



JUAN MATEOS-GARCIA | ECONOMISTA | Este español, especializado en el diseño de programas de apoyo a las industrias creativas británicas, habló ayer en Etopia de la gestión de datos y los problemas que plantea. Cree que la abundancia de información puede estimular la creatividad

«La intuición y la creatividad nunca serán reemplazadas»

En su ponencia ha hablado de gestión de datos, el gran problema del mundo digital.

En estos momentos hay más de tres millones de personas aportando contenidos a internet, lo que está dando origen a una explosión de datos como nunca se ha vivido antes. Hay cierta 'infocixación', como denunciaba Daniel Innerarity en la conferencia inaugural. Pero también es cierto que se están desarrollando plataformas e innovaciones capaces de gestionar esos datos. La información solo es información si produce impacto, así que los datos en sí mismos no sirven para nada si no se procesan.

Si ese trabajo lo hace un ordenador, se está prescindiendo de algo clave: la creatividad.

Sí, pero aquí hay un cierto equívoco. Lo que nosotros llamamos 'inteligencia artificial' no puede generar nada nuevo. Un ordenador no es creativo. El instinto, la intuición y la creatividad nunca podrán ser reemplazados.

Entonces, ¿el arte se puede be-

neficiar de este océano de datos de la era digital?

Esa es la pregunta que deben hacerse todos los creadores. Una de las cosas que tiene la sociedad digital es que está deslocalizada, y por eso este congreso, que se está celebrando físicamente en Zaragoza, tiene eco en todo el mundo gracias a las redes sociales. Todo puede ser aprovechado por todos. El sector está experimentando para ver qué es lo que funciona hoy.

La industria cultural está manejando hoy más datos que nunca.

No puede hacerlo de otra manera. Sobre este tema yo siempre menciono el ejemplo del canal de televisión británico Channel 4 Four, que en los últimos tiempos ha invertido mucho en generación y análisis de datos. ¿Por qué? Porque hubo un momento en que se dio cuenta de que Google, a través de los vídeos colgados en Youtube, sabía más que ellos mismos sobre los espectadores de la cadena. Y ahí está también el ejemplo de Netflix (una plataforma para



Juan Mateos-García, ayer, en el auditorio de Etopia, donde ofreció una ponencia. MAITE SANTONJA

LA EXPERIENCIA

Nesta. Juan Mateos-García trabaja desde 2008 en las Industrias Creativas y Digitales de Nesta, el Fondo Nacional para la Ciencia, la Tecnología y las Artes en Londres.

ver películas y series vía 'streaming'), que se ha lanzado a generar contenidos con la información que ha recopilado sobre los gustos de sus usuarios.

Si todo el mundo tiene tanta información y maneja los mismos datos, ¿no se corre el riesgo de homogeneizar la oferta?

Creo que no. En cualquier caso, hay que proteger a los ciudadanos de cualquier tipo de monopolio.

Hoy existen más caminos que nunca para lograr audiencias, y la abundancia de datos y de información nunca es mala. El talento siempre saldrá adelante. Ahí está el ejemplo de Hollywood, que en los últimos años se ha inclinado por lo comercial, y los cineastas que no han encontrado hueco allí han encontrado refugio en otros lados.

MARIANO GARCÍA

FRIDA CANO | ARTISTA Y GESTORA CULTURAL | La mexicana es la creadora de Arttextum, proyecto de investigación entre agentes culturales inspirados en América Latina y geolocalizados en todo el mundo: un tejido que se alimenta con un flujo continuado de aportes individuales

«A partir del caos salen muchas veces las mejores ideas»

¿Qué es Arttextum, y cómo se genera una idea así?

Es un estudio de las rutas de transferencia y movimiento de ideas de la generación artística joven, con base en la creación de mapas no geográficos. La idea nació del interés por saber cómo se relacionaban entre sí los artistas visuales latinos o involucrados por lo latino en todo el mundo. Quería conocer los lugares y las personas más relevantes e interesantes de esta nueva generación, y hallar respuestas a partir de testimonios directos de los involucrados.

¿Qué procedimiento siguió usted para hacer de esta idea algo tangible y útil para la comunidad artística?

Preguntar a los artistas dónde encontraban la inspiración, o personas inspiradoras entre sus compañeros y allegados. Fui contactando artistas por correo electrónico y ellos me recomendaban sitios de interés: galerías, centros de expresión... con sus respectivos artistas. Yo buscaba los perfiles de

esos artistas y contactaba con aquellos que me parecían más interesantes y sólidos en el contexto latinoamericano. Así íbamos creando las llamadas ego redes, entrelazando referencias.

¿Cuántas referencias ha evaluado para su integración en Arttextum?

Ha sido un año de contactos, revisiones y selección, que ha terminado en una base de datos de 81 artistas, con gente tan interesante como la guatemalteca Regina José Galindo, y una veintena de puntos estratégicos para el arte contemporáneo latinoamericano en todo el mundo, escogidos de una revisión de más de mil lugares: desde el Museo del Barrio en Nueva York a la montaña Lugar a Dudas en Cali. A partir de estos datos se hacen análisis de las conexiones entre artistas y espacios, para potenciar los intercambios.

¿Fue este proyecto la respuesta a una inquietud personal como artista?

Siempre me interesó el proceso que lleva a una persona a ser ar-



Frida Cano, ayer por la tarde, en el hotel Alfonso I. TONI GALÁN

LA EXPERIENCIA

Arttextum. La esencia, misión y visión de esta red artística generada por Frida Cano (arttextum.net) será expuesta esta tarde en Etopia por su creadora (17.00).

tista tras una formación, la ambición por ser el mejor. Me pareció interesante dar voz a personas que viven este proceso en un contexto social fuerte como el latinoamericano, más que recrearme en los ya famosos o las galerías más conocidas. Estas personas están en disposición de generar paradigmas para un cambio social eficaz. A partir del caos, salen muchas veces las mejores ideas.

Ser mexicana, artista plástica, llamarse Frida y apellidarse algo fonéticamente similar a Kahlo ha debido marcar un poco su vida... Bueno, en el colegio era molesto cada inicio de año escolar, pero conforme han ido pasando los años me lo he ido tomando como una broma artística. Además, la gente se acuerda fácilmente de mi nombre...

PABLO FERRER