

Pensando y haciendo Medialab Prado. Sesión 14 de octubre.

Media(nera)lab como media-infraestructura.

Nerea Calvillo

El trabajo relacionado con la fachada digital de Medialab Prado (MP) a través del proyecto media(nera)lab, del que he sido comisaria independiente hasta hace dos semanas, ha cerrado un ciclo. El presente texto debe entenderse, por lo tanto, como una evaluación construida desde esta gestión independiente y en el contexto de Pensando y Haciendo MP, y no como una opinión institucional sobre la fachada.

En él realizo una breve evaluación de los resultados de este año de trabajo, presento los nuevos intereses de la institución y expongo mi visión sobre el potencial de las fachadas digitales.

Breve evaluación de Media(nera)Lab.

A lo largo de un año se han realizado en el proyecto Media(nera)Lab varias experiencias alrededor de la fachada digital. Con el objetivo de contextualizar temas teóricos, técnicos y de gestión relacionados con las fachadas digitales y su inserción en el espacio urbano se realizó en Septiembre el Seminario de Pantallas Urbanas y Espacio público. Para llevar a cabo la producción de contenidos para la fachada se convocó en diciembre Open Up, un Taller de producción de proyectos cuyo objetivo era experimentar sobre formatos de apertura de los procesos de participación. Finalmente en Septiembre ha tenido lugar el momento más intenso de visualización de proyectos a través del Media Facades Festival 2010 (MFF), festival europeo en el que Medialab ha participado exportando proyectos realizados en Open Up para su proyección en siete ciudades europeas, e importando proyectos de artistas europeos para su proyección en media(nera)Lab.

Para poder evaluar los resultados de este ciclo recordamos los objetivos iniciales de media(nera)Lab:

“Se plantea como objetivo explorar las relaciones entre la fachada digital y el espacio público, experimentar con sus capacidades comunicativas, narrativas y de visualización, e indagar en su potencial para ofrecer formas de participación tanto en la recepción como en las distintas fases de producción de los contenidos.

Se propone Media(nera)Lab como un interfaz, un espacio de laboratorio en el que se testean proyectos, situaciones, interacciones, opiniones y tecnologías por medio del trabajo colaborativo. Dada la ausencia de un contexto disciplinar específico, los proyectos que se pongan en marcha tendrán que explorar los procedimientos de construcción de contenidos y los formatos de comunicación asociados a los condicionantes de su emplazamiento, así como sus sistemas de codificación gráfica; de forma que su contexto cultural, social y técnico se construirá colectivamente y con el tiempo.”

Dado que el medio está todavía en gestación y que no existe un contexto cultural que permita comparar los resultados desde un punto de vista artístico con experiencias previas, y que su comparación con proyectos de vídeo o arte público no estaría siendo fiel a la complejidad que requieren los proyectos producidos específicamente para pantallas, puede que valorar los proyectos desde esta perspectiva no sea en estos momentos lo más productivo, teniendo en cuenta que además éste no es el principal criterio de valoración de proyectos de MP. En cualquier caso, solamente señalar que de los siete proyectos producidos en Open Up, cinco de ellos fueron seleccionados por otras instituciones europeas para ser desarrollados y mostrados en sus programaciones, y varios de ellos tienen una trayectoria refrendada en espacios dedicados al arte, antes y después de su participación en Medianeralab, como las Ayudas a la Movilidad de Matadero, Ayudas a la Creación, etc.

Sin embargo sí creo interesante evaluar los efectos que éstos proyectos y acciones han tenido en su contexto, tanto urbano como profesional, y analizar las formas de participación que han implicado. Desde un punto de vista profesional las actividades realizadas han hecho visible el interés de artistas,

comisarios y público en general sobre este ámbito de trabajo: el Seminario se ha convertido en un referente en el medio, a la convocatoria de Open Up se presentaron 150 equipos y mucha gente ha seguido de distintas formas el Media Facades Festival. Por otro lado, el enfoque de la línea de trabajo ha recibido felicitaciones explícitas de las instituciones participantes del Media Facades Festival y de universidades e institutos de Europa y Corea (Susa Pop, organizadora del MFF 2008 y 2010; Mirjam Struppek, directora de urbanscreens.org; Woori Kim, Kangwon National University of Korea, etc).

Sin embargo podríamos decir que lo más interesante (probablemente por impredecible) ha sido poder observar la reacción de los ciudadanos ante los proyectos, para comprobar el amplio abanico de situaciones que han tenido lugar, situaciones de intercambio entre artistas, ciudadanos y espacios urbano y virtual. Si bien no hay tiempo para describir la participación en cada una de las actividades, podría destacar tres de ellas:

-Fiesta de Inauguración de Ars Electrónica. En esta sesión de VJ acompañando música en directo desde Linz, se juntó un grupo indefinido de personas del entorno MP, del entorno artístico, vecinos, viandantes y seguidores de la electrónica. A pesar de la música en la plaza la pantalla pasó a formar un segundo plano, y cada persona pudo manifestarse, hablar, beber, bailar, amamantar, jugar...simultaneándose en la plaza gracias al contenido de las imágenes y a las acciones que estaban teniendo lugar debates sobre género, derechos laborales, identidad, libertad de expresión, etc. La fachada digital, entendida siempre no solamente como dispositivo tecnológico sino emisor de contenidos, conector con otros lugares (físicos o virtuales), y aglutinador de agentes, construyó temporalmente un espacio público, con una participación desestructurada pero activa, superpuesta y afectiva.

-El juego Lummo Blocks en la Noche en Banco. Todos los visitantes se convirtieron de forma inesperada en jugadores activos y pasivos, donde la fachada digital funcionó como dinamizador colectivo. La participación lúdica y masiva produjo un ambiente de colectividad improvisada, dio a conocer MP a muchos ciudadanos y creó jugadores adeptos (incluidos algunos vecinos), posibles participantes de otras actividades de MP.

-Mesa redonda de Toxic Lesbian entre Madrid y Bruselas. Con poco público en la sala de MP pero gran participación on-line, el encuentro permitió el intercambio de ideas y estrategias entre representantes de colectivos gays y de salud mental de Madrid y Bruselas. La fachada digital se convirtió en una herramienta para un reconocimiento mutuo, que dotó de voz y representación a agentes invisibles, a través de una participación fuertemente implicada y agradecida.

Para terminar conviene recalcar que a través de estas actividades hemos podido conocer las opiniones de los vecinos que viven en las viviendas del perímetro de la plaza, y contra algunos pronósticos están orgullosos de la fachada digital y han afirmado que las proyecciones no alteran su vida doméstica. Por otro lado estas actividades han sido recogidas en prensa por medios generalistas y especializados.

Nueva fase para la fachada digital. Bien público.

Sin embargo a pesar de estos resultados MP ha decidido cambiar de estrategia con respecto a la fachada digital, y apostar por una vía de poca dedicación para dar prioridad a otras líneas de trabajo. El cambio se argumenta desde el recorte presupuestario y las complicaciones de gestión interna que el trabajo con la fachada digital conllevan.

(ver descripción de MP de su nueva estrategia en el documento adjunto)

Para solventar estos impedimentos propongo brevemente las siguientes estrategias:

Autonomía económica. Es cierto que sería deseable contar con un presupuesto independiente para la fachada, pero, ¿llegará algún día? ¿tiene sentido parar el proyecto en su espera? ¿no sería más operativo buscar cierta autonomía económica de la fachada con respecto a los presupuestos oficiales de MP?. Para ello se propone la búsqueda de patrocinadores, alianza con otras instituciones nacionales o internacionales (propuesta por miembros del MFF en la sesión de evaluación de octubre), participación en festivales con financiación propia, solicitud de ayudas europeas, etc, como demuestran las experiencias de MIA Screen Milan o Freewaves Los Angeles.

Gestión diferenciada. Si bien este año ha requerido un sobre esfuerzo desde un punto de vista técnico y de gestión de equipos por tratarse de un medio nuevo, considero que el equipo dispone en este momento de un control y agilidad que facilitará el trabajo de proyectos posteriores. Aun así, podrían encontrarse gestiones diferenciadas para que el equipo vinculado a la fachada tenga las mismas condiciones de trabajo que el resto de MP, como adecuar el trabajo en la fachada a condicionantes climáticos (desarrollo en los meses con menos horas de sol), adecuarlo al programa general de MP (no-coincidencia en el tiempo con otros eventos para no sacrificar el equipo), y sobre todo apoyarlo emocionalmente asumiendo la fachada como parte del Proyecto MP.

Además de estos aspectos administrativos se propone abordar paralelamente:

Autonomía política. La decisión de MP de no presentar uno de los proyectos producidos durante Open Up cuestiona la autonomía política de los participantes. ¿No sería deseable establecer y explicitar los mecanismos para garantizar la libertad de expresión de los proyectos dentro de los marcos legales en los que estén insertos y de las necesidades políticas (previamente transparentadas) de la institución MP? ¿no es necesario hacer explícitos los marcos de acción para que los mecanismos sean verdaderamente colectivos?

Apertura de procesos. Si bien la apertura de los procesos está estructurada y regulada para la producción de proyectos a través de las bases de las convocatorias ¿no sería necesario construir los protocolos que permitan una participación activa y transparente también con la propia institución para que los comisariados u otras formas de colaboración también puedan ser abiertos y tengan ciertas garantías?

Bien común. Con la nueva fase de la pantalla propuesta por MP, ¿no se estará eludiendo la responsabilidad como institución pública de disponer de un bien público y utilizarlo activamente para ese fin, buscando los mecanismos para constituirla como una plataforma de comunicación, representación, intercambio, debate y crítica ciudadanos?. Es decir, ¿no sería necesario seguir explotando su condición de infraestructura pública?.

Todas estas estrategias son parte de los mecanismos que permitirían abordar la multitud de oportunidades para las fachadas digitales, tanto como dispositivos como medio cultural:

Fachadas digitales como infraestructuras públicas. Media(nera)Lab como Media-infraestructura.

Las infraestructuras urbanas han estado tradicionalmente relacionadas con las grandes obras de transportes y energía, desarrolladas por los estados para su uso público. Sin embargo sus procesos de diseño y de gestión han sido controlados por unos pocos y su uso por lo tanto necesariamente normalizado. Pero, ¿qué sucedería si leyéramos la fachada digital como una infraestructura pública y pasara a ser una Media-Infraestructura? ¿Podríamos diseñar sus formatos de uso? ¿Explorar colectivamente sus posibilidades?

Si como Ash Amin nos cuenta en su libro "Ciudades" las infraestructuras urbanas son partícipes en la construcción del subconsciente colectivo y gestionan las relaciones entre desconocidos, ¿podemos pensar que esta Media-Infraestructura tiene el potencial de engrosar el contexto de complejidad y diversidad social, política y cultural de MP?

Un nuevo medio. Media(nera)Lab como laboratorio y referente.

Es bien sabido que las pantallas urbanas y las fachadas digitales están colonizando las ciudades a ritmo exponencial, y que su contenido y gestión está en la mayoría de los casos basado en fines comerciales. Sin embargo ha comenzado a identificarse su potencial como soporte artístico a través de festivales que han colonizado temporalmente las pantallas existentes, generalmente con proyecciones de videoarte más o menos pensadas para su localización específica. Pero, como recalca Erkki Huhtamo en su texto *Messegas on the Wall*, todavía no se ha comprendido el entorno de las mediafachadas como un nuevo medio, para el cual han de encontrarse nuevos formatos de producción de contenidos, gestión y financiación.

MP tiene una situación privilegiada en este contexto, en la medida en la que es la única institución europea o americana que dispone de una fachada digital en propiedad, con libertad absoluta de gestión y a la que no necesita sacarle rendimiento económico. Tiene por lo tanto en sus manos una oportunidad única para contribuir a la construcción de un nuevo medio, para explorar sus posibilidades y funcionar como modelo para otras instituciones o empresas, y ofrecer nuevos usos públicos en los que la pantalla pasa de ser un invasor del espacio público a una herramienta de empoderamiento.

Si bien se ha dado un primer paso, sería una pena no seguir dando los siguientes.