientos tienen carácter puntual, ya que se orientan a la solución de problemas o hacia la mejora de los sistemas, equipos o técnicas. El Programa también participa en la convocatoria y organización de encuentros, jornadas o congresos que tengan relación con los medios audiovisuales y la educación.

- Individual actions and working groups to train teachers in other training activities related with other possibilities of AVM.

Information can be obtained in the different Teacher Training Centres and from the periodical publications of the Teacher Training Service.

### Audiovisual Productions

The Audiovisual Media Programme publishes, on video and other supports, guides that make the teaching of other subjects easier. They also report about educational activities that are developed in the Canary Islands.

The audiovisual productions are published in one of these four lines:

- *Canarias Didáctica*, devoted to educational subjects that have to do with innovative methodologies and teaching procedures.
- *Canarias Cultura*, which deal with the understanding of elements related to the culture of the Canary Islands.
- *Canarias Experiencias*, which gathers the results of the work of different groups of teachers with means that can be available to any teacher.
- *Canarias Coediciones*, with the results of interchanging materials with other institutions.

### Assessment

The Audiovisual Programme also does assessment work for teaching centres, groups and educative institutions that need to start projects or actions related to AVM. They are held individually, to solve troubles or to improve systems, facilities or techniques. The Programme also takes part in the organization of events and congresses about AVM and education.

# PALMARÉS

PRIZEWINNERS

## Palmarés

El palmarés de las siete ediciones del Festival es el siguiente:

### I F.V.C.

#### Videocreación

*El Jardín del Tiempo.* Toni Milián.

#### Documentales

*Felo Monzón.* Tito Stinga/CTV.

#### Spot publicitario

*Video Forum Internacional.* Pedro Garhel

#### Publicitarios

*Giraldo-Ícaro.* Pedro Angel Ruiz

#### Instalaciones

*Hacia el Paradigma.* Leopoldo Emperador  
*Informe GXP/400a3-2* (Grupo 3TT)

### II F.V.C.

#### Videocreación

*A 12.000 °K.* Maite Ninou

#### Documentales

*El flysch de Zumaia.* Javier Campo Ortiz

#### Publicitarios

*Turismo da vida.* Tito Stinga/TV7.

#### Instalaciones

*Los desastres de la Guerra* (Grupo 3TT)  
*Mecanoq'xmo* (Toni Milián)

## Prizewinners

The list of winners for the seven editions of the Festival is:

### I F.V.C.

#### Videocreation

*The Garden of Time.* Toni Milián.

#### Documentaries

*Felo Monzón.* Tito Stinga/CTV.

#### Publicity Spot

*International Video Forum.* Pedro Garhel

#### Advertising

*Giraldo-Ícaro.* Pedro Angel Ruiz

#### Installations

*Towards Paradigm.* Leopoldo Emperador  
*Report GXP/400 a 3-2 (Group 3TT)*

### II F.V.C.

#### Videocreation

*At 12.000 °K.* Maite Ninou

#### Documentaries-

*The Flysch of Zumaia.* Javier Campo Ortiz

#### Advertising

*Tourism of Life.* Tito Stinga/TV7.

#### Installations

*War's Disasters.* Group 3TT  
*Mecanoq'xmo.* Toni Milián.

III F.V.C.

Videocreation

*Edges of a Wound.* Esther Mera

Documentaries

*Sauragramas.* Emilio Casanova

Advertising

*Canary Artist Library.*  
Ramón Santos/TV7

Best Sound Track

*Ram'n'ewe by Gringos.*

Best Canary Author

*Asurbanipal* by Elio Quiroga.

Videoinstallation

*Doubled-face Bird* by Tuto Parrilla

III F.V.C.

Videocreación

*Bordes de una herida.* Esther Mera

Documentales

*Sauragramas.* Emilio Casanova

Publicitarios

*Biblioteca de Artistas Canarios.*  
Ramón Santos/TV7

Mejor banda sonora

*Ram'n'ewe de Gringos.*

Mejor autor Canario

*Asurbanipal* de Elio Quiroga.

Instalación

*Pájaro de doble cara* (Tuto Parrilla)

IV F.V.C.

Videocreation

*The Reformatory* by F. Ruiz de Infante

Documentaries

*CPR from the Sierra* by Sandro Céspoli

Advertising

*Club Chivas Patrimony.*  
Ramón Santos, TV7.

Best Sound Track

*Twice the Universe.* Dominik Barbier

Best Canary author

*Heavenly pop Soda* by Toni Milián.

Videoinstallation

*Me and World* by grupo 3TT.

IV F.V.C.

Videocreación

*El Reformatorio.* F. Ruiz de Infante

Documentales

*CPR de la Sierra.* de Sandro Céspoli

Publicitarios

*Patrimonio Club Chivas.*  
Ramón Santos / TV7.

Mejor banda sonora

*Twice the Universe.* Dominik Barbier.

Mejor autor canario

*Celestial Soda pop.* Toni Milián.

Videoinstalación

*Yo y Mundo*, del grupo 3TT.

**V F.I.V.C.**

Videocreación

*La noche navegable,*  
de Iñigo Salaberria (España)

Documentales

*Consuelito Velázquez, trilogía de la inspiración*  
de Leopoldo Best y M<sup>a</sup> Carmen Lara (Méjico)

Educativos

*Fiesta* de Ana M<sup>a</sup> Egaña Barahona (Chile)

Mejor Autor Canario

*Un archivo fotográfico, discurso de la imagen*  
Jorge Lozano Van de Walle  
(La Palma-España).

Premio Especial del Jurado

*Maxakali, O povo do canto*  
de Marcelo Brun (Brasil).

**V F.I.V.C.**

Videocreación

*A good night for sailing*  
by Iñigo Salaberría (Spain)

Documentaries

*Consuelito Velázquez, an inspiration trilogy*  
by Leopoldo Best y M<sup>a</sup> Carmen Lara (Méjico)

Educational

*Party* by Ana M<sup>a</sup> Egaña Barahona (Chile)

Best Canary Author

*A photographic archive, the language of pictures*  
Jorge Lozano Van de Walle  
(La Palma-España).

Jury special mention

*Maxakali, O povo do canto*  
Marcelo Brun (Brasil).

**VI F.I.V.C.**

Videocreación

*Mortaja* de Antonio Perumánes (España).

Documental

*Una sola voz*, de Carmen Guarini  
y Marcelo Céspedes (Argentina)

Educativo

*Arabescos y Geometría*,  
de Bernardo Gómez, (España).

Mención Especial del Jurado

*Escenari*, de Oscar Dasi, (España).

**VI F.I.V.C.**

Videocreación

*Shroud* by Antonio Perumánes (Spain).

Documentaries

*One voice only* by Carmen Guarini  
y Marcelo Céspedes (Argentina)

Educational

*Arabesques and Geometry*,  
by Bernardo Gómez, (Spain).

Jury special mention

*Stage* by Oscar Dasi, (Spain).

Premio Autor Canario

*Impresiones. La Habana 1995*,  
de Antonio Sánchez (España).

Best Canary Author

*Impresions. Havana 1995*,  
by Antonio Sánchez (Spain).

**VII F.I.V.C.**

Videocreation  
*The wing wind,*  
Christian Barani (France)

Documentaries - 1st prize  
*The day Franco died and I grew up,*  
Carlos Iriart (Spain)

Educational  
*Didavision: The death of a Pharaoh,*  
Juan Romay (Spain)

Best Canary Author (Videocreation)  
*Dancing on the dark side of life,*  
Juan Ramón Hernández Martín (Tenerife)

Special mention (videocreation)  
*That which begins here will never end,*  
Ariel Leonardo Cava (Argentina)

Special mention (Documentary)  
*Sand, sun and stone. Jandía Natural Park (Parks of the Canary Islands)",*  
José de Miguel Corcuera

*Subway cops and the mole kings,*  
Ali McGrath, Stuart Clarke

Videocreation  
*X and Z, Pedro Ballesteros (Spain)*

Mention Canary Author (Videocreation)  
*San Borondón: Virtual Island,*  
Manuel González Mauricio (Tenerife)

**VII FESTIVAL**

Videocreación  
*Le vent ailé (el viento alado),*  
Christian Barani

Primer Premio Documental  
*El dia que murió Franco y yo me hice mayor,*  
Carlos Iriart

Educativo  
*Didavisión: La muerte de un Faraón,*  
Juan Romay

Mejor autor canario (Videocreación)  
*Bailando por el lado más oscuro de la vida,*  
Juan Ramón Hernández Martín

Mención especial Videocreación  
*Esto que comienza aquí no termina jamás,*  
Ariel Leonardo Cava

Mención honorífica Documental  
*Arena, sol y piedra-Parque Natural de Jandía (Parques de Canarias),*  
José de Miguel Corcuera

*Policías y los reyes del subterráneo,*  
Ali McGrath, Stuart Clarke

Videocreación  
*X y Z, Pedro Ballesteros*

Mención Autor Canario Videocreación  
*San Borondón: Isla Virtual,*  
Manuel González Mauricio

**VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE VÍDEO DE CANARIAS**

PRESENTADOS .....	188
SELECCIONADOS ....	67 (35, 63%)
VIDEOCREACIÓN .....	34 (50,74%)
DOCUMENTALES .....	15 (22,38%)
EDUCATIVOS .....	5 (7,46%)
INFOGRAFÍA .....	5 (7,46%)
CD-Rom .....	8 (11,94%)

**VIII INTERNATIONAL VIDEO FESTIVAL OF THE CANARY ISLANDS**

SUBMITTED .....	188
ACCEPTED .....	67 (35,63%)
VIDEOCREATION .....	34 (50,74%)
DOCUMENTARY .....	15 (22,38%)
EDUCATIONAL .....	5 (7,46%)
INFOGRAPHY .....	5 (7,46%)
CD-Rom .....	8 (11,94%)

### Agradecimientos

Sabine Beltz (Instituto Goethe en Madrid)

Juan M<sup>a</sup> Cell (Embajada de España en Brasil)

José Antonio Sarmiento (Taller de Arte Sonoro de la Universidad de Castilla La Mancha)

Javier Ariza (instalación Arte Sonoro)

Federico Muelas (instalación Arte Sonoro)

Manolo Vila (Escuela de Artes y Oficios de Las Palmas)

Instituto Politécnico de Imagen y Sonido de Las Palmas.

Jesús Rosales (I.E.S. Politécnico de Las Palmas)

Marcelo Masagao (Festival do Minuto, Brasil)

Karin Ohlensläger (Proyectos culturales, Madrid)

VICSA, Videoproducciones Canarias S.L.

Colaboran:





LO PRIMERO

# EL AUTOR

Sin el trabajo de los autores, esta bombilla nunca iluminaría escenarios o proyectores. La chispa de la creatividad requiere, la mayoría de las veces, mucho esfuerzo y dedicación; como esfuerzo y dedicación requiere proteger, garantizar y difundir el trabajo de directores, músicos y guionistas.





José Macías Santana  
Presidente del Cabildo de Gran Canaria

Gonzalo Angulo González  
Consejero de Cultura y Deportes del Cabildo de Gran Canaria

Hilda Mauricio Rodríguez  
Directora del Servicio de Cultura y Patrimonio Histórico

Sergio Morales Quintero  
Coordinador del Departamento de Audiovisuales

Emili Prado  
Director del VIII Festival Internacional de Vídeo de Canarias

Manuel Palacios Arranz  
Asesor

Isabelino Guanche  
Responsable Técnico

Olga Sosa, Maribel Paredes, Agueda Suárez, Rosa Curbelo  
(Escuela de Artes y Oficios de Las Palmas de Gran Canaria)  
Diseño y realización de espacios

Francisco Peñate Medina, José Alberto Pérez López  
(Escuela de Artes y Oficios de Las Palmas de Gran Canaria)  
Señalización

Manuel Pérez,  
y la colaboración de los alumnos del I.P.F.P. de Las Palmas de Gran Canaria  
Realización TV. Festival

Javier Ponce  
Técnico Operaciones

Estefanía García Campero  
Producción

Dunia Gil Spolti  
Documentalista

Manuel de la Cueva  
Administración

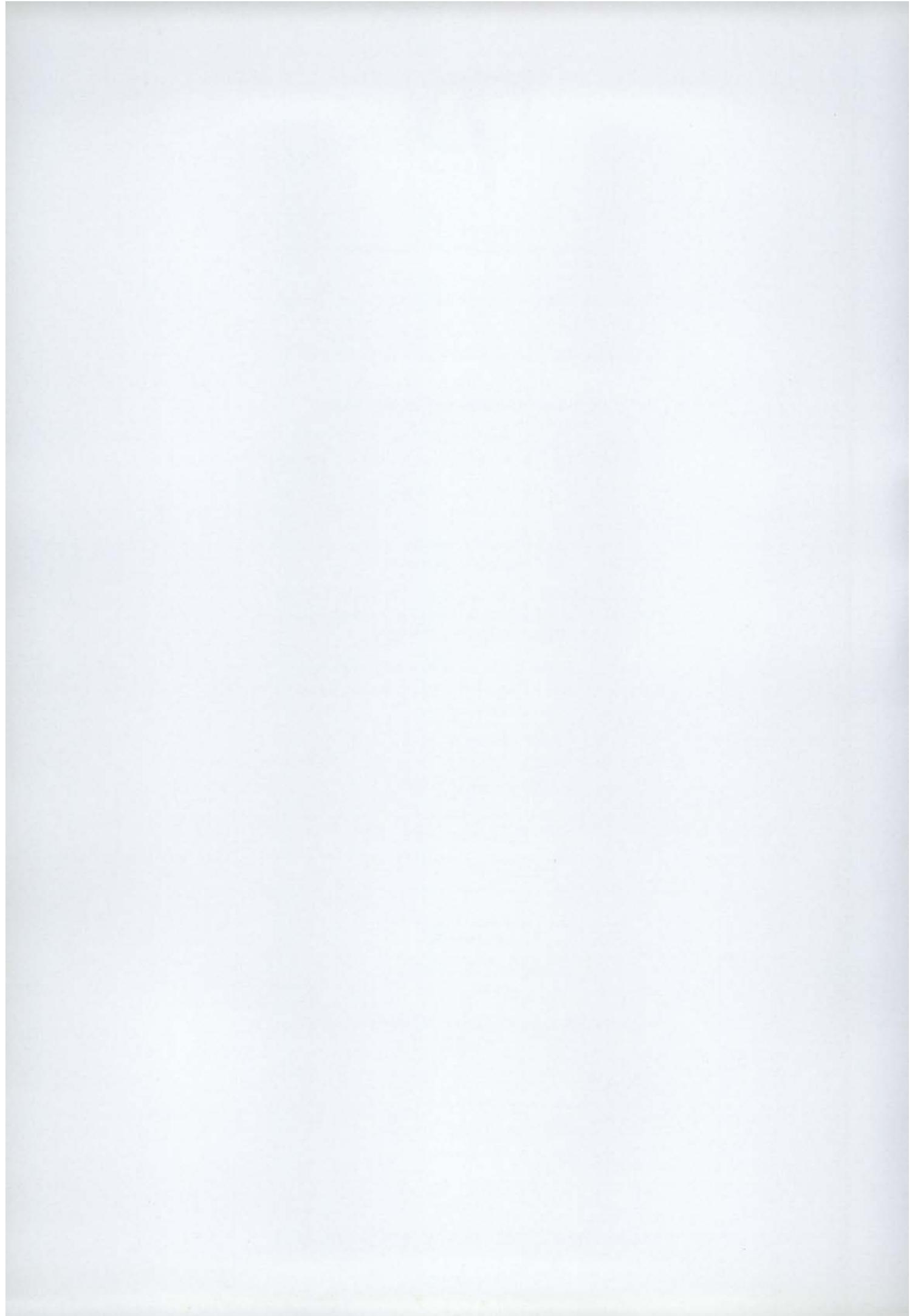
Coordinación Dpto. Comunicación Servicio de Cultura  
Catálogo

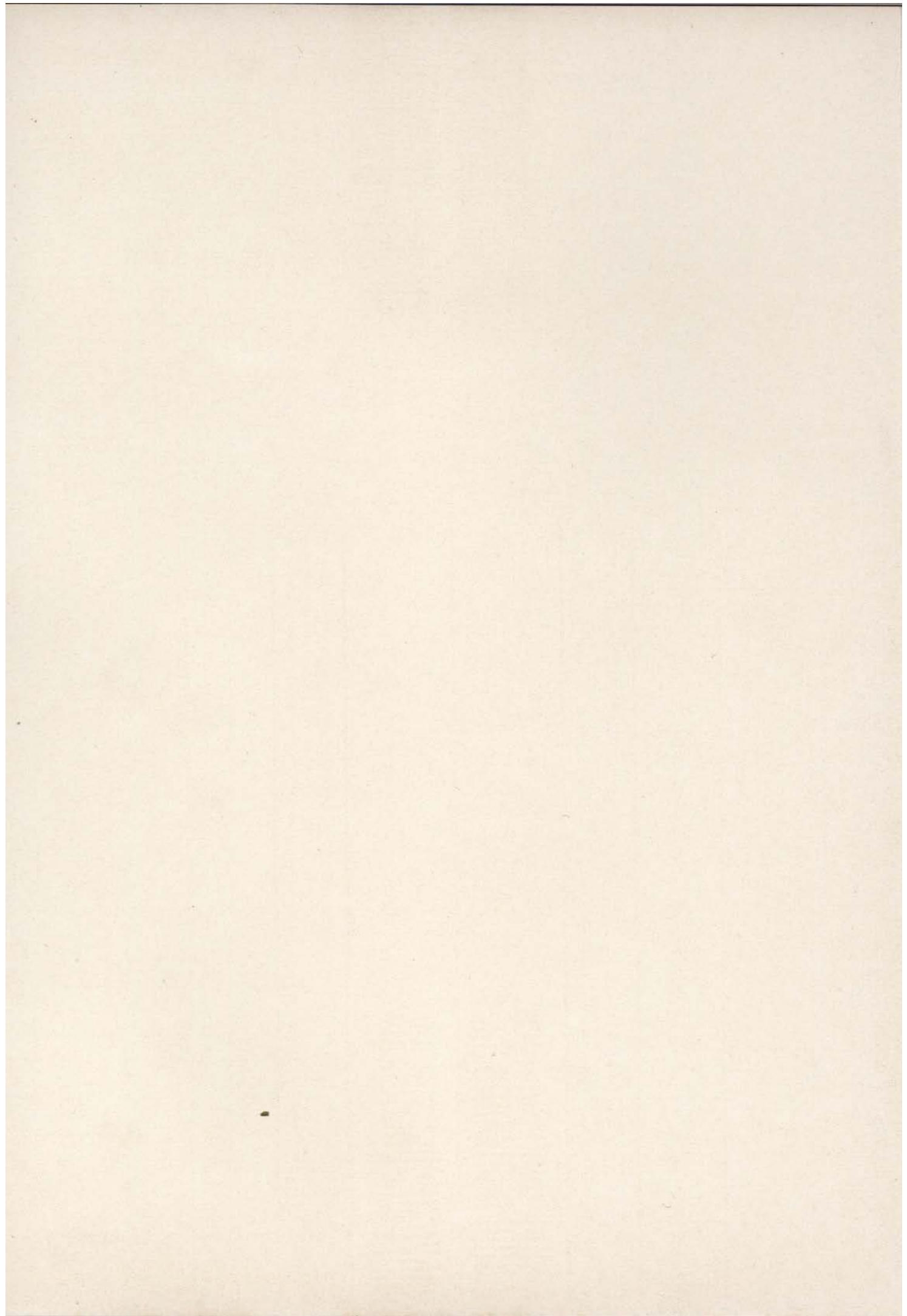
J. Ignacio Gironés  
Proyecto Gráfico

RED. Comunicación Gráfica  
Realización

V.A. Impresores, S.A.  
Impresión

Depósito Legal: G.C.-827-1998 / I.S.B.N.: 84-8103-190-9







Cabildo de  
Gran Canaria  
SERVICIO DE CULTURA