CASE STUDY

hé

hélice creativos
COMUNICACIÓN

BRAND EXPERIENCE

Los latidos de la muralla

Proyecto para la puesta en valor de la capacidad comunicativa del entorno: «Sur de la muralla de Vitoria-Gasteiz»

una experiencia sensorial de marca

CONTEXTO

El centro histórico de Vitoria-Gasteiz, conocido también como la *Almendra medieval*, es todo una seña de identidad de esta ciudad. Declarado Conjunto Monumental en 1997, conserva intacto su trazado medieval y ha recibido tres Premios Europa Nostra por sus trabajos de rehabilitación y recuperación de espacios públicos.

La empresa municipal que gestionaba su rehabilitación nos encargó que presentásemos un proyecto para señalizar el tramo sur de la muralla del siglo XI, tras su restauración culminada en 2011.

Vista del espacio extramuros del tramo sur de la muralla de Vitoria-Gasteiz

DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO

Este lugar se compone de dos ámbitos espaciales integrados.

En el espacio intramuros se puede acceder a un tramo del paseo de ronda de la muralla y también contemplar los restos de una gran nevera que en el siglo XIX abastecía de hielo a la ciudad.

En el espacio extramuros se ha configurado un jardín para recorrer el tramo de la muralla, y cuenta con un antiguo pozo y con un ascensor, habilitado en el proyecto de restauración, que conecta esta zona con la parte alta del lugar.

ESPACIO INTRAMUROS

ESPACIO EXTRAMUROS

DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA

En la elaboración de la propuesta, partimos de la premisa de generar el menor ruido visual posible. Enfocamos el proyecto desde otra perspectiva: **la solución** no se ha de centrar en **señalizar** el espacio como se nos había demandado, sino en **potenciar su capacidad comunicativa**. No se trataba sólo de informar u orientar, sino más bien de «conectar» con el espacio.

¿Qué es?

- Una experiencia sensorial
- MARCO FUNCIONAL
  - Relación con el entorno
  - Identidad de marca
- INTEGRAL

¿Qué no es?

- Señalización + Tematización
- MARCO FUNCIONAL
  - Movilidad
  - Reclamo turístico
- PARCIAL

OBJETO

¿Para qué?

Potenciar una imagen eficaz que genere una entrañable experiencia de marca

- **Legibilidad** — *Facilidad para que el entorno pueda ser recordado*
- **Imaginabilidad** — *Capacidad para suscitar una imagen identitaria del entorno*

¿Para quién?

Ciudadanía • Visitantes

- Vínculos identitarios
- Sentimiento de acogida

ROL ACTIVO — MARCA

HERRAMIENTAS

¿Cómo?

POTENCIACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL ENTORNO

- Generando estímulos sensoriales → **+ IMAGINABLE**
- Generando estímulos cognitivos → **+ LEGIBLE**

LOS LATIDOS DE LA MURALLA — EL ENTORNO LEGIBLE

HERRAMIENTA

LOS LATIDOS DE LA MURALLA

ESPACIO EXTRAMUROS

DESCRIPCIÓN

Instalación sonora oculta, integrada y automatizada en el jardín de la muralla

Al igual que en un jardín zen, este espacio de la muralla se concibe como una estimulación de los sentidos, vinculando lo material con lo inmaterial.

Una imagen estimulante de la muralla y su entorno

Mediante un encuentro casual con sonidos evocativos que susurra la muralla

Del Jardín de la Muralla brotan, a determinadas horas del día, susurros melódicos que recrean escenas de su pasado medieval, combinados con la recreación de sonidos naturales del entorno.

La muralla cobra vida, se puede percibir en la profundidad de su pozo un suave y muy lento latido: es la ciudad que nace, arropada por sonidos cotidianos de sus moradores, impulsada por el aliento del viento y por el cántico eterno del fluir de un subterráneo manantial.

Creación de un paisaje sonoro ambiental para generar una evocadora experiencia con la marca Vitoria-Gasteiz

La composición musical, creada por Bingen Mendizabal -autor de la música de más de 50 películas- se concibe como una banda sonora de cine, en la que el visitante se integra como protagonista.

Una agradable experiencia que proporciona al entorno una identidad memorable; al visitante, la sensación de sentirse acogido y a la ciudadanía, vínculos emocionales con su ciudad.

HERRAMIENTA

EL ENTORNO LEGIBLE

ESPACIO INTRAMUROS

DESCRIPCIÓN

Esta herramienta, concebida desde la perspectiva de la accesibilidad universal, persigue contribuir a la experiencia de marca con la generación de estímulos cognitivos sobre el lugar, mediante mensajes visuales, táctiles y auditivos. Con el objeto de hacer más legible y memorable el entorno.

SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

VISUAL

- Identificación y legibilidad de los elementos históricos
- 4 señales visuales

AUDITIVO

- Conexión directa a audio-guía disponible en tres idiomas
- Mediante audio integrado en señal que se activa tactilmente
- Mediante la inclusión de un QR-Code en las señales visuales que puede capturarse con un smart-phone

TÁCTIL

- Identificación y legibilidad de los elementos históricos
- Mediante los códigos Braille
  Altorrelieve
  Mapa táctil texturizado

Concepción, diseño y dirección del proyecto	Hélice creativos
Creación de banda sonora	Bingen Mendizabal
Diseño de la ingeniería de sonido	Anselmo Calleja
Instalación, equipamientos de sonido y mantenimiento	Soinua
Fabricación e instalación de señales	Derbuka
Grabación en braille, altorrelieve y en mapa táctil	Indexsign
Vídeo y fotografía	Quintas
Cliente:	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

CASE STUDY

hé

hélice creativos
COMUNICACIÓN

BRAND EXPERIENCE

www.helicecomunicacion.com

helice@helicecomunicacion.com

tel: +34 945 23 35 39

C/ Eduardo Dato 4, 2°
01005 Vitoria-Gasteiz
SPAIN