

# **QUERER y PODER PROYECTAR en la CIUDAD**

n'UNDO  
2014|2015

## ÍNDICE

Connecting Cities (European Urban Media Network).....	3
Medialab-Prado Madrid.....	3
n'UNDO.....	3
<b>Proyecto.....</b>	<b>4</b>
Propuesta.....	4
Objetivos.....	4
Metodología.....	4
<b>Taller.....</b>	<b>5</b>
Actividades.....	5
<b>Resultados del taller.....</b>	<b>6</b>
Participantes.....	6
Área de Análisis.....	6
El Barrio de Las Letras de Madrid.....	6
La deriva.....	7
Conferencias: Debates, Resultados e Invitados.....	7
Mediación en los procesos de participación ciudadana, Rosa San Miguel.....	8
Sobre derechos de autor, licencias CC y otras obras audiovisuales, Eva Moraga.....	9
Sobre fachadas urbanas y espacio público, Sergio Galán.....	12
<b>Conclusiones.....</b>	<b>13</b>
Proyecto final.....	14
<b>Anexos.....</b>	<b>15</b>
Anexo I: Información estadística - Distrito Centro de Madrid/Barrio de Las Cortes.....	15
Anexo II: Preguntas y respuestas correspondientes a los debates y reflexiones de algunas jornadas del taller.....	15
Anexo III: Anotaciones sobre el Derecho a la Ciudad.....	18
Anexo IV: Normativa - Algunos apuntes para moverse entre normativa y licencias.....	19
Anexo V: Fachada digital de Medialab-Prado. Especificaciones técnicas.....	20
Anexo VI: Bibliografía y Webgrafía.....	23

## Introducción

---

El proyecto arranca al ser seleccionado por Nerea Calvillo y Patricia Larrondo del equipo de Medialab-Prado dentro de la convocatoria abierta de [Ciudad Participativa](#) de [Connecting Cities Network 2014](#) para su producción en la sede de Medialab-Prado.

En ella se planteaban las siguientes preguntas: *¿Cómo podemos abrir las pantallas como escenarios digitales para las intervenciones públicas? ¿Cuál es el impacto de proyectos participativos realizados en el espacio europeo para el desarrollo comunitario de los barrios europeos?*

Se invitaba a presentar proyectos que permitan a los ciudadanos a experimentar nuevas formas de interacción con el entorno urbano para comprender, responder, evaluar y cuestionar las transformaciones que sufre la ciudad.

Los agentes que han intervenido en su desarrollo han sido:

### Connecting Cities (European Urban Media Network)

[Connecting cities](#) es un proyecto europeo coordinado por [Public Art Lab](#) y co-organizado por [Ars Electronica GmbH](#) (Linz), [iMAL](#) (Bruselas), [FACT](#) (Liverpool), [m-cult](#) (Helsinki), Medialab-Prado (Madrid), [Media Architecture Institute](#) (Viena), [Riga 2014](#), (Marsella), [BIS Body Process Arts Association](#) (Estambul) y [The Museum of Contemporary Art](#) (Zagreb). Además a la red se encuentran asociados [MUTEK](#) (Montreal), [Marseille Provence 2013](#) (Marsella) y la [Universidad de Aarhus](#) (Aarhus).

Las fachadas digitales y pantallas urbanas están cambiando el paisaje en el que habitamos, proliferan en las ciudades pero los usos que se le dan a estos dispositivos resultan complejos ya que, por una parte no están conectados, y por otra, la mayor parte de los contenidos que muestran son de carácter comercial. A través de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), estos dispositivos pueden convertirse en membranas entre lo digital y los espacios urbanos, aprovechando la posible conexión entre las pantallas urbanas, las fachadas digitales, los dispositivos móviles y el acceso a internet.

¿Cuál es el potencial de los medios de comunicación urbanos, además de su uso comercial como herramienta publicitaria? ¿Cómo pueden catalizar la comunicación y la conciencia de nuestro entorno y al mismo tiempo, contribuir a crear una sociedad más despierta? ¿Cómo podemos crear un intercambio entre la escena local y los barrios y, a su vez poder dar voz al público? ¿Qué impacto tendrán estas fachadas en nuestras comunidades globales?

*Connecting Cities* pretende abrir estos nuevos medios urbanos como una plataforma de comunicación conectada para la presentación de **contenidos culturales y sociales** y generar un intercambio entre los diferentes escenarios locales.

Desde julio de 2012 y hasta 2016 se busca crear y probar la red a través de eventos, debates, talleres y programas de artistas en torno a los tres temas principales de investigación: [Ciudad red](#) (Networked City), [Ciudad participativa](#) (Participatory City) y [Ciudad visible](#) (Visible City).

### Medialab-Prado Madrid

[Medialab-Prado](#) es un programa del Área de Las Artes, Deportes y Turismo del Ayuntamiento de Madrid. Se concibe como un laboratorio ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales que explora las formas de experimentación y aprendizaje colaborativo que han surgido de las redes digitales.

## **n'UNDO**

[n'UNDO](#) propone una actitud, una manera de hacer re-arquitectura, interviniendo en el territorio y la ciudad desde la Resta y la Renuncia. No se trata del menos es más, sino del nada es más. Se plantea la no construcción como solución ante determinadas propuestas o intervenciones futuras, innecesarias o no pertinentes; la reutilización de las estructuras abandonadas o infrautilizadas; la minimización de elementos existentes de gran impacto y el desmantelamiento de aquellas construcciones o piezas insostenibles, perniciosas, prescindibles o inútiles. Se trata de valorar la ausencia y la preexistencia, por encima de construcción y material. Se trata de reparar, de limpiar, de recuperar paisaje, territorio y ciudad; sus vacíos y sus silencios. Su trabajo se fundamenta en la crítica, el debate y la reflexión, desde donde desarrolla su base teórica, la cual da lugar a diversas prácticas y actuaciones basadas en la participación y lo multidisciplinar. El enfoque n'UNDO se hace extensible a otras áreas vitales, invitando a la reflexión, el debate y la acción.

## **Proyecto**

---

### **Propuesta**

Las ciudades se están equipando con pantallas cuyo fin no siempre responde a las necesidades o deseos de los espectadores/ciudadanos. Además la proyección de contenidos ha de superar una compleja trama de obstáculos cívicos, burocráticos y legislativos, para interactuar con el espacio público de manera abierta y libre.

La propuesta desarrollada en la segunda fase de Connecting Cities / Ciudad Participativa se centra en:

- Conocer qué se quiere proyectar en el espacio público.
- Conocer qué se puede realmente proyectar.
- Aclarar la naturaleza de las limitaciones de los contenidos para ser proyectados en el espacio público.

Esta investigación forma parte de la línea de trabajo que n'UNDO desarrolla sobre el contenido e impacto de las pantallas urbanas en el espacio público.

La investigación se centra en contenidos cinematográficos, aunque las conclusiones pueden extenderse a otros formatos audiovisuales.

El espacio físico se acotará al Barrio de las Letras de Madrid, en el entorno cercano de la pantalla urbana de Medialab-Prado.

### **Objetivos**

El propósito principal de la investigación a través de un proyecto de participación ciudadana, enfocado en la escala del Barrio de las Letras de Madrid, es la reflexión sobre el uso y los contenidos de la pantalla digital de Medialab-Prado Madrid, su repercusión en la calidad de vida y el impacto en el entramado social del barrio.

Se establecen dos objetivos: en primer lugar, desarrollar metodologías que mediante herramientas de carácter participativo, permitan conocer los contenidos que interesan a los potenciales espectadores de las pantallas de la ciudad - de manera específica a los vecinos

y usuarios del entorno de la pantalla de Medialab-Prado; y en segundo lugar, conocer las legislaciones, reglas y condicionantes que determinan que los contenidos puedan ser proyectados de manera libre, abierta y cívica.

## **Metodología**

El proyecto, se plantea de forma abierta y colaborativa. Se compone de dos fases, en la primera, a través de la red de Medialab-Prado Madrid, se ha abierto la participación en el desarrollo de la propuesta a colaboradores externos. De esta forma, ha sido posible abrir el proceso a otras visiones, para acotar y definir colectivamente las hipótesis sobre las que se ha trabajado en la fase de investigación. La segunda parte, se ha concebido como trabajo de campo, donde el proyecto se ha desarrollado a pie de calle en el Barrio de las Letras y en la Red, a través de una campaña en las redes sociales, para testear la respuesta de los vecinos y potenciales usuarios frente a una iniciativa como esta.

Dada la variedad de perfiles de los colaboradores que han dado su disponibilidad en la convocatoria de septiembre 2014, se ha contado con un grupo heterogéneo de competencias y sensibilidades, cosa que ha favorecido el desarrollo del proyecto. Por otro lado, la asistencia discontinúa de algunos asistentes, también debido a los tiempos entre sesiones, ha comportado un trabajo constante de puesta en común entre los participantes, para la generación de un lenguaje compartido que permitiera a todos poder participar aportando su conocimiento.

Los talleres de la primera fase, con carácter teórico-práctico, se ha estructurado a través de charlas introductorias y actividades prácticas en formato “*World Café*” para dinamizar el debate y desarrollo de la definición de la estrategia de “participación” en la que el proyecto se abre al barrio.

La segunda fase, con carácter de investigación “a pie de calle” confirma o refuta las hipótesis delineadas en las conclusiones de los talleres y, a partir de estas, se desarrollará la propuesta de proyección final.

## **Taller**

---

### **Actividades**

Durante las seis sesiones de taller, se han abordado los siguientes temas específicos: derechos de autor, cultura libre, mediación y participación, y la relación/interacción entre el espacio público y las pantallas en general, desde el ámbito urbano y como caso de estudio en el específico de la Urban Screen de Medialab-Prado Madrid y su relación con la Plaza de las Letras.

- Sesión I: presentación e introducción al taller  
debate sobre experiencias previas de proyección en espacios públicos;
- Sesión II: qué es el derecho a la ciudad, al espacio público y cómo actuar en él,  
normativa sobre propiedad intelectual, derechos de autor y cultura libre,  
actividad por grupos para un primer acercamiento al Barrio de Las Letras, a  
sus vecinos.
- Sesión III: Rosa San Miguel introduce el rol del mediador en los procesos de  
participación y salida/deriva en el barrio para entrar en contacto con el  
espacio "físico" del barrio;

- Sesión IV: ponencia de Eva Moraga, sobre derechos de autor y preparación de la salida al barrio para una primera toma de contacto con los vecinos;
- Sesión V: planteamiento de la estrategia para la Parte II de la investigación/proyección;
- Sesión VI: ponencia de Sergio Galán, sobre el uso de las pantallas digitales en el espacio público, indicaciones técnicas sobre la pantalla de Medialab-Prado Madrid y cierre de la primera parte.

### ***Qué proyectar en la fachada de Medialab***

La fachada digital que se instaló en Medialab-Prado Madrid propone una nueva forma de exponer el trabajo ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales, fomentando la experimentación y aprendizaje colaborativo que se desarrolla en el edificio/institución y que favorecen las redes digitales.

Pero desde el primer momento, lo que llama la atención es que, a pesar de su tamaño, su resolución y tecnología aplicada presenta más las características de una media-façade, sin calidad visual pero eficiente para la iluminación y juegos lumínicos.

La fachada digital de Medialab-Prado (MLP) es una pantalla de LED's que utiliza el sistema Philips Color Kinetics iCOLOR FLEX SLX. Está conformada por una serie de paneles rectangulares, que están adosados a la fachada Norte del edificio.

Aunque la fachada digital es bastante grande en tamaño (15m x 10m), su resolución es baja (192 x 157 nodos). Las resoluciones que se asemejan más al ratio de la fachada son 5:4 y 4:3. Para presentar contenido en ella es necesario adaptarlo a su resolución para que tenga las dimensiones indicadas: 192 píxeles de ancho por 157 píxeles de alto, y es necesario tener en cuenta la forma recortada de la parte superior.

Por las características de las cámaras Kinect instaladas se ha programado la fachada para que los objetos en la pantalla se muevan al desplazarse las personas en la plaza.

### ***¿Qué proyectos hay en Medialab, y qué resultados?***

En los cinco años de actividad de la fachada digital de MLP se han ido desarrollando diversos proyectos, con interesantes resultados, entre los que recomendados por Sergio Galán, por su relación con este proyecto, destacamos:

- "City Fireflies", un videojuego en que, a través de la ayuda de la luz de los móviles, consiste en acabar con una amenaza alienígena;
- "Programa la plaza", una plataforma en la que se puede programar "en abierto" y proponer un proyecto para la fachada digital;
- El proyecto "Un barrio feliz" de David Rodríguez en que se simulaba una acción de hakeo de las cámaras de seguridad del vecino Barrio de Lavapiés y se visualizaba en la pantalla lo que pasaba en esas calles, que en realidad estaban siendo grabadas por otras cámaras situadas al lado de las de seguridad;
- "vr/urban reclaim the screen mensajes" donde se lanzaban mensajes a la pantalla para que se pudieran leer;

Como se puede ver, estas propuestas, son videojuegos o proyectos visuales, menos el caso del "Barrio Feliz" en que se ha intentado llevar al cabo un ejercicio de (auto) crítica sobre estas tecnologías que se están apoderando de la ciudad.

El uso de la fachada tiene fines didácticos, pero encuentra como elemento crítico la relación:

- pocos proyectos > poca atención (visibilidad) > poco uso

## Resultados del taller

---

### Participantes

La respuesta de la llamada a colabores ha sido muy buena, con 65 inscritos en el formulario de pero con una presencia de 24 personas que asistieron al primer taller. Como se ha visto en las fichas de presentación del primer día, ninguno de los participantes vivía en el Barrio de Las Letras aunque sí solía frecuentarlo, algunos de ellos eran usuarios de los espacios de Medialab, mientras que otros no conocían su existencia.

La motivación común de los asistentes ha sido satisfacer inquietudes personales y encontrar respuestas o sugerencias para proyectos personales, demostrándose poco proactivos a la hora de arrancar un proceso de participación en el barrio, pero sí muy dinámicos a la hora de abordar la investigación sobre las posibilidades de proyección en el espacio público.

Durante las seis jornadas y a través de los diferentes formatos de trabajo explicados previamente, se elaboró una puesta en común de información, a través de las preguntas recogidas en el Anexo II, que han culminado en el resumen del trabajo que es el vídeo proyectado en la Fachada de MediaLab-Prado en Septiembre de 2015.

### Área de Análisis

#### El Barrio de Las Letras de Madrid

El **barrio de las Letras**, es un área que no corresponde a una entidad administrativa en el distrito Centro. La zona pertenece al Barrio de las Cortes y queda delimitada, hacia el oeste, por la calle de la Cruz y la plaza de Jacinto Benavente; al este, por el paseo del Prado; al norte, por la carrera de san Jerónimo; y, al sur, por la calle de Atocha.

Como se puede ver en los datos estadísticos del Ayuntamiento de Madrid, la población del barrio se compone por el 80% de españoles y un 20% por extranjeros. De estos, el 48% tiene una edad de entre los 20 y 45 años, el 47% de entre los 45 y 99 años.

El barrio de las Cortes y sobretodo el de las Letras, se caracteriza por una gran actividad de ocio nocturno en bares, discotecas y *pubs* del entorno de la calle de las Huertas y de la plaza de Santa Ana, que han ido surgiendo en el curso de los últimos 25 años, un hecho que en 2008 ha llevado el Ayuntamiento de Madrid a declararlo Área de Prioridad Residencial, figura mediante la cual queda restringido el tráfico rodado, salvo para residentes, transporte público, servicios y urgencias, en buena parte de sus calles. Las plazas alrededor de esta zona se configuran como plazas “duras” con la presencia de aparcamientos subterráneos para coches y residentes. Además de la restricción del tráfico, estas transformaciones del sector comercial, y la cercanía a los tres museos más importantes de la ciudad, Museo Nacional de Arte Contemporánea Reina Sofía, Museo del Prado y Museo Thyssen-Bornemisza, constituyen el motivo de la presencia de las numerosas galerías de arte que, de alguna forma, han activado un proceso de gentrificación y rejuvenecimiento del barrio, haciendo cada vez más invisibles a las clases sociales más débiles.

### La deriva

La deriva por el Barrio se realizó a finales de Noviembre de 2014, el día del tercer encuentro, resultando útil para conocerlo (ya que ninguno de los participantes vive en él) y marcar en un mapa todos los espacios públicos que pueden ser puntos estratégicos a la hora de empezar un proceso de participación, para así llegar al mayor número de gente posible, a

través de agentes ya activos en el barrio, cómo comercios, colegios, centros de mayores, etc. Como área de estudio, se acota el Barrio de las Letras al sector entre las calles Atocha, Paseo del Prado y Calle Moratín.

La deriva a pesar de haberse desarrollado entre las últimas horas de la tarde (entre 18.30h y 20.00h), ha ofrecido una visión del barrio poco activa, levantando la sospecha de que las calles más transitadas eran las cercanas calles Huertas (comercios y locales turísticos) y Atocha.

A raíz del debate surgido en la deriva, aparecieron algunas preguntas, que han representado el guión de los encuentros ofreciendo puntos de debate para la definición del proyecto final.

Antes de reflexionar sobre el barrio y sus espacios públicos, se ha reflexionado sobre cómo convocar e involucrar a los vecinos del barrio ya que, como hemos visto, entre los participantes a los talleres no había ningún vecino. Como respuesta han surgido propuestas de creación de actividades, y de difusión a través de los puntos de reunión de vecinos y visitantes, detectados durante la deriva.

Otro aspecto al que se han visto llamados a reflexionar los participantes ha sido el término “barrio” definiendo sus límites no solo a nivel físico sino también emocional y sensorial y en la forma de usar el espacio público, liberándole de su condición de espacio exclusivo de uso, sino también llamados a participar en su diseño y empoderamiento, liberándose de limitaciones externas o impuestas, para transformarlo en un lugar de aprendizaje.

En la plaza se detectan varios problemas: desde la presencia de los coches que aparcan en sus bordes y no permiten una continuidad con los otros espacios del Caixa Fórum, como el problema de la topografía de la plaza cuyo desnivel representa en ocasiones un límite más que un elemento enriquecedor del mismo.

### **Conferencias: Debates, Resultados e Invitados**

En las jornadas en las que tuvieron lugar las conferencias, estas se entendieron como la puerta a un debate/aporte de conocimiento con los que ir complementando, de una manera guiada, el resto de información obtenida en el taller. El enfoque principal consistía en contrastar y verificar muchas de las ideas surgidas a lo largo de las semanas de participación, y su posible aplicación en el elemento resumen del taller y del proyecto, el video *Querer y Poder Proyectar en la Ciudad*.

Las tres charlas tuvieron lugar en días diferentes dentro del tiempo del taller, organizadas en torno a una fase preliminar de ideas y consultas y a un debate posterior que cuestionaba las primeras de acuerdo a los conocimientos obtenidos en las charlas.

#### **Mediación en los procesos de participación ciudadana, Rosa San Miguel.**

Tras las primeras sesiones de los talleres, que han servido de base para generar un lenguaje común y situar a todos los participantes en los temas de la investigación, en el tercer encuentro se ha contado con el apoyo de la arqueóloga Rosa San Miguel, activista del Campo de la Cebada, para introducir la figura del mediador comunitario en los procesos de participación.

El Campo de Cebada, es un espacio público ciudadano en el Barrio de La Latina en Madrid, resultado de la demolición de la piscina comunal en el 2009 para su conversión en centro comercial. Con la llegada de la crisis del sector de la construcción, el solar se transforma en vacío urbano y los vecinos, desde 2011 lo han ocupado, generando un espacio público cuyo valor ha sido reconocido con varios premios de nivel europeo, y que se gestiona de forma asamblearia, manifestación de otra forma de gestión del espacio público desde la misma ciudadanía, que ha conseguido en el tiempo llegar a un acuerdo de cesión temporal con la administración.



Este caso resulta interesante por la gestión de los conflictos, no solo internos al espacio en sí, sino también de cara a la relación con la administración pública. El conflicto, representa un proceso interactivo, resultado de un juego comunitario, depositario de oportunidades que tiene una función social positiva y permite el desarrollo de intercambios.

En este contexto, la mediación está estrechamente relacionada con esta visión positiva del conflicto. Lo entiende como una posibilidad de expresión de la diversidad frente a una determinada situación o demanda social. Una expresión que enriquece tanto a las personas como a la colectividad donde se produce.

Hay que distinguir algunas diferencias principales entre **participación ciudadana** y **mediación comunitaria**. La mediación comunitaria actúa preferentemente cuando ya se ha instaurado el conflicto y, en cambio, los mecanismos de participación se orientan básicamente a promover la activación de los/las ciudadanos/as para que puedan contribuir a evitar los efectos sociales negativos del conflicto.

En caso de conflictos, en la mediación comunitaria como método de resolución, debe:

- Facilitar el reconocimiento mutuo de las partes en conflicto y la legitimidad de todos los intereses y de todas las aportaciones.
- Garantizar y respetar la voluntad de las partes tanto en la aceptación como en la continuidad del proceso.
- Velar por la horizontalidad del proceso de mediación.
- Utilizar los recursos de forma sostenible.
- Asegurar la legitimidad y la competencia de los mediadores.

En un proceso o proyecto participado, se pueden distinguir algunos puntos claves:

- La información inicial necesaria. En un primer contacto entre el mediador y las partes, se explica en qué consiste el proceso y se concreta el acuerdo de participación voluntaria, indispensable para llevarla a cabo.
- El conocimiento de las partes. Una vez las partes aceptan el proceso y las reglas de juego, cada una de ellas expone sus opiniones e ideas en mérito. El objetivo de esta etapa es crear un primer contexto de respeto mutuo y de aceptación de la legitimidad de todas las posiciones.
- La clarificación de los intereses y necesidades. Es en esta etapa donde las partes tienen la ocasión, con la ayuda de un mediador, si hace falta, de negociar y encontrar respuestas conjuntas que permitan llevar adelante el desarrollo del proceso de participación. Conociendo cuáles son los motivos reales que están detrás de un conflicto, y como puede encontrarse una solución consensuada entre todos.
- La creación de la agenda con los puntos clave u objetivos comunes que regirán todo el proceso del proyecto. A partir de la agenda, se empiezan a repartir entre los participantes, las tareas definidas dentro del proyecto.
- El trabajo en red, generando nuevas alianzas y relaciones entre las partes para la consecución de los objetivos.

En un proceso de participación, para su activación y desarrollo, hay que tener en cuenta que se trata de un proceso (auto) crítico de larga duración, no exento de conflictos, y en continuo replanteo y validación por parte de mediadores y participantes. Al momento de plantear un proceso de participación ciudadana por lo tanto hay que tener en cuenta:

- el alcance de la difusión del proyecto;
- el grado de interés mostrado por la ciudadanía en conocer el proyecto;
- la realización de un cierto número de mediaciones, según vayan surgiendo conflictos, manifestación de las negociaciones de las decisiones;
- el impacto sobre la comunidad existente y el grado de involucración de la misma.

## **Sobre derechos de autor, licencias CC y otras obras audiovisuales, Eva Moraga.**

En el cuarto encuentro del taller tuvo lugar la charla de Eva Moraga, con amplia experiencia en el asesoramiento de profesionales y organizaciones culturales del ámbito de la creación y las artes visuales.

En el mismo se han debatido desde un punto jurídico y normativo las implicaciones de una intervención en la calle y en general y en particular, que aspectos legales rigen la proyección de una obra audiovisual, artística u cinematográfica en el espacio público.

En este caso, al momento de definir los objetivos y el alcance final, es importante tener claro algunos factores claves:

- *¿Qué queremos que ocurra en el espacio? ¿Cuáles con los riesgos/imprevistos que pueden surgir? ¿Qué medidas tomar al respecto?* Parar definir una actividad o acción en el espacio público, es necesario tener en cuenta que, además de las actividades que propongamos, podrán desarrollarse otras actividades que no habíamos contemplado, por la iniciativa de los participantes/asistentes, las cuales podrían tener consecuencias legales que no se hayan contemplado al momento de organizar la acción. Por tanto se necesita tener una programación clara de la actividad, de que público puede sentirse llamado a participar, y cuáles podrían ser las medidas a tomar en el caso de imprevistos, para que no se genere un problema.
- *¿Quién es la figura o ente (real) que propone (u subvenciona) el proyecto?* A la hora de hacer propuestas hay que tener claro quién es este organismo, ya que esto condiciona los contenidos de acuerdo a la línea de trabajo que la entidad tenga en ese momento. Dentro el espacio público de Medialab (plaza y fachada) quién está detrás de esto es Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, sociedad anónima de capital municipal, un ente del sector público, por lo que cuando se realicen propuestas habrá que contemplar cuáles son sus intereses, pues es posible que haya contenidos vetados o prohibidos.
- *¿Dónde se encuentra Medialab-Prado?* Ya que el lugar donde se encuentra Medialab está sometido una normativa de ruido, accesibilidad, seguridad y convivencia ciudadana, horarios a respetar, restricciones relativas a limpieza y consumo de alcohol o productos de alimentación en el espacio público, será necesario pedir permisos y cumplir con la relativa normativa técnica y administrativa sobre el derecho de reunión.
- *¿Cuándo?* Según el horario en que se desarrolle la actividad habrá que tener en cuenta algunos factores, como el ruido que haya en la calle, el número de personas que asistan al evento y por lo tanto tener en cuenta de la normativa de ruido en el espacio público, además que de los otros aspectos de accesibilidad (tránsito de coches) y seguridad.
- *¿Cómo?* Hace referencia a la manera en la que entendemos se pueda desarrollar el evento, y qué propuestas o actividades paralelas puede haber. Por ejemplo pueda que haya venta de alimentos o bebidas, ¿cómo actuamos en ese aspecto?
- *¿Cuánto?* Para la proyección de una obra o producción audiovisual en el espacio público, necesitamos saber claramente de qué tipo de obra se trata para poder hablar y negociar con los agentes interesados y así tener una visión clara del coste de la proyección y la remuneración destinada al autor de la obra, según la normativa de derechos de autor.

En el caso de realizaciones audiovisuales, se necesita una visión clara de cuáles pueden ser las agencias de tutela de los derechos de autor, según la obra que se vaya a proyectar. En nuestro caso, en la fachada de Medialab-Prado, se podrían proyectar:

- Películas.
- Grabaciones caseras o fotos de familia.
- Videoarte.

- fotografías artísticas.
- “meras fotografías” (aquellas fotografías que no están hechas por un artista).

Es importante tener clara esta categorización porque la legislación trata de forma muy diferentes uno u otro producto, ya que en cada uno de ellos corresponden una o más personas o colectivos. En el caso de las películas, los “implicados” no son simplemente las productoras sino también los directores, músicos, actores que participan de la película.

A nivel general, según la actual legislación, el autor de una obra artística tiene:

- **Derechos morales** que no son renunciables o transferibles. En este caso, se trata del reconocimiento de la autoría de la obra que no puede ser modificada y dañada por otro, y no contempla compensación económica.
- **Derechos de explotación**, reproducción de la obra a través de copias u fotografías.
- **Derechos de comunicación pública**, para exposiciones en un museo o de retransmisión de una película en televisión, para la difusión pública. Estos derechos son remunerados.
- **Derechos de distribución**, cuando se conceden a otros unos ejemplares de la misma para su difusión, venta, alquiler o préstamo, bajo compensación económica.
- **Derechos de transformación modificación y traducción de la obra** que son transferibles a cambio de una remuneración.

Cada uno de estos derechos se pueden “ceder a cambio de una remuneración” y es aquí donde surge el conflicto o el tema central, que ha justificado la figura de las “gestoras de los derechos de autor” a las que los autores ceden sus derechos económicos para que puedan gestionar sus obras. Porque la concesión y tramitación a muchas personas de estos derechos de forma directa, resultaba complicada. Existen además otros tipos de derechos remunerados que están en manos de las gestoras:

- Derecho de actores directores, gestionados directamente por la gestora.
- Derecho de compensación por copia privada (Canon).

Para estos últimos hay que ponerse en contacto con la entidad de gestión y aunque un autor puede decidir que no sea representado, hay algunos derechos que son tramitados obligatoriamente por las entidades y por esos hay que contactar con ellas en el caso de que se quiera, reproducir, copiar, transcribir, etc. en parte o en su totalidad alguna de las obras que están sujetas a cualquier tipo de derecho de autoría.

Para entender mejor de lo que estamos hablando y cuáles son las personas representadas por las gestoras, se explica el ejemplo de una película comercial:

- por ley los autores de la película son: el director, el realizador, el guionista y el compositor de la música;
- el productor tiene derechos sobre las películas de carácter originarios por la grabación audiovisual y derechos cedidos por los autores para la realización de la misma;
- los actores y bailarines: no tienen derechos de autor pero son definidos “derechos afines” o “conexos” por la grabación de la actuación y vigente sobre su proyección pública y distribución.

Actualmente, y en la práctica, el productor hoy es el titular de todos los derechos (de forma directa u cedida) sobre la película. Una vez acabada se necesita de un distribuidor o varios para que el producto llegue al mercado destinatario. Para eso, el productor cede parte de sus derechos para cinco años en un contrato con la distribuidora que se encarga de esa etapa.

Al momento de pensar en qué película se vaya a proyectar en espacio público, este es otro tema importante que hay que conocer, por lo que es necesario saber si la obra es:

- nacional
- internacional

- de la Comunidad Europea
- externa a la Comunidad Europea
- tiene de 1 a 5 años de antigüedad
- tiene 5 años de antigüedad
- más antigua.

Según el lugar de producción y el tiempo de antigüedad variaran las tarifas sobre ella. Una vez aclarado en qué tipo de película u obra audiovisual estamos pensando, es necesario saber el lugar donde se quiere proyectar y de qué forma y empezar las negociaciones con los productores y gestoras de los derechos, viendo si los productores han cedido o no los derechos sobre las película que nos interesa proyectar. En el caso que la película tenga menos de cinco años, es probable que los derechos estén en manos de la distribuidora y habrá que contactar con ella; si se trata de una película extranjera habrá que contactar con una empresa de representación de los derechos de las productoras extranjeras (como Paramount o Dreamfox para Estados Unidos), y puede que haya que hacer una negociación título a título.

Además de estos elementos, hay otros factores que se necesita saber y tener en cuenta:

- la proyección sea en un espacio público abierto y no cerrado, implica que el número de personas que accedan a la película sea indeterminado, y esto puede comprometer una respuesta positiva de las productoras/distribuidoras;
- las entidades públicas no pueden proyectar gratuitamente películas con menos de un año de antigüedad y para hacerlo se necesita un certificado que declare que esa proyección no compromete los derechos de las otras salas presentes en un radio de influencia cercano;
- el pago a los autores a través de SGAE u otras entidades de gestión.

A partir de este momento hay un cuadro suficientemente claro para ver cuánto hay que pagar para proyectar una película u obra audiovisual en el espacio público.

### ***Las licencias Creative Commons y otros géneros de obras audiovisuales***

Otra opción a las películas comerciales con derechos de autor son las películas editadas con Licencia *Creative Commons*. Este tipo de licencia nos permite un acceso más fácil y directo a la obra audiovisual porque concede un mayor grado de libertad al usuario que puede simplemente visionarla o modificarla, siempre y cuando se reconozca la autoría de la obra al autor, citando que es una obra derivada. Las obras bajo estas licencias resultan muy interesantes por el grado de libertad que dan al artista/promotor pero puede que no resultar interesante para los espectadores (vecinos de MediaLab) por desconocimiento o porque no pertenecen a los circuitos comerciales. En este caso, para que la obra tenga licencia CC y pueda difundirse libremente hay que tener la certeza que todas las imágenes, videos, audio y músicas tengan licencia CC u originales con los derechos cedidos por los autores reales y no sean registrados.

En el caso de las *grabaciones domesticas* hay que diferenciar entre las imágenes artísticas (con carácter de originalidad) y las que la ley define “meras imágenes” porque reflejan simplemente lo que está sucediendo sin añadir una capa de originalidad. Como se puede ver en este caso la diferencia entre artística y “mera” entra en un terreno resbaladizo y ya se han registrado casos recurridos al Tribunal Supremo. Pero la diferencia de trato que la ley da a unas y a otras, está relacionado con el período de protección de los derechos que, en el primer caso es de “la vida del autor, más 70 años” mientras que para las segundas es sólo de 25 años. En este caso habrá que ver quién es el autor de la imagen y si sus familiares están vivos (en el caso de una artística) o si se trata de una mera imagen y si se puede publicar u no porque. En las películas los actores y autores ceden los derechos de imagen pero no es fácil saber si quienes aparecen en las grabaciones han cedido por escrito al autor de la misma los derechos de imagen para su uso público. La ley de hecho, impone el

consentimiento por escrito pero a pesar de esta imposición, el titular de este derecho puede rescindirlo en cualquier momento si se producen daños para el autor de la obra.

Finalmente cabe de citar las *obras huérfanas*. Son aquellas obras para las que se ha hecho todo lo posible para encontrar referencia sobre el autor sin encontrar ninguna información en mérito. En ese caso el uso queda abierto para cualquiera que lo desee.

### **Sobre fachadas urbanas y espacio público, Sergio Galán.**

Las pantallas digitales, o *urban screens*, representan hoy una nueva capa digital de la ciudad que se añade al espacio urbano y que, a través de una mezcla de funciones comerciales y culturales, intenta ofrecer una determinada visión de crecimiento y bienestar. Para muchos agentes, estas interfaces se convierten en “plataformas”, en las que hacer posible la experimentación de nuevas formas de relación entre espacio virtual y urbano, pero uno de los aspectos que todavía se está investigando es, de qué forma estas pantallas se integran con el espacio público y cómo ayudan en la creación e intercambio de cultura e información en la esfera pública, mediante la crítica y la reflexión. A raíz de estas consideraciones hay numerosas investigaciones que intentan abordar la inserción de estas infraestructuras en el paisaje urbano y su contribución, como moderador u medio de comunicación, en la creación de espacio público o de comunidad, superando la mera proyección publicitaria, el marco en el que se han venido desarrollando hasta ahora en su mayoría.

En los últimos años estamos asistiendo en las ciudades a la sustitución de los espacios y carteles publicitarios con pantallas digitales que transmiten a lo largo del día información publicitaria, de un modo altamente efectivo. La gran cantidad de mensajes publicitarios en la sociedad de la comunicación ha conseguido “inmunizar” la sensibilidad de las personas que, frente a estos mensajes hace una “selección natural” de los realmente importantes. Por eso hay cada vez más campañas que intentan captar la atención de las personas ofreciendo “experiencias interactivas” en ocasión del lanzamiento o comercialización de un determinado producto. Si se asocia esta información con el aspecto económico (el coste de la pantalla es en relación con su resolución y no con su tamaño) nos explicamos fácilmente por qué en las ciudades hay una proliferación de pantallas digitales cada vez más grandes e invasivas en las fachadas de edificios contemporáneos o de patrimoniales.

Según el tamaño y uso podemos detectar varias tipologías de pantallas urbanas, y cada una con un rol diferente:

- pantallas para contenidos publicitarios (ej. Las pantallas de plaza de Callao);
- tótem informativos en la ciudad;
- pantallas gigantes (ej. broadcast > BBC Big Screen), prioritariamente para eventos deportivos y/o grandes eventos;
- pantallas para la proyección de proyectos artísticos ( tipo la pantalla de Medialab);
- con fines arquitectónicos (iluminación / mediafaçade o curtain wall) en la que la iluminación es controlable pero no se pueden proyectar contenidos o requieren una alta tecnología para hacerlo.

La BBC Big Screen de Manchester fue la primera pantalla urbana digital dentro de un proyecto piloto que la BBC puso en marcha en mayo de 2003, en los lugares más representativos de las ciudades del Reino Unido. La pantalla actual, en sustitución de la anterior, se instaló en la primavera de 2010 en ocasión de los Juegos Olímpicos. Tras esta se instalaron otras 21 pantallas digitales de 25 metros cuadrados con sistema LED y sonido en otras tantas ciudades. La premisa era que estas pantallas operaran como plataformas

públicas, para la difusión de información local, y ofrecer a cineastas y otros artistas visuales una plataforma en la que mostrar su trabajo.

Ante el “reto” de usar una pantalla urbana, hay que tener en cuenta dos problemas:

- (auto) censura y propiedad crítica porque estamos tratando con infraestructuras (caras) que siempre tienen un dueño y que aunque se permita una programación abierta de los contenidos que se proyectan, existe un control sobre ella para que el propietario pueda recibir una amortiguación económica a través de su uso.
- dificultad del acceso, entendiendo con estos términos una ecuación en la que los componentes de la fachada vista ya no son los ladrillos sino bits (1 ladrillo = 1 bit). Para que un proyecto tenga eficacia y resulte útil, es necesario entender esa nueva ecuación y hackear el código. Si no hay hakeo<sup>1</sup>, la acción queda en parodia porque existe una barrera tecnológica que hay que franquear y no habrá un acceso libre a la programación de la pantalla.

Las pantallas y fachadas digitales en el espacio público de nuestras ciudades ya no son un elemento novedoso, lamentablemente nos hemos acostumbrados a su presencia pero, a pesar de algunos buenos proyectos, todavía no han mostrado su verdadero potencial cultural, social y didáctico. La invasión de pantallas en nuestras ciudades continúa, entonces ¿que se espera después?

Ha habido varias actuaciones con mayor o menor grado de éxito o interés (por contenidos u forma de interacción):

- “Hand from Above. A giant hand that plays with you on the street” de Chris O’Shea (<http://www.chrisoshea.org/hand-from-above>)
- Times Square Billboard by Space150 (<http://vimeo.com/12855619>)
- SelfieSaoPaulo facade video (<http://vimeo.com/98047980>)
- Textales (<http://studiotoer.com/textales/>) de Toer Studio

Como se puede ver, en estas instalaciones en general se busca una relación con la gente, una complicidad, una manera de interactuar, haciendo a la gente participe de la acción o el contenido. Pero siguen siendo instalaciones que se quedan en la mera experiencia de interactuar con una pantalla o de visualización de unas informaciones.

Otro caso es: “Textales” una nueva forma de contar historias a través de la combinación de textil y una tablet o smartphone. En este caso, un conjunto de productos textiles tienen imágenes tejidas en ellos. Las imágenes son reconocidas por una aplicación que muestra las historias o personajes en 3D a partir de un cuento indicado en la parte superior del producto textil.

En este caso, nos preguntamos si estas herramientas pueden tener otros usos, más complejos y útiles en la vida diaria de un barrio, para los vecinos que deben convivir con ellas. ¿Es posible que tengan algún rol o uso social en procesos de participación?

---

<sup>1</sup> El término viene del lenguaje informático y se refiere a la acción de explorar y buscar las limitantes de un código o de una máquina. El término **hacker** tiene diferentes significados. Según el diccionario de los hackers (el “Glosario del Argot [Hacker](#)” o “[Jargon File](#)”, cuyo creador fue [Eric S. Raymond](#)), al uno de ellos es *todo individuo que se dedica a programar de forma entusiasta, o un experto/entusiasta de cualquier tipo*, que considera que poner la información al alcance de todos constituye un extraordinario bien. De acuerdo a Raymond el motivo principal que tienen estas personas para crear software en su tiempo libre, y después distribuirlos de manera gratuita, es el de ser reconocidos por sus iguales. El término hacker nace en la segunda mitad del siglo XX y su origen está ligado con los clubes y laboratorios del [MIT](#).

## Conclusiones

Tras el taller se concluye que hay un elevado interés por realizar un trabajo participativo con el fin de que la fachada sea parte integrante de una red o de una comunidad de vecinos. Esto implica realizar un trabajo continuo de **participación de largo plazo**, lo que supone un coste y unos recursos demasiado elevados para el presupuesto con el que cuenta este proyecto. Por ello los resultados han de extrapolarse de la parte primera del taller, no habiendo podido completarse la segunda, debido a lo comentado anteriormente.

Sin embargo por lo observado a lo largo de su ejecución, el taller ha funcionado como una **ventana abierta a la investigación** y un lugar común donde volcar conocimiento y concentrar las numerosas concurrencias que inciden en la proyección de contenidos culturales y didácticos en el espacio público.

Pensando en la pantalla y buscando la manera de ponerla en valor, como conclusión de los talleres, sería deseable que sus contenidos pudieran adaptarse para que represente un lugar de encuentro para el barrio no solo para los juegos sino también para la proyección de cine, micro-teatro, arte o para que fuera una ventana sobre la cotidianidad del barrio y sus eventos. Sus contenidos deberían ser consensuados con la vecindad o elegidos por la institución pero de forma clara, transparente y según bases acordadas con la comunidad.

En el momento de acordar unas posibles bases para la selección de esos contenidos, el grupo se enfrenta a la problemática de los derechos de autor, censura, aplicación de filtros básicos sobre contenidos violentos y no éticos, intentando diferenciar los términos de "restricción" y "censura", entendiendo el primero como una limitación y el segundo como veto categórico.

Por otra parte las restricciones que impone la pantalla debido a la imposibilidad de realizar proyecciones diurnas o visualizar contenidos con textos escritos, hacen que parte de los posibles deseos de proyección aun consensuados y aprobados, no puedan materializarse.

Se propone **la pantalla como un soporte para el debate público** visualizando las propuestas relativas a temas elegidos colectivamente, sobre los que la gente pudiera opinar por mensaje sms o internet.

## Proyecto final

El día 11 de Septiembre de 2015 se proyecta en la fachada de Medialab Prado un trabajo audiovisual que sintetiza las conclusiones extraídas en los talleres *Querer y Poder proyectar en la Ciudad* que durante el periodo 2014-2015 ha dirigido n'UNDO.

Los impedimentos físicos, técnicos, legales e incluso éticos a los que están sometidas las proyecciones en espacios públicos, constituyen una forma de censura de la que habitualmente escapan las marcas comerciales.

La combinación de la contradicción de todas esas restricciones anteriores unidas a las limitaciones del soporte, han sido la materia prima de una *proyección frustrada* para los vecinos y usuarios de la pantalla.

## Anexos

### Anexo I: Información estadística - Distrito Centro de Madrid/Barrio de Las Cortes.

Población por distrito y barrio				Fecha:	01-02-2015
Distrito / Barrio	CENTRO / CORTES				
	Españoles		Extranjeros		Total
Edad	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
0 -10	226	260	51	45	582
11-20	200	214	45	33	492
21-30	438	442	347	266	1493
31-40	782	854	345	345	2326
41-50	712	832	148	200	1892
51-60	631	683	85	102	1501
61-70	492	471	41	31	1035
71-80	373	253	14	7	647
81-90	299	157	5	1	462
91-100	88	25	1	0	114
<b>Total</b>	<b>4.242</b>	<b>4.192</b>	<b>1.082</b>	<b>1.030</b>	<b>10.546</b>

Fuente: Padrón Municipal de Habitantes (Datos Provisionales)

### Anexo II: Preguntas y respuestas correspondientes a los debates y reflexiones de algunas jornadas del taller.

#### ¿Cómo entiendes Medialab?

- Espacio de creación/investigación poco explotado./ Espacio de cultura contemporánea digital./Espacio de encuentro.../Espacio que difunde y cuestiona vanguardia./Como un espacio.../Espacio con muchas posibilidades./Laboratorio de ideas con proyectos multidisciplinares./Espacio de encuentro para la cultura contemporánea./Lugar abierto /No me he parado nunca a entenderlo./Despilfarro de dinero público/Centro de desarrollo que vincula la cultura con las nuevas tecnologías./No lo entiendo/Como un caos./Espacio donde quiero crear algo en conjunto de manera habitual./Punto de unión./Ente perfecto para el desarrollo de innovación./Plataforma para la generación de conocimiento abierto./Espacio con mucho potencial.

#### ¿Qué opinas de la pantalla de ML?

- He pasado por la plaza y no la he visto funcionando./No la conozco, no tengo opinión./Está escondida./No se ve bien, no tiene definición./Esta desaprovechada./Que es matar moscas a cañonazos./Un despilfarro de dinero público./Que está muy mal empleada./Que tiene un potencial desaprovechado./Es muy grande./Que no es conocida en el barrio ni en la ciudad./Me acabo de enterar de que existe./Un espacio con muchas posibilidades y poco uso./Es un artefacto muy caro./Esta poco aprovechada./Podría ser interesante si tuviera contenido./Que hay que encontrarle por otro sistema./Que es una mierda mega restrictiva./Interesante.

#### ¿Qué entiendes por participación?



- Creación colectiva./Compartir, colaborar, respetar y conocer./Implicación activa en una comunidad./Implicación... en lo que es ... o de todos./Implicación individual en las decisiones de una comunidad./Ser capaz de hacer crítica e intervenir críticamente./Unión y prescindir de autoría./Hacer juntos./Iniciativa./Opiniones tenidas en cuenta./Suma./Tomar parte activa en algún proceso./Involucrarse./Decidir cosas entre varias partes./Liderazgo compartido.

### **¿Con qué frecuencia vienes a la Plaza?**

- Poca frecuencia. De pasada./Nunca./Mucha, Una vez al mes./Ninguna./Poca./Muy baja./Una vez al mes./Dos veces al año./Es la primera vez./Poco, cortas/nunca./Una vez a la semana./Poca./Una vez al mes./Poco./Casi nunca./Una vez por semana./Cada 3 - 6 meses./Nunca./De pasada./Dos veces por semana.

### **¿Qué proyectarías en las pantallas urbanas?**

- Imágenes generadas por sus habitantes./Películas de "Cine de barrio"./Crítica social./Mis obras de arte y las de otros./Proyectos artísticos, cine, tema de implicación social de la ciudadanía./Proyectos de género./Mis obras./Contactos de la gente./Algo muy diferente de lo que se suele proyectar./Películas hechas por vecinos./Temas que les interesen a los vecinos./No debates, si conciertos./Cortometrajes./Contenidos que permiten crecimiento común./Ideas que cuestionasen como ser ciudadano./Cine, danza, arte en general./Lo que quiera la gente: fútbol o porno./Temas de patrones de género.../No futbol, ni publicidad, ni porno./Contenidos de enriquecimiento cultural.

### **¿Cómo interactuaría con los vecinos?**

- A través de las comunidades de propietarios./Haciendo la paella./Casa por casa./Hablando con la gente./Asamblea de barrio./Poniéndoles en conocimiento de sus derechos./Invitando a cerveza./Hablando con ellos en directo./Provocándoles./Yendo a bares de la zona./Hablando con ellos de algo que les interese./A través de acciones urbanas./Llamada telefónica./Con comida, bebida, fiesta.

### **¿Conoces el Barrio de las Letras?**

- Sí, he vivido un año, soy del barrio./Sí, he vivido tres años, lo frecuento./Sí, viví durante un tiempo./Sí, soy vecina./("Sólo un "no")

### **¿Sabes cuánto ha costado la pantalla?**

- 19/11 NO/19/6 Mucho/19/2 dan cifra: 20000, 1000000/

### **¿Qué piensas de la publicidad en el espacio urbano?**

- Invasiva. Debe limitarse./Es un bodrio por los contenidos./Necesaria pero no lo único. Un elemento más./Me gusta pero hay que controlarla un poco./Basura contaminante./Mal que la cuesta... Pero atractivo. Para administrar lo que tenemos . Mal menor./Agresiva, fea, propaganda barata./Intento evitarla./Sin interés./Demasiado agresiva, innecesaria./Una aberración./Intrusiva y justifican medios y dineros por parte de las administraciones públicas./Está bien siempre que tenga detrás un buen concepto y esa inversión repercuta en otro... de proyectos para el Barrio./Ensucia./Aliena./Ya es parte del paisaje./Marea, invade y ¿atormenta?

### **Anexo III: Anotaciones sobre el Derecho a la Ciudad<sup>2</sup>.**

La ciudad, entendida como *civitas*, es a la vez el complejo de actividades humanas de una sociedad local (*cives*) y el escenario físico donde esta acción tiene lugar (*urbs*).

Derecho a la ciudad es: **derecho al hábitat + derecho a la infraestructura + derecho a la dignidad.**

**Habitat International Coalition** [HIC], es una red global de movimientos sociales, organizaciones y personas que, en más de cien países, en el sur y en el norte, luchan por la aplicación del derecho a un lugar donde vivir en paz y dignidad.

El derecho a la ciudad de **Lefebvre** implica reinventar radicalmente las relaciones sociales del capitalismo y la estructura espacial de la ciudad.

Lefebvre construye una propuesta política que parte de la ciudad para reivindicar la posibilidad de que la **gente volviera a ser dueña de la ciudad**. Frente a los efectos causados por el neoliberalismo, como la privatización de los espacios urbanos, el uso mercantil de la ciudad, la predominancia de industrias y espacios mercantiles, se propone una nueva perspectiva política denominada derecho a la ciudad.

El **derecho a la ciudad** es:

- . el derecho a un hábitat que facilite el tejido de las relaciones sociales
- . el derecho a sentirse parte de la ciudad (sentido de cohesión social y construcción colectiva)
- . el derecho a vivir dignamente en la ciudad
- . el derecho a la convivencia
- . el derecho al gobierno de la ciudad
- . el derecho a la igualdad de derechos.

La **Carta Mundial por el Derecho a la Ciudad** basa su propuesta en tres ejes fundamentales:

- . El ejercicio pleno de la **ciudadanía**, es decir el ejercicio de todos los derechos humanos que aseguran el bienestar colectivo de los habitantes y la producción y gestión social del hábitat.
- . La **gestión democrática** de la ciudad, a través de la participación de la sociedad de forma directa y participativa, en el planeamiento y gobierno de las ciudades, fortaleciendo las administraciones públicas a escala local, así como las organizaciones sociales.
- . La **función social de la propiedad** y de la ciudad, donde predomine el bien común sobre el derecho individual de propiedad, lo que implica el uso socialmente justo y ambientalmente sustentable del espacio urbano.

Sennett en una de sus primeras obras ya alertaba contra los efectos perversos del urbanismo funcionalista y reclamaba una ciudad que fuera lugar de encuentros múltiples entre gentes diferentes.

Dos configuraciones urbanas se oponen en particular: el acceso mínimo y el acceso máximo, que serán identificados como la **proximidad y la accesibilidad**. El acceso mínimo pone en contacto el individuo con el **conjunto de los lugares donde necesita ir**: su trabajo, su hospital, su centro de esparcimiento, etc. El acceso máximo pone en contacto el individuo con **el conjunto de los mercados correspondientes a los servicios que necesita**.

---

<sup>2</sup> Estas anotaciones son el resumen de las charlas y la información ofrecida por n'UNDO a los participantes del taller, con el objeto de sentar unas bases comunes sobre las que establecer los debates posteriores para concretar el taller en una propuesta final en formato audiovisual, resumen de lo aprendido y consensuado en las jornadas.

Así, la **proximidad** se preocupa de las **infraestructuras de los servicios** necesarios cuando la **accesibilidad** garantiza la **infraestructura de transporte** hacia esos servicios.

Del concepto de derecho a la ciudad de Lefebvre surgen otros dos derechos principales (Purcell, 2003):

- El **derecho a apropiarse del espacio urbano**, expresado como el **derecho de uso**: el derecho de los habitantes a usar plenamente los espacios urbanos en sus vidas cotidianas.
- El **derecho a la participación**: es el derecho de los habitantes a jugar un papel central en los procesos de toma de decisiones relacionados a la **producción** de un espacio urbano a cualquier escala, ya sea el estado, el capital, o cualquier otro actor que participa en la producción del espacio urbano.

## **Anexo IV: Normativa - Algunos apuntes para moverse entre normativa y licencias<sup>3</sup>**

### **Ley Sinde-Wert**

La Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible (LES) consiste en un conjunto de medidas que pretenden modernizar la economía española principalmente en tres sectores: financiero, empresarial y medioambiental (texto completo)

<http://www.boe.es/boe/dias/2011/03/05/pdfs/BOE-A-2011-4117.pdf>

En su Disposición Final 43a la regulación de las descargas en Internet:

[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/l2-2011.t4.html#df43](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l2-2011.t4.html#df43)

### **Ley Orgánica 15/1999 (LOPD), de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal:**

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1999-23750>

### **Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen:**

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-11196&tn=1&vd=&p=20100623&acc=Elegir>

**Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>

### **Propiedad intelectual**

Primer acercamiento [http://es.wikipedia.org/wiki/Propiedad\\_intelectual](http://es.wikipedia.org/wiki/Propiedad_intelectual)

Portal del MECD: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual.html>

### **Propiedad Industrial**

Oficina de Patentes y marcas: [http://www.oepm.es/es/propiedad\\_industrial/](http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/)

DERECHOS DE AUTOR: <http://www.wipo.int/copyright/es/>

### **Entidades (sin ánimo de lucro) para la defensa de los derechos de autor:**

SGAE (misión) <http://www.sgae.es/acerca-de/nuestra-mision/>

CEDRO (misión) <http://www.cedro.org/nosotros/propiedad-intelectual>

AGEDI (misión) <http://www.agedi.es/>

AIE <http://www.aie.es/>

AIUGE (¿qué es?) [http://www.aisge.es/ficha.php?menu\\_id=2&jera\\_id=180](http://www.aisge.es/ficha.php?menu_id=2&jera_id=180)

Egeda (funciones) [http://www.egeda.es/EGE\\_Funciones.asp](http://www.egeda.es/EGE_Funciones.asp)

---

<sup>3</sup> Ídem 2

Vegap (entidad) <http://www.vegap.es/que-es-vegap/definicion-entidad>  
DAMA (acerca de) <http://www.damautor.es/dama.html>

### Cultura libre/ open source

Free Software Foundation <http://www.fsf.org/>

Free Software Foundation Europe <https://fsfe.org/index.es.html>

### ¿Qué es el Software Libre?

GNU/Linux <https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>

¿qué es el Copyleft? <https://www.gnu.org/copyleft/copyleft.es.html>

Free Software vs. Open Source: <http://tuxfiles.wordpress.com/free-software-vs-open-source/>

**Creative Commons España** <http://es.creativecommons.org/blog/cc-es/>

Preguntas frecuentes <http://es.creativecommons.org/blog/pmf/>

Tipo de Licencias <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

Blog ¡Copiad Malditos! <http://copiadmalditos.blogspot.com.es/p/el-documental.html>

Entrevistas completas <http://copiadmalditos.blogspot.com.es/p/videos-entrevistas.html>

## Anexo V: Fachada digital de Medialab-Prado. Especificaciones técnicas.

La fachada digital de Medialab-Prado es una pantalla de LED's que utiliza el sistema *Philips Color Kinetics iCOLOR FLEX SLX*. Está conformada por una serie de paneles rectangulares, que están adosados a la fachada Norte del edificio.

Hay un total de 94 paneles, dispuestos de la siguiente manera:

- Un borde superior escalonado compuesto por 14 paneles tipo B, de 0.9m x 1.2m.
- Cada panel tipo B tiene 4 tiras de 48 nodos c/u.
- Un rectángulo inferior compuesto por 80 paneles tipo A, de 0.9m x 1.87m.
- Cada panel tipo A tiene 6 tiras de 50 nodos c/u.

### Dimensiones de la fachada digital, rectángulo inferior:

Ancho: 14,5 m

Alto: 9,4 m

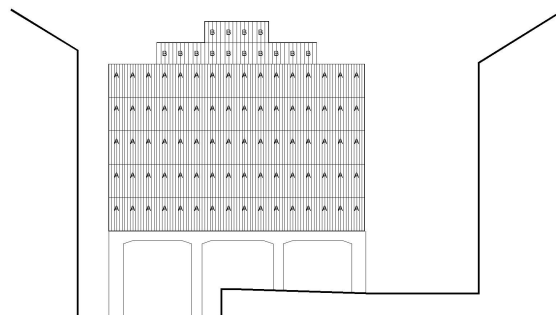
### Resolución:

Resolución horizontal: 192 líneas

Resolución vertical mínima: 125 líneas

Resolución vertical máxima: 157 líneas

Resolución: 192x157



distribución de paneles en fachada

### Nodos/Píxeles/Luminancia:

Número de nodos (rectángulo inferior): 24.000

Número de nodos totales: 26.680

Cada nodo está compuesto por 7 leds; 2 rojos, 3 verdes y 2 azules

El sistema iCOLOR FLEX SLX tiene capacidad para 64mil millones (36 bit) de colores RGB aditivos, de intensidad continuamente variable.

Luminancia calibrada: 114 Cd/m<sup>2</sup>

### Tipo de entrada de datos:

DVI de 1024x768@60Hz

### Distancias de visionado:

Distancia entre pixeles: 75 mm

Mínima: 7 m



Óptima: 30 m  
Máxima: 250 m  
Ángulo de visión: 115º



### Fachada digital información técnica

Información técnica de la fachada digital de Medialab-Prado en la Plaza de las Letras de Madrid.

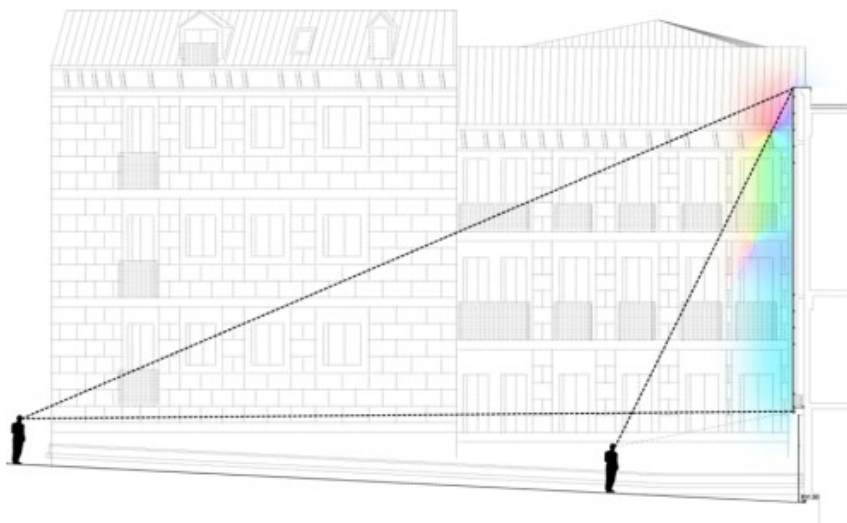


Imagen: Led Action Screen. María Langarita y Víctor Navarro.

### Información general:

La fachada digital de Medialab-Prado ha sido diseñada por [Langarita-Navarro arquitectos](#) como parte del [proyecto de rehabilitación de la antigua Serrería Belga](#).

Adosada a la cara norte del edificio de la Serrería, tiene unas dimensiones de 14,5 metros de ancho por 9,4 metros de alto. La fachada está ubicada en la Plaza de las Letras, un espacio dividido en dos niveles. Las dimensiones de la plaza, incluyendo ambos niveles, son de 25 metros de ancho por 30 metros de largo.

### Horarios de uso

Las características técnicas de la fachada permiten una visibilidad óptima en horario nocturno.

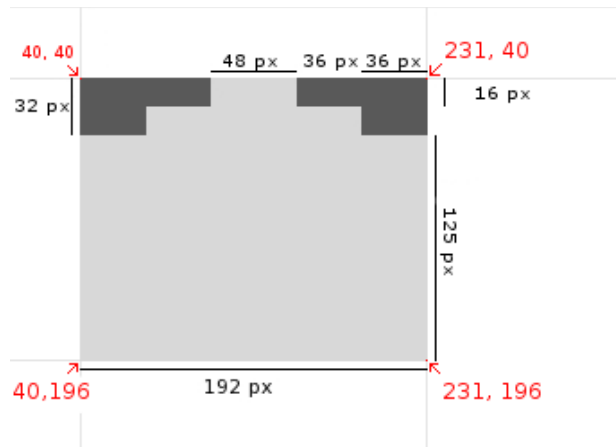
### Resolución

Aunque la fachada digital es bastante grande en tamaño (15m x 10m), su resolución es baja (192 x 157 nodos).

Para presentar contenido en ella es necesario adaptarlo a su resolución. El contenido debe tener las dimensiones indicadas: 192 píxeles de ancho por 157 píxeles de alto, y debe tener en cuenta la forma recortada de la parte superior.

Es importante tener en cuenta que un pixel del monitor del ordenador equivaldrá a un pixel/nodo en la fachada digital.

Si las imágenes o vídeo no se ajustan al tamaño requerido deberán ser transformados con su consecuente deformación y pérdida de calidad.  
Las resoluciones que se asemejan más al ratio de la fachada son 5:4 y 4:3, aunque se recomienda trabajar con el tamaño específico de 192x157.



### Formatos admitidos

Los formatos recomendados son [AVI](#) para vídeo y [PNG](#) para imágenes.  
Las imágenes y clips de video pasarán a ejecutarse a través de una aplicación específica para esta fachada.

### Interacción

Sobre la fachada digital se ha instalado un sistema de cámaras CCTV color de recogida de imágenes en tiempo real. De esta manera se facilita la realización de proyectos interactivos basados en el reconocimiento de la imagen y el movimiento.



Se sugieren los siguientes programas para el trabajo con estas cámaras: [Open CV](#), [Processing](#), [OpenFrameworks](#).

## Sonido

La fachada no cuenta con sistema de sonido.

## Anexo VI: Bibliografía y Webgrafía.

### Gentrificación en el Barrio de Las Letras

- Eva García Pérez, *Gentrificación en Madrid: de la burbuja a la crisis*, Revista de Geografía Norte Grande, 58: 71-91 (2014) [http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2014/09/2014CC\\_GARCIA\\_NG.pdf](http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2014/09/2014CC_GARCIA_NG.pdf)
- Ramón López de Lucio/Club Debates Urbanos, *Luces y sombras de la "gentrificación": a propósito de un paseo por Triball*, <http://www.todoporlapraxis.es/?p=1605>
- Óscar Anaya Peláez, "¿Y el barrio de las letras?", Cartas al Director, El País (Archivo), 15 de junio de 2003 [http://elpais.com/diario/2003/06/15/madrid/1055676263\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/06/15/madrid/1055676263_850215.html)

### Espacio Público y Acciones Urbanas

- Ayto. de Madrid, Área de Gobierno de Familia, Servicios Sociales y Participación Ciudadana, borrador del "Proyecto de Ordenanza de Convivencia Ciudadana en el Espacio Público" - Octubre 2013 - <http://s.libertaddigital.com/doc/borrador-de-la-ordenanza-municipal-del-ayuntamiento-de-madrid-41913031.pdf>
- Arquitecturas Colectivas, "Guías prácticas para la activación de espacios" por straddle3 <http://arquitecturascolectivas.net/%5Bogalias%5D/guia-para-la-activacion-del-espacio-publico>

### Mediación

- Diputació Barcelona, Los servicios de mediación comunitaria. Propuestas de actuación <http://www1.diba.cat/uliep/pdf/32070.pdf>

### Sobre derechos de autor, de imagen y legislación sobre cultura audiovisual en general

- Charla con Eva Moraga en Medialab-Prado Madrid <http://medialab-prado.es/article/charlaconevamoraga>
- Javier de la Cueva, Propiedad intelectual en la era digital, Medialab-Prado Madrid <http://medialab-prado.es/article/propiedadintelectualenlaeradigital2>
- ¡Copiad, Malditos! (Documental) <http://www.rtve.es/television/documentales/copiad-malditos/>
- ¡Copiad, Malditos! El derecho de autor en la era digital (Blog) <http://copiadmalditos.blogspot.com.es/>

### Pantallas Digitales Urbanas (Urban Screen)

- Christian Saucedo, "Pantallas urbanas. La fachada mediática: De lo general a lo particular" <https://nait5.wordpress.com/2008/06/08/pantallas-urbanas-la-fachada-mediatica-de-lo-general-a-lo-particular/>
- Mirjam Struppek, "The social potential of Urban Screens" <http://www.paulos.net/teaching/2009/AE/readings/protected/urbanscreens.pdf>
- Urban Screens. The Potencial of Screens for Urban Society <http://www.urbanscreens.org/>

### Proyectos en la Fachada Digital Medialab-Prado Madrid

- Medialab-Prado Madrid, fachada digital e histórico de proyectos [http://medialab-prado.es/fachada\\_digital](http://medialab-prado.es/fachada_digital)
- AA.VV., "Thesis Mediafacade Medialab Prado. An overview of my research on the relationship between the Media Façade at Medialab-Prado and its neighbourhood". <https://mediafacade.wordpress.com/>