

A photograph of a sculpture made of blue-painted steel reinforcement bars (rebar) arranged in a complex, intersecting geometric pattern on a light-colored stone floor. The rebar has a ribbed texture. The sculpture forms a series of overlapping triangles and quadrilaterals, creating a dynamic visual structure.

Activación Urbana

en los bajos de la Torre de Madrid

Calle Princesa con Plaza España. Madrid
Zuloark

2014

Está contemplando uno de los edificios más emblemáticos de Madrid, su silueta es testigo privilegiada de la historia reciente de nuestra ciudad, de su sociedad y de sus cambios. Hoy, Torre de Madrid sigue evolucionando de forma activa en un proceso continuo.

Durante las obras de rehabilitación de la torre, que incluyen el acondicionamiento de sus bajos comerciales, empieza un proyecto que convierte sus diferentes estados en fases activas. La obra como espacio vivo para la ciudad. Estableciendo mediante diferentes acciones un diálogo entre la torre y los viandantes.

Usando materiales que podrían encontrarse en cualquier obra, se diseñan instalaciones que transparentan información acerca del edificio o que interactúan directamente con los ciudadanos. Buscamos transformar locales aparentemente sin uso en nuevos programas urbanos, convirtiendo los estados inactivos en nuevas situaciones urbanas que contribuyan con otras formas de vivir la ciudad.

FASE 1

ESCAPARATES DE INFORMACIÓN

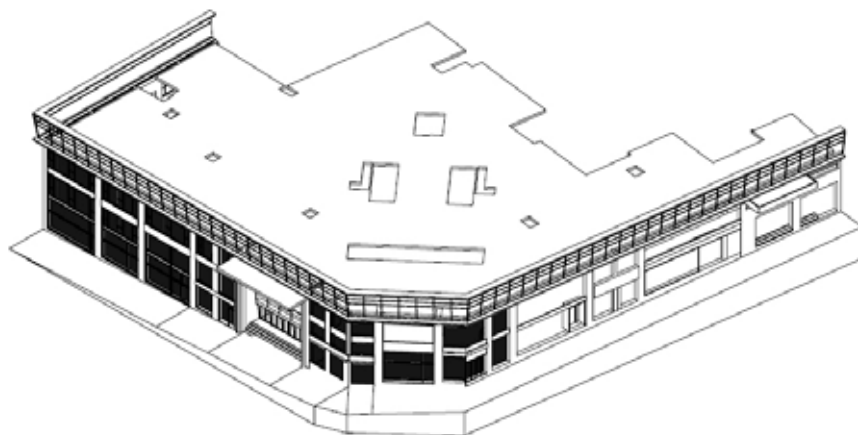
La primera parte del proyecto busca despertar un recurso dormido y para ello queremos que la propia Torre de Madrid pueda comunicarse a sí misma. Pueda darse a conocer mejor, transparentando hacia la ciudad mensajes que hablen sobre sus características y su historia. La propia torre es usada como soporte para transmitir mensajes a la ciudad. Son datos sobre ella misma, sobre su historia, que se escriben con letras gigantes sobre los vidrios de sus bajos comerciales, el receptor es el ciudadano, que comprueba que algo está pasando de nuevo en Torre de Madrid después de tiempo clausurada.

La técnica es sencilla y aprende directamente de las mecánicas utilizadas en las reformas habituales de bajos comerciales. Se pinta el interior de los vidrios con yeso blanco y se retroilumina con focos. Los distintos mensajes se escriben rascando ese yeso de los vidrios. La imagen de la instalación de día y sobre todo en la noche, es escenográfica y se entiende como un conjunto; la enorme fachada se convierte en un faro de informaciones.

Cuanto más se “pinta el vidrio” con estas informaciones, en realidad, más transparente se vuelve el edificio.

¿Cuánto mide la torre de Madrid? ¿Cuántas plantas tiene? ¿Cuándo empezó su obra? ¿Quiénes han vivido dentro de sus muros o cuántas ventanas esculpen su fachada?

La Torre de Madrid, uno de los edificios más emblemáticos de la capital, guarda muchísima información valiosa en su estructura de hormigón, en sus diferentes pisos y en su fachada. Una información que no suele transmitirse, pero que a la gente le gusta conocer. A partir de esta fase, los grandes ventanales de los bajos de la torre que dan a la Plaza de España, son un soporte de comunicación para transmitir datos como estos, generando una imagen sugerente de activación utilizando diferentes tipografías.









Otras muchas historias se esconden en la Torre de Madrid. Anécdotas que han contribuido a mitificar la torre, a llenar de vida sus muros y a acompañar a la ciudad durante toda su existencia. Para los escaparates de los bajos que dan al chaflán y a la calle Princesa, hemos optado por transmitir este otro tipo de información con otros formatos. Utilizamos tipografías "handmade" que acerquen estas vivencias de la torre a los peatones que se paren a leerlas y así transformar visualmente la base de la Torre, siempre con la misma técnica.

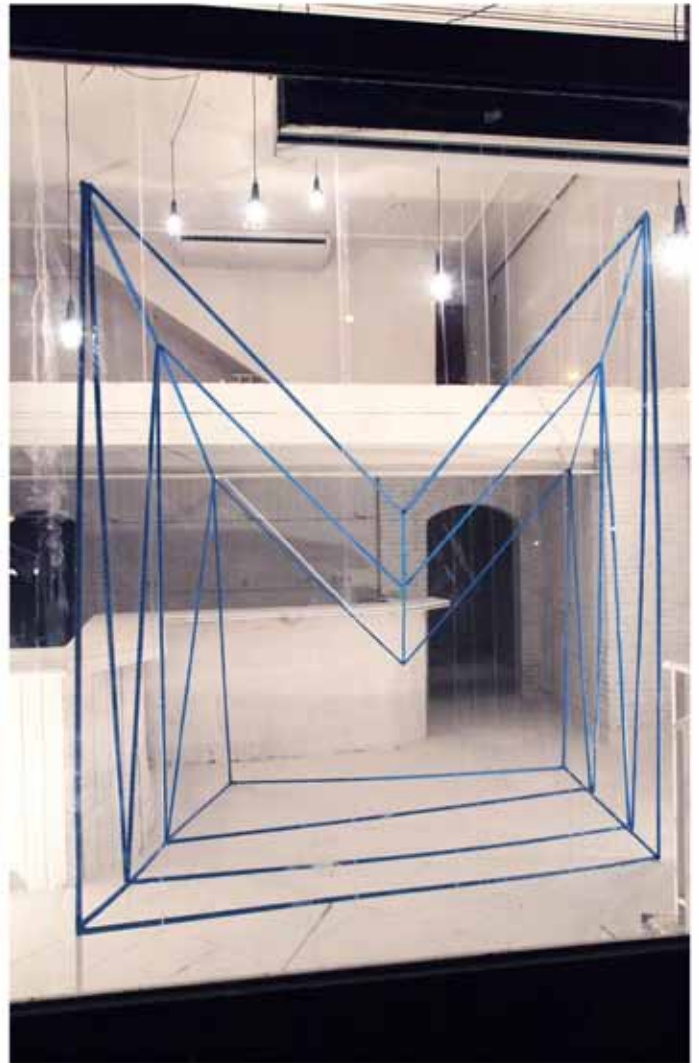
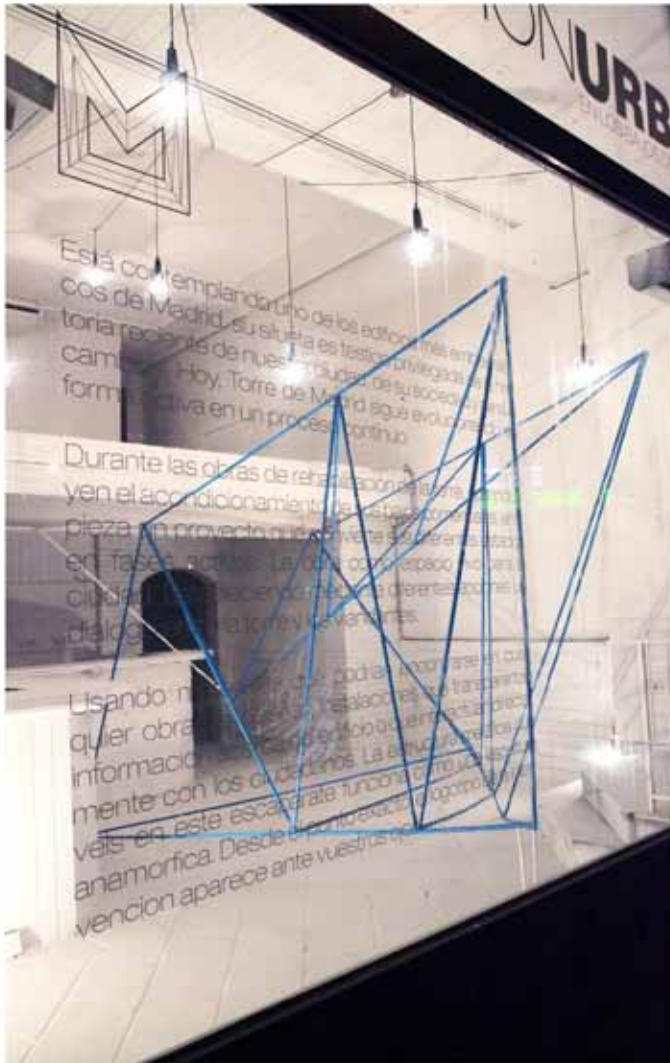


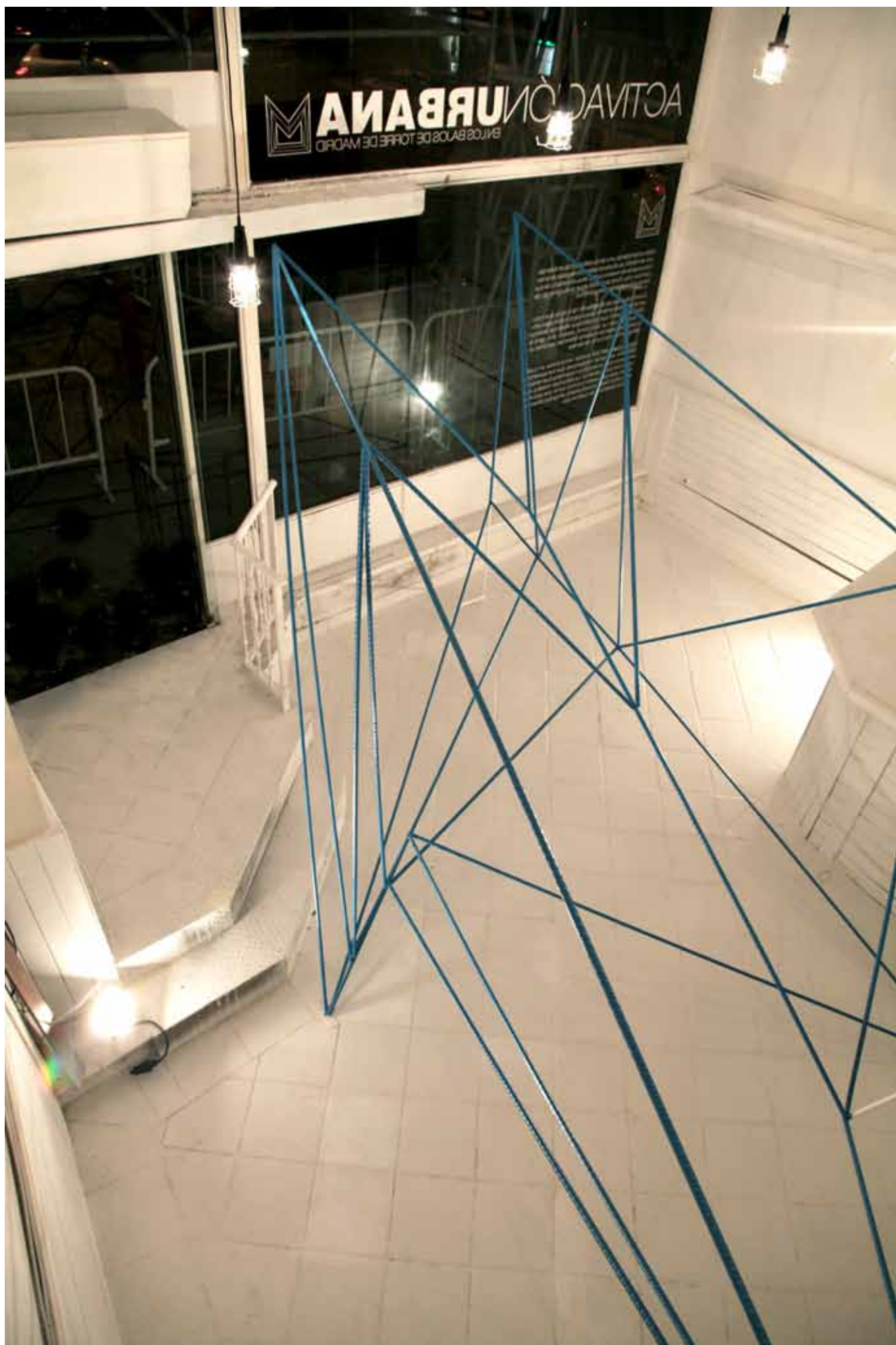


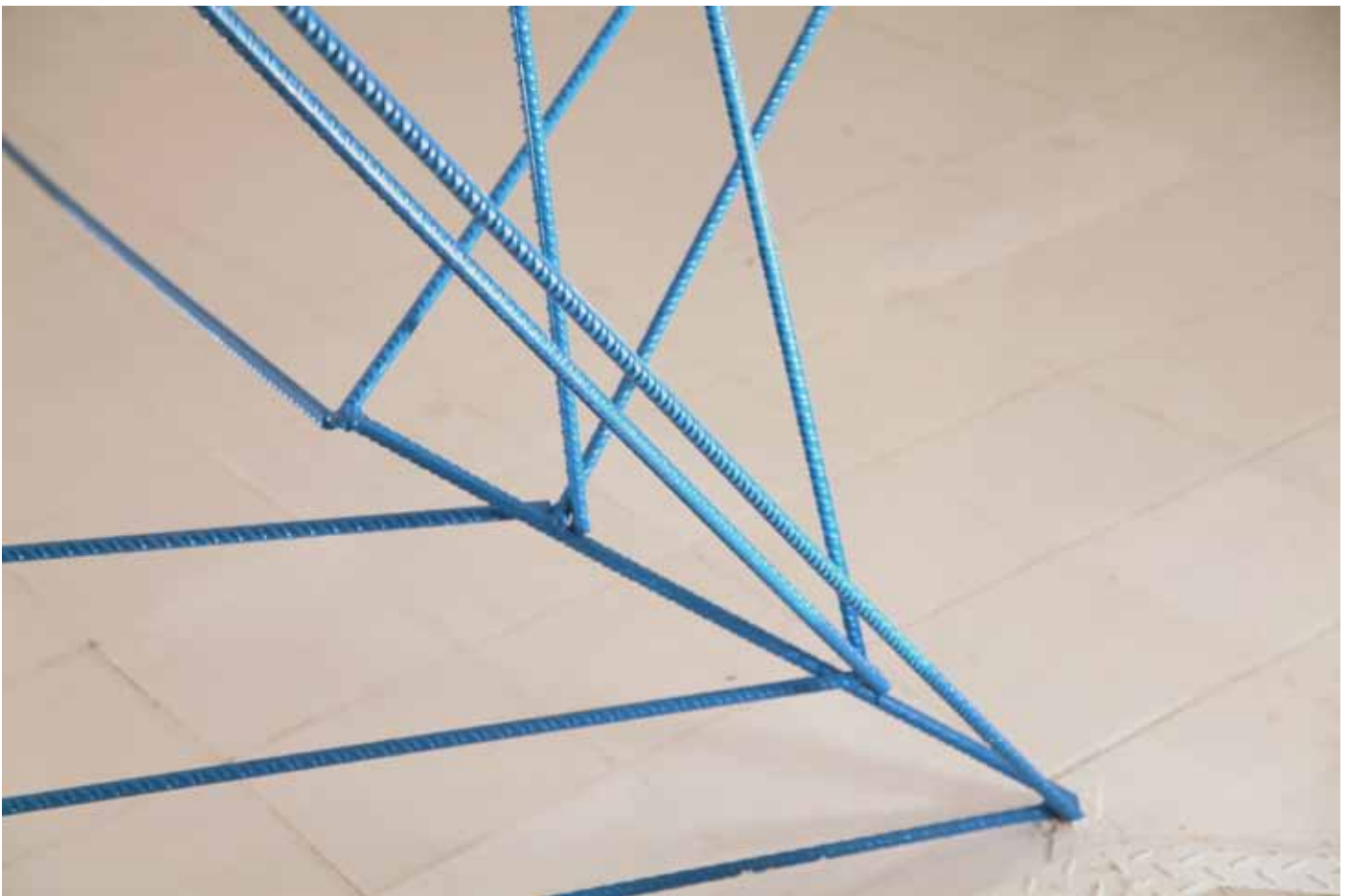
FASE 2

METROMÓRFICO

La forma en la que la propiedad capitaliza estas acciones de reactivación con la ciudad de Madrid, no podía ser a través de una forma convencional. No podía ser imprimiendo su logo y sello como imagen de marca en todas las ventanas que se modifican. Para ello, en el local que hace chaflán, justo en la esquina de la torre, se ha planteado una escultura anamórfica. Un juego de perspectivas en el que al observarlo desde el punto exacto, aparece la marca de la Activación urbana y si no, se verán formas poligonales iluminadas flotando sobre un local blanco. Todo el acondicionamiento diseñado y construido con focos de obra y redondos metálicos corrugados.







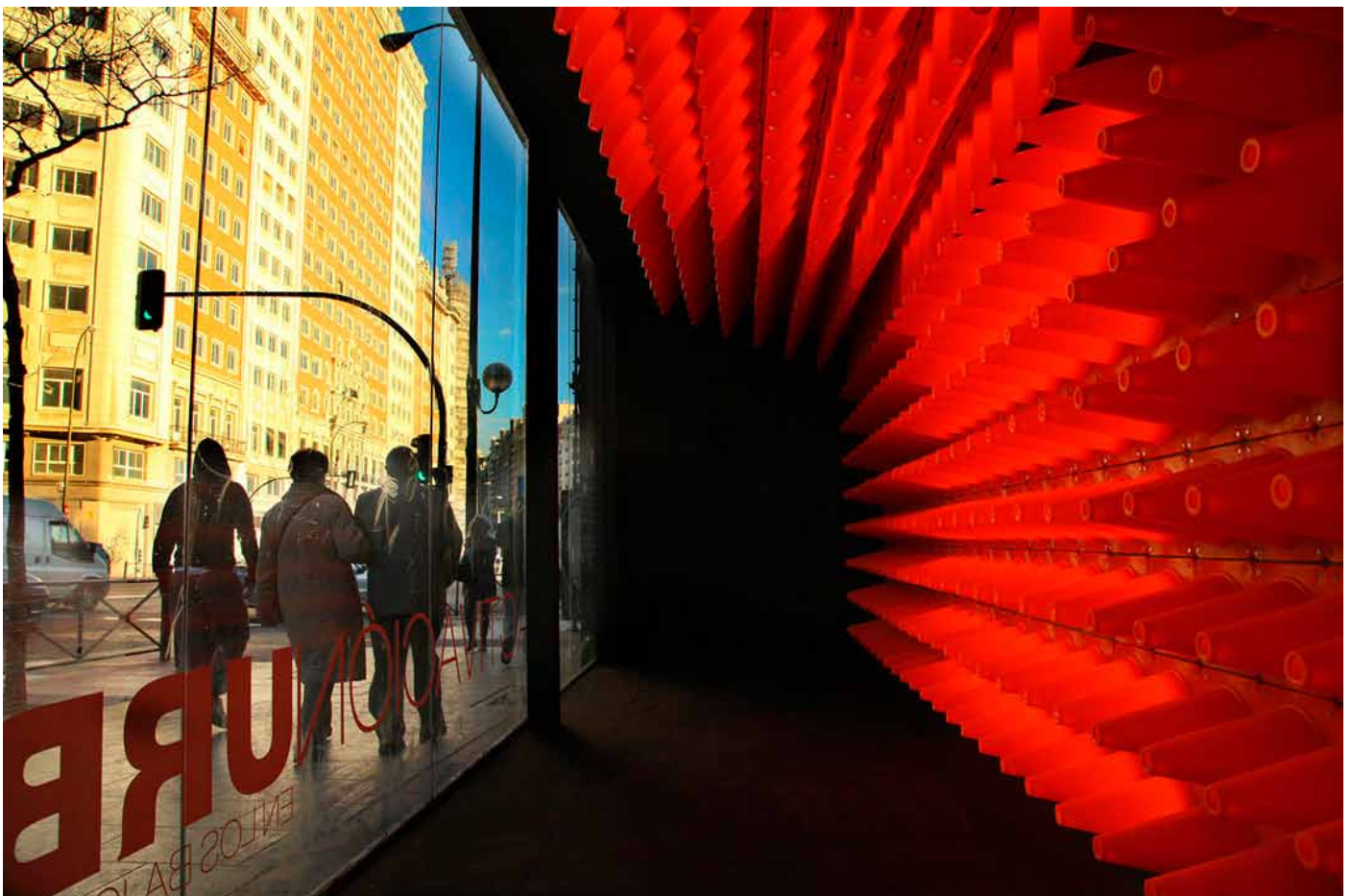


FASE 3

TELONES INTERACTIVOS

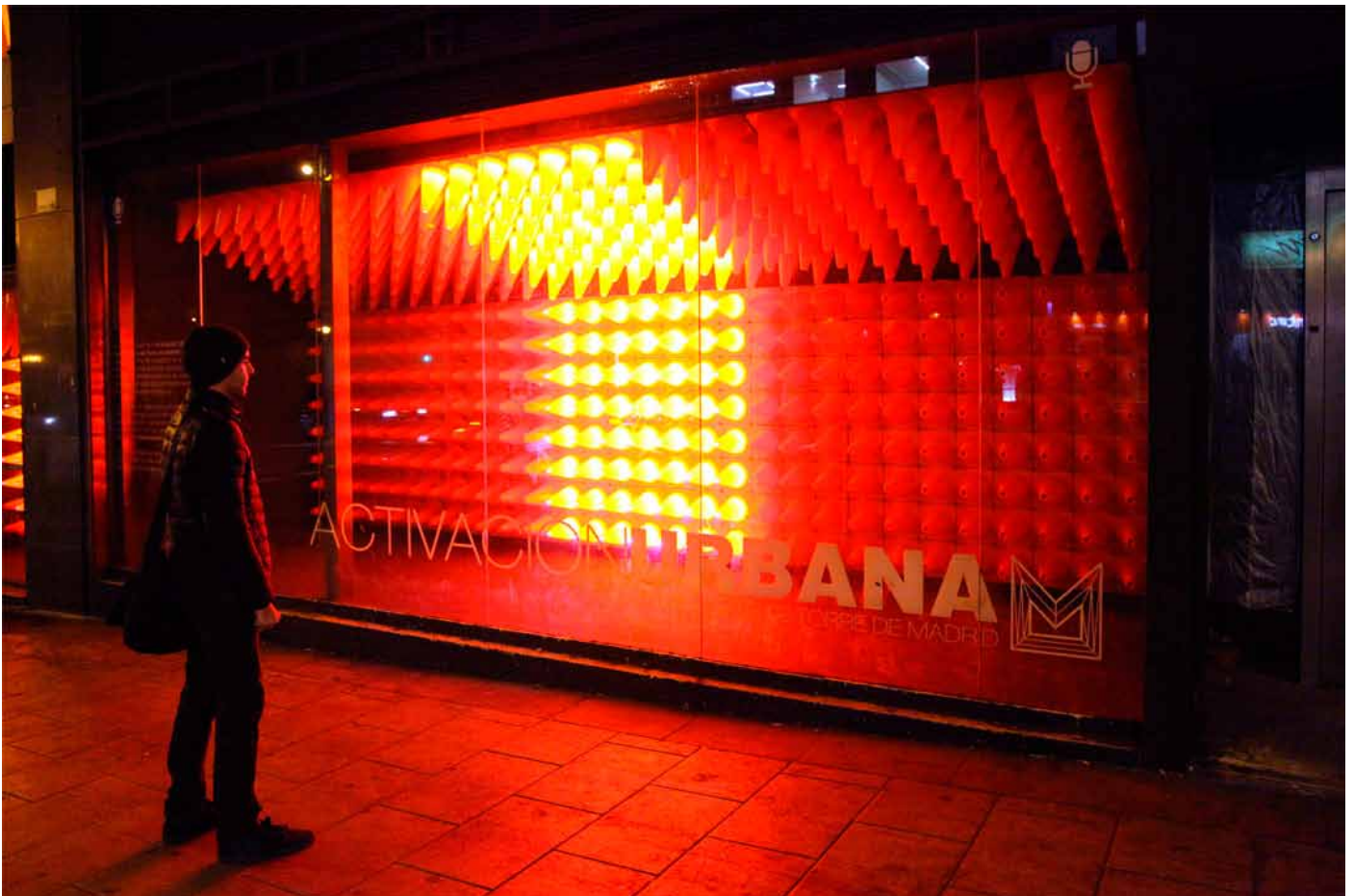
Planteamos una instalación digital que dote de vida al zócalo comercial, y arme una comunicación dinámica del edificio con la ciudad. Unos TELONES de alto impacto visual y construcción sencilla, compuestos por una estructura soporte de un fondo difusor interactivo.

Continuando con la estrategia de usar y re-programar elementos comunes que podríamos encontrar en cualquier obra gruesa, disponemos una pantalla de conos de obra de color naranja sobre un bastidor, que será la cara que se ofrezca a la calle. Distintos procesos harán que estos conos se conviertan en pantalla de texto, vúmetros de sonido ambiente o interaccionen según el movimiento de los peatones. La actividad cotidiana frente al escaparate se traduce a tiempo real en un juego de luces en el que el viandante puede disfrutar directamente. La generación de interés y la llamada de atención a través del juego pone de relieve las actuaciones y la realidad de la torre. Todo el soporte además se prevé como una intervención evolutiva, que puede cambiar de programa o implementarse a medida que se observan los distintos tipos de interacción y a su vez servir de escenarios para posibles nuevas fases



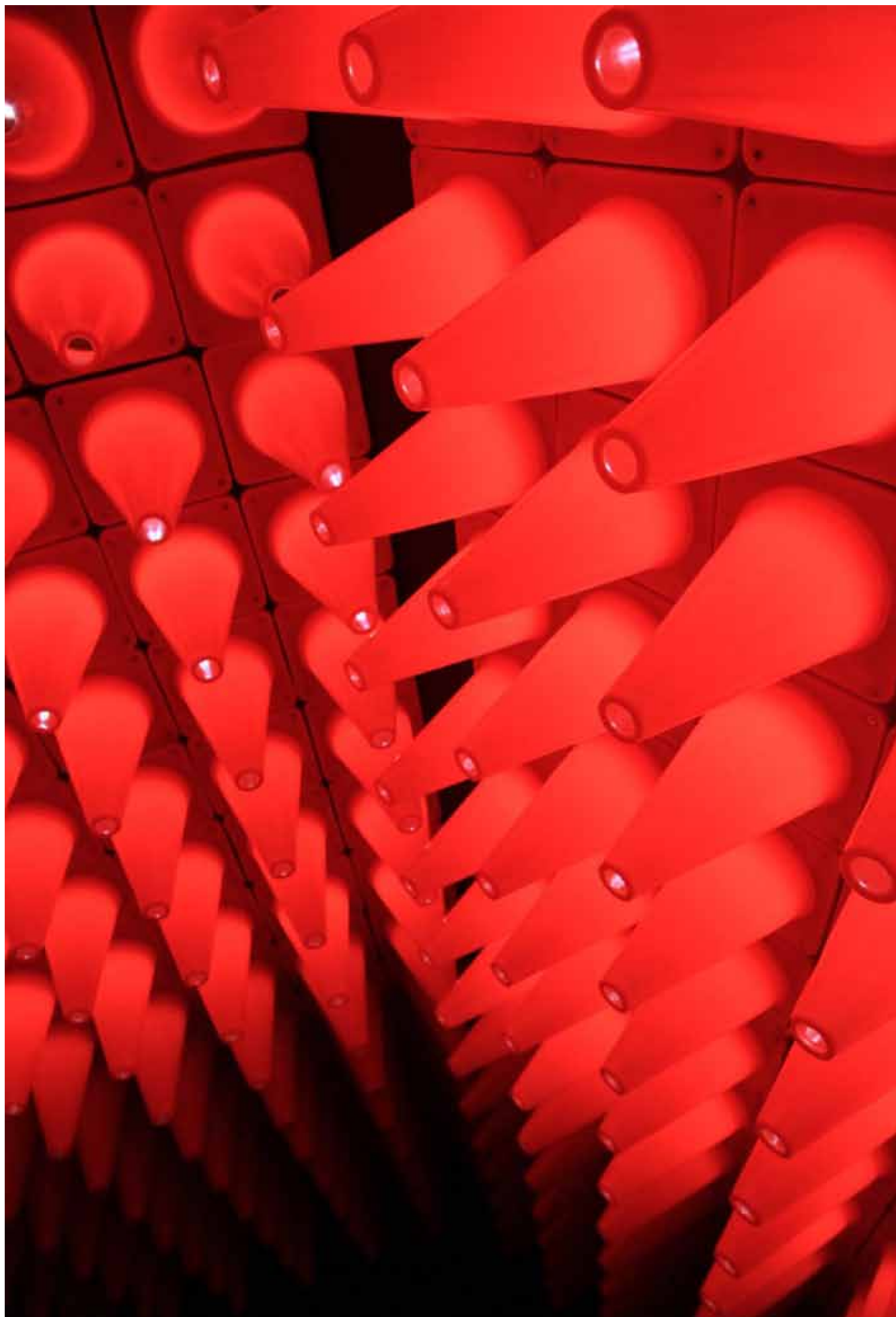
El antiguo local de la tienda de Vodafone se divide ahora en dos partes: la que da directamente a la calle Princesa se transforma en una pantalla de conos capaz de revelar mensajes a los viandantes. Se programan dos formas de uso a priori de esta pantalla, aunque durante su uso podrán evolucionarse: la primera más informativa apoya las estrategias de la Fase 1 “Historia oficial” y “Anecdótico”. La segunda comienza una interacción indirecta con los observadores que a través del hashtag #ActivaciónUrbana pueden enviar mensajes que posteriormente se proyecten en la misma pantalla.

El telón de fondo de mayor tamaño se encuentra situado en el local que hasta hace poco ocupaba Bankinter. Su funcionamiento aglutina todas las luces de una columna en un solo interruptor, permite una gran capacidad para sentir lo que ocurre a su alrededor a través de micrófonos y sensores de movimiento. Disponemos de dos programaciones al inicio, que pueden modificarse durante los meses de uso: una que interactúa con el sonido, convirtiéndose en un vúmetro que visibiliza el ambiente alrededor del escaparate y que permitirá interaccionar con los peatones. La otra programación utiliza un detector de movimiento que es capaz de seguir con la luz a los viandantes de la acera frente al local y que ofrece un sinfín de juegos en ese trocito de calle.









Para mejorar la visibilidad de todas las actuaciones tras la construcción del andamio colocado en la fachada, se realizan pequeñas actualizaciones:

- Pintura de carpinterías exteriores que mejoren el acabado en las nuevas pantallas de conos y el “Metromórfico” -En las partes bajas de los pilares del andamio recubiertas con madera, se pintan algunas caras de negro para enmarcar las actuaciones realizadas y generar una superficie que posteriormente pueda ser utilizada.
- La iluminación interior de los locales se homogeniza a través del color y así la luz blanca que en la primera fase enfatizaba los locales en los que se ha actuado, se transforma hacia el naranja de los conos dando a los bajos una nueva cara hacia la ciudad mucho más llamativa.







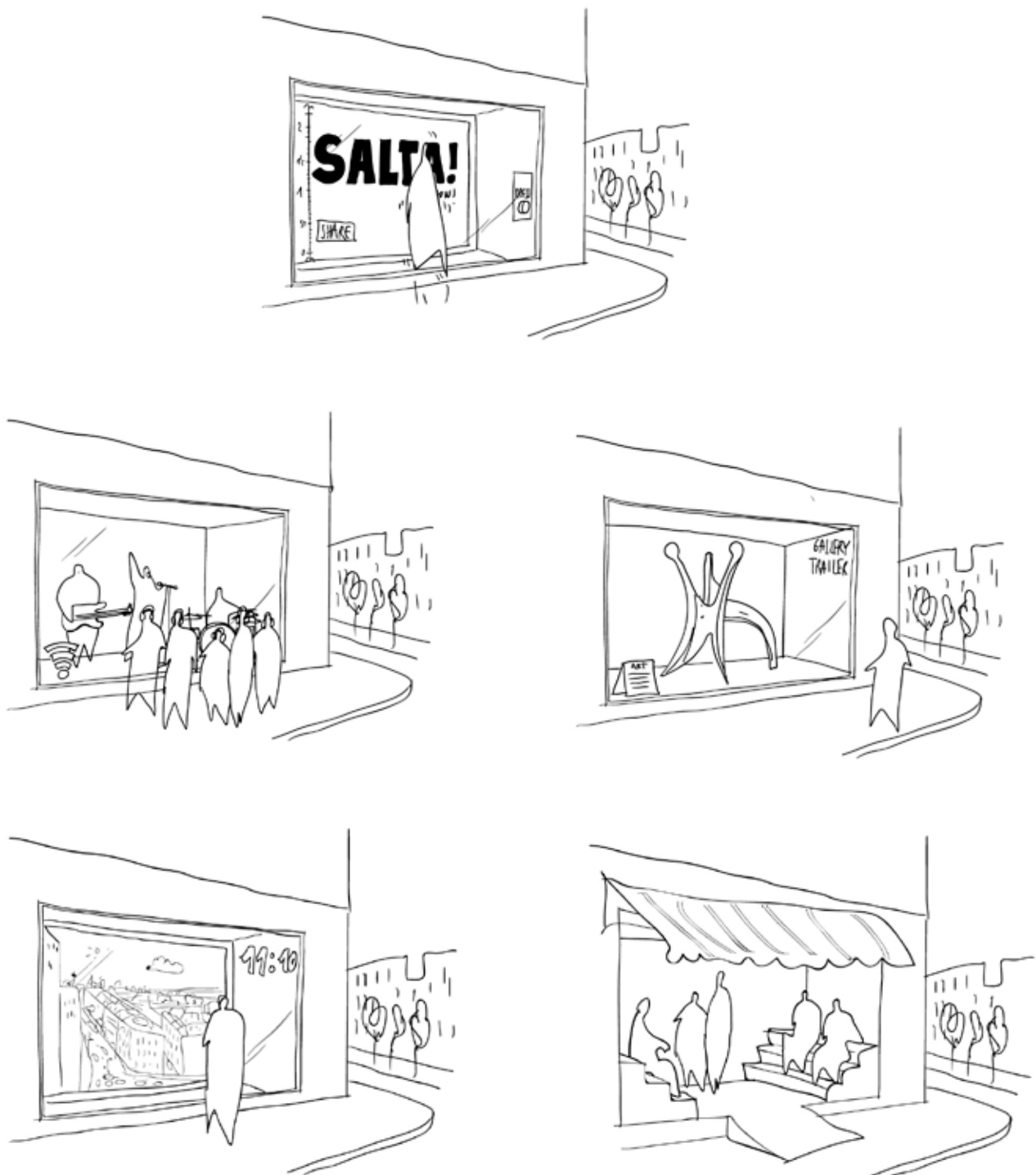
FASE 4
AGENDA

Ahora mismo estamos inmersos en la confección de un calendario, una agenda cultural urbana que utilice todas las acciones desarrolladas hasta ahora como telones de las próximas intervenciones. Se busca transformar estos locales cerrados en espacios de gestión cultural urbana y poder transformarlos en escaparate/galería o escaparate/escenario donde el resto de la ciudad se transforma,

Fomentaremos la interacción con los peatones, incrementaremos la oferta cultural y la capacidad de convertir los bajos de la torre de Madrid en un objeto crítico capaz de evaluar y mejorar con el tiempo, asumiendo las reacciones del público. Proponemos innovar con otros formatos de espacios públicos, mediante la relación con instituciones culturales de la ciudad e inventando nuevos usos informativos para los escaparates de Madrid.

Los distintos espacios se convertirán en soporte de Arte Urbano, en conector con distintos centros de arte de la ciudad, serán escenario de actuaciones muy diversas y permitirán la "democratización" de lo mejor que tiene la Torre de Madrid, sus vistas, que podrán ser observadas por cualquier peatón que ande por la calle.

Zuloark





Autor: Zuloark

Localización: Bajos de Torre de Madrid

Colaboradores especiales: Viuda de Ramírez, Jacobo García,
Manu Macgiver, Diego Rodríguez y Alberto Rey

Producción: Viuda de Ramírez y Zuloark

Construcción: Viuda de Ramírez, Jacobo García,
Manu Macgiver, Odines, Andriy, Metal Mario, Calamar y Patxi

Programación pantalla de conos: Diego Rodríguez

Agradecimientos especiales: Juan, Tony y Jesús

Promotor: Metrovacesa

Calle Princesa con Plaza España. Madrid

Fecha de inicio: Septiembre de 2014

Fotografías: ZULOARK (licenciadas bajo CC BY SA)