

## JORNADAS SOBRE PANTALLAS URBANAS Y ESPACIO PÚBLICO

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

**Conclusiones finales**, por Blanca Fernández Quesada, doctora en Bellas Artes

Actividades a las que asistí como moderadora de la mesa redonda Juego e interacción social:

Tarde del 29 de septiembre: presentación del trabajo de los participantes en la misma: Kim Halskov (Director de Digital Urban Living de Dinamarca, [www.digitalurbanliving.dk](http://www.digitalurbanliving.dk) es investigador y sus proyectos se encuentran inscritos en la universidad); y Tim Elder (perteneciente a la empresa Realities: United de Alemania formada junto con su hermano Edler, [realities:united.de](http://realities:united.de), ambos son arquitectos). A continuación, Daniel Canogar, artista, presentó su trabajo *Asalto* realizado en la edición de *Oxigenarte* de este año en el Alcázar de Segovia y Marcos de Medialab también presentó la obra "Entramado" del artista Pablo Valbuena que se hizo en la plaza de acceso a Medialab-Prado. Por último, tuvo lugar un debate con todos los invitados moderada por Nerea Calvillo.

Mañana del miércoles 30 de septiembre: presentación de los proyectos concretos del C4 de Córdoba por Tim Edler, de la ampliación del Ayuntamiento de Alcorcón por Lorenzo Alonso y del Proyecto para la pantalla de Medialab Prado por María Langarita y Javier Navarro; y mesa redonda Juego e interacción social con Kim Halskov, Tim Elder, Daniel Canogar, Marcos, Farhad del proyecto Atopía de Noruega, dos representantes de la empresa que gestiona un Proyecto de Pantalla urbana en Melbourne (Australia), otro arquitecto extranjero y seis personas más del ámbito de Madrid.

### **Presentaciones individuales de los participantes:**

La defensa de la adaptación de la arquitectura a una realidad dinámica porque la ciudad contemporánea es una ciudad visualmente dinámica propiciada por el actual desarrollo tecnológico. La oportunidad que brinda la actual tecnología (en concreto el desarrollo de pantallas LED o de plasma y su gestión por medio de software que, como si fuese un gran monitor de ordenador exterior, permite un lenguaje de carácter cinético cambiante y pone en el centro de los procesos creativos actuales las relaciones entre arte, ciencia y diseño.

La profesionalidad y acabado impoluto de los proyectos tecnológicos produce un entorno visualmente contaminado y en gran parte mercantilizada "spam urbanos". El espacio urbano soporta una gran densidad audiovisual por la proliferación de proyectos de diseño, arquitectónicos y eventos artísticos de pantallas urbanas.

La continua referencia a la integración de imágenes como parte de la realidad: a la construcción de imágenes (se hablaba constantemente del espacio como lienzo, como soporte) nos remite a la CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO. Por tanto, NO es sólo realidad física, de especificidad del lugar, del diseño para elaborar patrones de movimiento dinámicos, sino también es reflexión en torno a su significación. Y la significación conlleva tanto la interpretación del sentido del lugar como su recepción, LA INTENCIÓN (lúdica, de participación, crítica política...) y a otras consideraciones:

El espacio urbano, como espacio social, es una esfera de mediación de subjetividad, experiencia e implicación. Hablar de algo que se desarrolla en el instante, de una experiencia real individual y colectiva, que está constreñido con la permanencia es también una característica de las producciones actuales. Ahora bien, en las propuestas mostradas en la tarde, utilizando los términos “urbe” y “polis” empleados por Manuel Delgado, se defiende la “urbe” pero se trabaja con la “polis”.

Se destila de las actuales propuestas de intervención artística la insuficiencia actual para explicar satisfactoriamente la existencia y, por lo tanto, la búsqueda de una realidad más completa; la situación y constitución del sujeto, su relación con el entorno y la armonía con sus semejantes.

No es novedad el empleo de las fachadas arquitectónicas como soporte artístico (referentes previos son: el arte cinético, las vallas publicitarias, los carteles de tubos de neón...). Desde los 60, la ciudad como herramienta de trabajo ha sido una vertiente destacada en el arte contemporáneo tanto en el ámbito de la experiencia y la percepción como en el de discurso crítico (cortocircuitar nuestra percepción para aportar elementos que faciliten su comprensión: al cuestionar los elementos que hay en ella, reforzar el sentimiento de comunidad, desvelar la información y la memoria que permanece oculta, dar voz a otros discursos al margen del dominante,... en presentar múltiples lecturas del espacio urbano más que representar en él para que el sujeto construya su realidad desde su posición). La referencia a la modificación del rol del arquitecto en equipos de diseño, creación y edición nos lleva a la consideración de los modos de producción, aspecto sin desarrollar en las intervenciones. Se habló del encargo del cliente, se aludió a la experiencia perceptiva, las propiedades de la luz tales como la reflexión y los recursos de color, la contaminación lumínica, el consumo de energía y el mantenimiento de la tecnología tan sólo de si la realización de los proyectos presentados era más cerrada que abierta. En el debate, Daniel Canogar comentó que la tecnología empleada en Asalto surgió de la colaboración con medialab. Según él, habría dos fases, una colaboración abierta en la que se busca la aplicación concreta y una colaboración cerrada “con salario” en el que se pule el trabajo.

### **Mesa redonda Juego e interacción social**

El seminario y las mesas redondas tenían como finalidad reflexionar en torno al proyecto de Medialab-Prado.

En ésta mesa el punto de partida fue ¿cuál debe ser el proyecto para la futura pantalla de mediab para que propicie interacciones sociales?. Esta reflexión llevó a discutir de qué tipos de espacio y qué tipos de receptores/comunidades tendrá la futura pantalla.

Había cierto consenso en reconocer que los proyectos más sencillos, tales como la representación física en la pantalla de los cuerpos de los espectadores o la posibilidad de proyectar SMS que cualquier persona pudiese enviar, fomentan la participación. Ahora bien, ese tipo de propuesta ya se realiza en sitios tales como centros comerciales. También Tim Edler comentó que la participación es algo que se ha desarrollado socialmente a lo largo de la historia y que los espacios de representación, tales como el teatro, han existido en todas las sociedades pero que esa no era la única posibilidad de la futura pantalla.

Por tanto, se trataba de saber qué se podría aportar con este proyecto, ¿cuál sería su valor añadido?, ¿qué podría hacerlo diferente de otros?

En cuanto a su diseño, Edler comentó que había sido una imposición al espacio y que constreñía el proyecto. Para él, el error se encontraba en la propia concepción del mismo porque no era nada versátil y los proyectos no podrían variar la configuración del espacio. Se trataba tan sólo de una pantalla de proyección.

Acto seguido, Marcos, como miembro de Medialab-Prado, ofreció varias aclaraciones en torno a la futura pantalla: su forma definida sobre la medianería del edificio, su ejecución como infraestructura permanente y su presupuesto cerrado además de sus prestaciones definidas: un solo canal. Todos ellos eran elementos inalterables establecidos por el Ayuntamiento. Vista la imposibilidad de modificación física, el debate se orientó hacia la recepción y gestión de la pantalla.

La mesa concretó que, por tanto, era una imposición a los usuarios/ciudadanos y al espacio. También se puso de manifiesto que el vecindario tiene poca o ninguna relación con medialab y que, hoy en día, el ciudadano medio tiene poca relación con la tecnología. También se hizo mención a que el “usuario” no iba a ser sólo el vecino porque la pantalla se encuentra en “la milla del arte” de Madrid y, por tanto, tendrá numerosos visitantes tanto turistas como personas vinculadas con el arte. También se hizo alusión a la contaminación luminosa que iban a tener los vecinos cuyas viviendas dan a la plaza y que puede desencadenar en un rechazo que llegue incluso a dañar la propia pantalla y motivar que se establezcan horarios de proyección. Se mencionó el peligro de ser un soporte para el denominado spam urbano y ser tan sólo otro medio contaminante visualmente para publicidad institucional o privado. Tratando de pensar más allá de la inmediata recepción del vecindario, una intervención comentaba que se crea una interacción entre una o más personas cuando tienen algún interés en común (actividades, identidades,..) o coinciden en un mismo espacio. También se comentó que una comunidad podría ser un grupo de artistas trabajando en un proyecto concreto.

## **Conclusiones:**

En cuanto a la gestión de la pantalla, hubo consenso en considerar el espacio público para la experimentación y, ante el desafío de gestionarla por parte de medialab, instarle a que tenga la mayor amplitud de miras: no estar cerrado a presentar en la pantalla los prototipos que se desarrollan dentro de la programación de talleres de medialab, no ser muy exigente a la hora de controlar cuáles son los proyectos mostrables ni tampoco establecer la necesidad de que los contenidos y actividades a desarrollar siempre se vinculen con la gente local o el público. Como los proyectos pueden ser temporales y por tanto variados, una vez presentado un proyecto, puede decidirse si continuar o no con él. Tampoco estar cerrados a proyectos populistas (se comentó incluso ¿por qué no una proyección de una final de fútbol?) ni a colaboraciones con patrocinadores. Marcos también informó que la gestión de la pantalla seguramente motivará la reestructuración del organigrama de Medialab para elaborar contenidos. En este sentido, varios de los participantes sugirieron que deberían aumentar el presupuesto y, si la institución no puede asumir ese aumento, encontrar financiación fuera de ella. Además también se mencionó que se debe aprovechar las posibilidades que ofrece el comisariado de proyectos en red para desarrollar en varias ciudades/sedes o de forma itinerante.

Por último, se preguntó a toda la mesa qué ejemplos de proyectos internacionales debería estudiarse y el participante de Melbourne comentó un proyecto de Youth Media Facade y otro de Videoarte en Londres.

## **Conclusiones de las actividades a las que he asistido en el seminario Pantallas Urbanas y**

### **Espacio Público:**

¿Habría que consensuar o establecer una terminología previa? Numerosos conceptos empleados como: realidad y a la realidad virtual; características como “reactivador del espacio físico” haciendo referencia a la ruptura de los límites y al dinamismo; discursos compositivos en el espacio o dispositivo de organización social como escaparate cívico (representación), información y comunicación e interacción, deben de esclarecerse para no ser ambiguos en su empleo porque los ejemplos mostrados emplean el espacio como soporte, no analizan los contenidos o buscan un sentido (excepto el trabajo de Daniel Canogar).

Con respecto a los tres campos de acción propuestos en el seminario me surgen varias preguntas:

1. Participación social: ¿promotores de responsabilidad social y participación cívica? Estos calificativos son comunes en el lenguaje empresarial hoy día. Cabría preguntar, con los ejemplos vistos ¿se transforman las relaciones sociales? ¿qué hay que transformar?

2. Visualización de datos como información que crea pensamiento crítico y memoria colectiva se presenta frágil ante la dificultad para diferenciar información y publicidad. ¿Cómo se pudo decir en la intervención de la tarde que la publicidad es algo más aceptable?
  
3. Juego e interacción social. Campo oscilante de percepción: luz, sonido, tacto, olor... las obras generan “auténticas” experiencias para el público cuestionando el propio sentido de lo real: la realidad como una invención en la que nada es lo que parece, se suplanta a la propia realidad. ¿Cuáles podrían ser los proyectos modelo?