

FESTIVAL REALIDAD VIRTUAL

¿QUÉ HICISTE EN EL ÚLTIMO SÓNAR?

VANESSA GRAELL BARCELONA

Lo que pasa en el Sónar, ¿se queda en el Sónar? Aunque *a priori* el festival se perfila como el escenario para una película del tipo *Resacón en Las Vegas*, en él también se debaten cuestiones más profundas sobre los límites de la libertad, el control sobre la persona y el poder de la tecnología: todo lo que preconizó George Orwell en su visionario *1984*. Los científicos del Barcelona Supercomputing Center (BSC) están realizando en pleno festival un experimento colectivo de *big data* que a primera vista parece un juego: con unos sensores colocados en diferentes espacios registran los movimientos de los usuarios en directo (qué concierto van a ver, cuánto rato están, si salen a fumar, etc.) y se puede trazar un

patrón visual de su estancia en el festival. Pero el experimento también da miedo, por eso toma el nombre de una película de terror: *Sabemos lo que hiciste en el último Sónar*.

«Nos hemos inspirado en las temáticas de la privacidad física. Muchas empresas nos persiguen físicamente y la gente ni siquiera es consciente de ello... Por ejemplo: hay algunas cadenas de supermercados que, con tu tarjeta de fidelización y el móvil, pueden saber todos tus movimientos y tu comportamiento dentro del super, si te quedas mirando la sección de vinos durante 15 minutos después te mandan un descuento o una publicidad de ese mismo producto...», explica Fernando Cucchiatti, físico del BSC que trabaja en la visualización de datos



La realidad virtual es la gran protagonista de Sónar+D. EL MUNDO

y que gracias a esta aplicación puede realizar una abstracción del mapa del Sónar, con el patrón de comportamiento del público. «Con la privacidad de datos *online* estamos más familiarizados, pero no con la física... Es una intromisión en nuestra libertad que no está regulada legalmente. Sólo con llevar activado el *bluetooth* o el *wifi* el móvil se puede seguir con sensores. También hay tele-

visores que registran tu cara, saben si eres un adulto o un niño y en función de eso cambian la publicidad que emiten...», alerta Cucchiatti.

Su prototipo es uno de los muchos que se presentan en el Market Lab de Sónar +D, la sección tecnológica del festival, que mezcla congreso, conferencias, maratón de *hackers* (la célebre *hackathon*) y la exhibición del úl-

timo grito en innovación. Este año se lleva la realidad virtual. Y en la sección Realities+D se formaron colas para probar las gafas y los cascos que trasladan al usuario a auténticos paraísos artificiales. Un artificio cibernético sobre el que ya escribió Bruce Sterling hace 30 años. Adalid del movimiento *ciberpunk*, Sterling fue ayer uno de los protagonistas del Sónar+D con su conferencia teórica sobre la imbricación de la tecnología con el ser humano y los nuevos cosmos creativos.

Unos cosmos creativos que se expanden con la realidad aumentada del estudio norteamericano VRSE, creado por Aaron Koblin (uno de los *cracks* internacionales de la visualización de datos, que trabaja para el Data Arts Team de Google) y Chris Milk (director de videoclips de Kanye West, U2 o Arcade Fire). Las piezas de VRSE también pueden verse (y experimentarse) en Sónar+D, desde donde ya advierten que la realidad virtual se introducirá en el mercado de consumo en 2016.