

JORNADAS SOBRE PANTALLAS URBANAS Y ESPACIO PÚBLICO

Del 28 al 30 de septiembre de 2009. Medialab-Prado, Madrid

Conclusiones finales, por Tim Edler

Quisiera animar y apoyar cualquier debate que contribuya a abrir la concepción a un nivel en el que se maximice (considerablemente) el potencial y se minimicen (considerablemente) las restricciones ante el riesgo de verse perjudicados por vecinos frustrados.

La situación:

La idoneidad de la situación en general es debatible en cuanto al tamaño y emisión de luz de la instalación y, al final, por el contenido con el que potencialmente uno quiera experimentar (artístico, provocativo, doloroso...). No hay duda de que el lugar donde se encuentra instalada la media-fachada siempre se observará en relación al emplazamiento (incidental) de Medialab-Prado. Hay que tener en cuenta que muchas de las críticas en torno a la situación de los medios de comunicación en espacios públicos vienen de la impresión de que carecen de empatía hacia lo urbano y es una decisión arriesgada alimentar este sentimiento situando una plataforma de ese tamaño en una zona densa y en su mayoría residencial. A menos que uno se limite al desarrollo de la media arquitectura / media art junto con el mandato explícito y exclusivo de desarrollar formatos específicos para esta situación urbana.

Pero yo creo que no queréis hacer esto (a pesar de lo respetable que sea este proyecto), y pienso que no deberíais hacerlo.

Temo que se cuestione la forma en la que se ha abordado el tema partiendo del diseño de la instalación. Dos aspectos deben ser mencionados. Primero, la forma de la media fachada es inapropiada o desafortunada en esta situación. La forma apuntada en el frontón de la instalación es casi como un emblema a la inadaptación general o indiferencia de las instalaciones de los carteles al cubrir un edificio. Eso es un diseño pobre, ésa es mi opinión. Pero me temo que otros caracteres más benevolentes también estarán forzados a llegar a la misma conclusión.

Para cualquiera que dude si interpretar esta instalación como un ojo centelleante construido como crítica a las brutales prácticas de las vallas publicitarias en la arquitectura o bien como una forma sofisticada, existe un aspecto que prueba que el diseño no es el apropiado, preciso, ni concebido para su ubicación.

Me refiero al pequeño reflector simétrico añadido a cada una de las bombillas LED que tristemente los arquitectos han resaltado como una de las características mas importantes del diseño de la instalación. Es simplemente una equivocación. Está garantizado que no hará su trabajo con esta instalación en este lugar. Los reflectores simétricos magnificarán la reflexión horizontal de la luz hacia la pared cerrada del edificio del edificio de H&dM, contribuyendo en nada, o mas bien reduciendo la cantidad de luz que da a la pequeña plaza.

En resumen: Creo que estáis en peligro de apostar por el caballo equivocado.

Creo que se debe cambiar la forma en la que se mira la instalación y la forma en la que la instalación se comunica con artistas, activistas y vecinos si queréis evitar malentendidos y controversias dolorosas (para vosotros) y destructivas (en este caso). La perspectiva es muy importante, a pesar de que la operación actual no es tan diferente. ¡Nunca presentéis la instalación como una media-fachada permanente!

Aquí hay algunas recomendaciones:

1. No es una instalación, sino un kit de herramientas modular.

Cambiad el concepto. Actuad y comunicad que hay un kit de instalación multimedia que puede ser cualquier cosa y estar en cualquier sitio. (->2).

¡Y mirad! Los marcos rígidos simétricos son bastante apropiados para formar instalaciones variables. Equipad los marcos con un andamio común (de fácil ensamble). Pensad en almacenaje y transporte. Cuidad de la redimensionalidad, modularidad del sistema de control (estoy convencido de que UnitedVisualArtists pueden resultar de ayuda en este punto).

2. Que no sea fijo, pero sí en cualquier lado sobre, alrededor y más allá de la ubicación.

Elementos en esa pared, en esa plaza, unidos a edificios, pero también independientes de los edificios, por ejemplo en un andamio creando una forma en vez de una superficie, sobre un camión, enviados en grupos a otros lugares, colocados en otros edificios, etc.

Esto os dará la oportunidad de agruparos con otras iniciativas y proyectos para estar mucho mas presentes en Madrid e incluso para ganar algo de dinero prestándola en algunas ocasiones.

3. Sin permanencia, con un contenido específico temporal y siempre cambiante

Una vez se adopte la idea de la instalación multimedia como kit de herramientas, es natural que cada contenido podría (debería) solicitar un hardware y configuración espacial específica.

Aunque eso sólo cambie la capa física ocasionalmente, otorgará un nivel importante de oportunidades y aspiraciones al proyecto. La demanda de contenidos y formato seguirá en la mente de los artistas, los mantendrá despiertos y en un reto constante. Es como un salvavidas contra la mediocridad y la

vagancia. Además es la mejor estrategia para evitar conflictos en el barrio.

Mas allá de mi gusto personal, recomiendo el que “no sea sólo arte” como cuarto punto, ya que pienso que hoy necesitamos incluir todo tipo de fenotipos de aplicación de soportes arquitectónicos y urbanos de superficies basadas en medios digitales. Esto quiere decir que hay que estar abiertos a experimentar con la publicidad y otras formas de propaganda malignas para permitir (y sí, fomentar) grandes eventos visuales públicos organizados por iniciativa de los residentes.