

ARTE

La Bienal de Sevilla se conecta

El público puede participar en la gran mayoría de las obras, tanto físicamente como a través de su teléfono móvil o de Internet

R. BOSCO / S. CALDANA

Democrática, participativa e intuitiva, Youniverse, la tercera edición de la Bienal de Arte Contemporáneo de Sevilla (Biacs), abierta en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC), hasta el 11 de enero, quiere establecer una nueva complicidad entre el gran público y el arte digital.

Su comisario Peter Weibel, director del ZKM del Karlsruhe (Alemania), ha elegido una serie de obras que no sólo requieren la participación directa del espectador, sino que le revelan sus mecanismos ocultos, haciéndole realmente partícipe del proceso.

La selección reúne unas 200 piezas, que utilizan todo tipo de recursos y van desde obras pioneras de los años se-



Water4bits, de Hackitectura.net.

setenta y setenta hasta proyectos concebidos especialmente para el evento. "La idea es que el consumidor se convierta en productor y el visitante pase a formar parte del contenido", indica Weibel, autor también de *Flick-se*, una obra que permite a los visitantes de la Biacs formar parte de la muestra, introduciendo sus propios retratos a través de un fotomatón instalado en la librería del museo.

No siempre se trata de una interacción consciente. A veces el espectador es simplemente utilizado por la pieza, como en el caso de *Helios*, una escultura luminosa, que reacciona a los

datos ambientales y al movimiento del público, creada por la artista alemana Rosalie para la iglesia del Monasterio de la Cartuja, sede del CAAC.

En el refectorio, una de las estancias más antiguas del conjunto monumental, el colectivo alemán RobotLab ha instalado un robot amanuense, que va caligrafiando la Biblia con tinta sobre pergamino, durante toda la bienal. La obra, que al final tendrá más de tres millones de caracteres grabados en 73 libros, se sitúa entre la escritura humana y la impresión mecánica, que sustituyó a los monjes y trastocó el concepto de original y copia.

A pesar de que la *web* de la Biacs no es la que cabría esperar de un evento que aboga por la conectividad total, la gran mayoría de proyectos son accesibles desde sus propios sitios y muchos permiten la participación de los internautas. Es el caso de *Aland*, de Philippe Pockock, una compleja interpretación digital de Al Andalus, que se compone de una versión en Second Life, generada a partir de la conversión algorítmica de textos básicos musulmanes, judíos y cristianos, y una versión contemporánea que acepta colaboraciones en forma de imágenes.

La Caja de Plata

Necesitan fotografías de los internautas también Giselle Beigelman y José Carlos Silvestre que, en el proyecto *Filosofía de la Caja de Plata*, proyectan las imágenes en Internet y en la Biacs, después de manipularlas con un *software* que las transforma en interfaces inmersivas, con forma de objetos tridimensionales en movimiento perpetuo.

Permite la interacción *online* también *Ex-iles* (*Exilios/Ex-Islands*), una instalación de Electronic Shadow, que forma parte de la sección de arquitectura biomórfica, comisariada por Marie-Ange Brayer. *Ex-iles* quiere redefinir el concepto de territorio, mediante un estanque donde el espectador puede nadar virtualmente, dejando tras de sí el rastro de su paso di-

mento de cada lugar, en la pupila de un ojo humano ampliado.

En la instalación de la Bienal, este sistema *online* sirve para visualizar el cielo de 12 sitios del mundo y de sus opuestos, a los dos lados de una gigantesca bola, que cuelga del techo de una habitación sumida en la oscuridad. Cuando el visitante pulsa uno de los 12 lugares en una pantalla de controles, activa dos proyecciones simultáneas a los dos lados de la bola, que —con su sombra— crea una especie de eclipses en las dos representaciones en tiempo real del cielo de la ciudad elegida y de la que se encuentra en la parte opuesta del globo.

SUNPENDULUM: www.sunpendulum.at



Helios, de Rosalie.

bujado en una línea luminosa, parecida a la estructura del ADN, que se mezcla con otras líneas activadas por los internautas desde la *web*. El agua del estanque se convierte así en el cruce de la realidad física y la digital, a través de la noción de sombra electrónica, generada del encuentro entre la luz y el cuerpo del visitante.

La relación entre el espacio físico y el virtual se plasma tam-



Bios, de Robotlab.

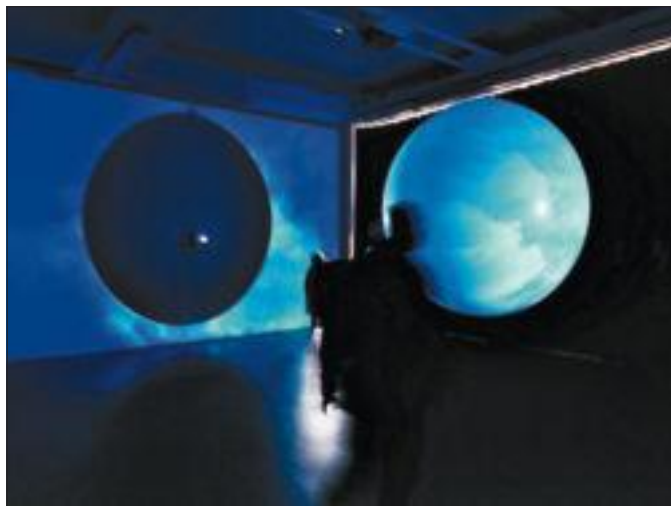
bién en la tecnopolis subterránea de *Water 4 Bits*, un proyecto del colectivo español Hackitectura.net, que pretende ofrecer una segunda oportunidad al Pabellón de Europa, un vestigio de la Expo' 92, en ruina y parcialmente inundado.

Water 4 Bits es una instalación sincronizada y visitable en el espacio físico del pabellón y en el espacio digital de su clon

tridimensional, construido en el mundo sintético de Open Simulator, una versión libre y distribuida de Second Life. En este espacio virtual, que puede ser recorrido por los visitantes, se visualizan los datos ambientales del pabellón, recogidos en tiempo real por medio de sensores, a la vez que se presenta un proyecto para su transformación en un medialab ciudadano experimental.

De la relación entre tecnología y naturaleza surge *Akousmaflora*, un proyecto del colectivo francés Cosmoscene, que utiliza los sensores naturales de los vegetales para crear un pequeño jardín musical e interactivo, donde cada planta emite un sonido concreto, según el tipo de contacto. El aura eléctrica y térmica invisible del público actúa sobre hojas y flores, de modo que éstas generan una melodía si los espectadores las acarician suavemente o percibiendo su calor si pasan muy cerca de ellas.

BIACS: www.fundacionbiacs.com
ROBOTLAB: www.robotlab.de
ALAND: <http://roundearth.zkm.de/aland>
FILOSOFIA...:
www.desvirtual.com/silverbox
ELECTRONIC SHADOW:
www.electronicshadow.com
HACKITECTURA: www.hackitectura.net
COSMOSCENE: www.cosmoscene.com



CircumC, de Kurt Hofstetter.

COMUNICACIÓN

La televisión por Internet en el mundo crece un 64%

CIBERP@ÍS

Es el sino de las nuevas tecnologías: nunca está claro cuál es el caballo ganador. El triunfo del CD sobre el casete ha durado unos 20 años; el del DVD sobre el CD, menos... Y con la televisión se repetirá la historia. Mientras aún no se ha implantado la TDT, la televisión por Internet (IPTV) crece con fuerza en todo el mundo. Este año, el 64% en abonados y el 93% en facturación.

Sólo el 1,1% de los hogares en el mundo están suscritos a la televisión por Internet, pero en cuatro años la penetración de la IPTV llegará al 2,8% y los ingresos se habrán cuatriplicado. Con el incremento de abonados, también van mejorando la oferta y la innovación. Unos 19,6 millones de hogares en todo el mundo a final de año pagarán por acceder a contenidos de televisión por la Red, según los datos de la consultora Gartner. Esa cifra significa un aumento del 64,1% respecto al año anterior y unos ingresos de 4.500 millones de dólares, el 93,5% más que en 2007.

"El mayor cambio desde el pasado año es la aparición de nuevos contenidos para este tipo de televisión y la apuesta de innovación por parte de los ope-



Página de Hulu.

radores de IPTV", explica Elroy Jopling, de Gartner.

Pero al margen de los canales temáticos por Internet, la televisión IP tiene otros soportes como YouTube, Joost, Hulu, por no hablar de redes sociales como MySpace y Facebook. Y sólo es el comienzo.

Otros, viéndolas venir, toman posiciones, como la BBC con su sistema por Internet iPlayer, o la NBC y Fox, colocando sus teleseries en la ventana de Hulu.

Y muchas televisiones ofrecen contenidos propios, como resúmenes de sus informativos, a la carta en su sitio de Internet.

De momento la Europa occidental y Estados Unidos aparecen como las regiones más decididas por la IPTV.

El Viejo Continente es el que tiene más suscriptores (8,2 millones este año y se prevén 18,8 para 2012); mientras que el nuevo es donde se gastan más (2.000 millones de dólares este año y 8.000 millones dentro de cuatro).

Jopling califica la actual situación de la IPTV como del "me too", la solución del "yo también" para el cable y el satélite. "Pero en el futuro, especialmente en los mercados desarrollados, habrá un énfasis en la innovación y en la diferenciación de los servicios de pago de televisión".