

Acieroid: Una historia detrás de la fachada

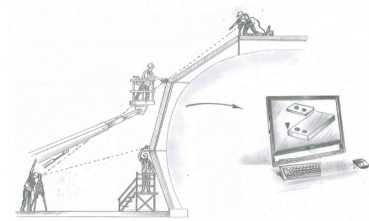
En vez de hablar de lo mucho que sabe una empresa sobre envolventes, contemos el proyecto constructivo visto desde dentro. Desde Acieroid explican en este artículo cómo es el proceso de asesoramiento técnico y de construcción visto desde sus entrañas, así como relatan los casos del Centro Comercial X-Madrid y del Centro Comercial Larios en Málaga, junto con la importancia en las fachadas de los colores, las tonalidades y nuestras percepciones subjetivas de las mismas.

Verdad que no interesa demasiado oír lo mucho que sabe una empresa sobre envolventes? Qué nivel de inmunidad hemos desarrollado a los mensajes que dicen: cumplimos las expectativas del cliente, optimizamos el proyecto, personalizamos el servicio, sabemos hacer las cosas bien, estamos innovando, somos multi-especialistas. En vez de hablar de esto, contemos el proyecto constructivo visto desde dentro. Cada proyecto es una fascinante historia, un proceso de aprendizaje lleno de tropiezos, similar a un juego con bloques infantiles donde antes de dar con la forma definitiva, la construcción pasa por hacer, deshacer, caerse y reconstruir. Solo que en el mundo real, esta experimentación se hace con modelos, ya sean virtuales o prototipos, para asegurar que el resultado final sea el deseado por todos: la obra soñada por el arquitecto, el fantástico centro comercial deseado por el promotor y que además todos los que trabajaron en ello sean reconocidos por su trabajo. ¿No suena un poco utópico- todos felices? Es difícil, pero este es el objetivo que hay que tener en mente cada vez que empezamos un proyecto. Puede que, en vez de decir, "nosotros sabemos", sería mejor reconocer que estamos escuchando, aprendiendo, reinventándonos en cada proyecto y que cometeremos errores por el camino, pero tenemos el objetivo claro, presente, visualizado y casi tangible, por lo que los iremos rectificando y no afectarán al resultado final.

¿Cómo es este proceso de asesoramiento técnico y de construcción visto desde sus entrañas?

Primero, y sobre todo si se trata de un proyecto arquitectónicamente singular quien lo tiene que ejecutar siente el rechazo. Tras hablar con el arquitecto, su lenguaje a menudo nos parece filosófico y abstracto, su visión irreal, su planteamiento imposible. Es el momento de querer tirar la toalla, debido a que a primera vista el proyecto parece inviable y en el mejor de los casos, costaría una millonada imposible de asumir por nadie. Después de esta etapa, llega el cuestionamiento, las ganas de enfrentarse al reto. Tal vez sí es posible siempre y cuando traduzcamos lo abstracto al lenguaje técnico y desarrollemos una simulación, un mock-up. Jugando con diferentes soluciones, materiales y texturas, no solo lo hacemos tangible, pero resulta que ya no cuesta una millonada y se empieza a acercar al presupuesto. Y en este

momento el cliente nos dice que no es exactamente lo que quería y por lo tanto lo tenemos que replantear. Aquí llega la frustración, otra vez se enciende la alerta ¡imposible!, otra vez se añade los ceros al presupuesto. Y después de la tormenta vuelve la calma, el repensar, re-estudiar, re-calcular y dar en el clavo, al segundo, tercero, o x-intento. Mientras tanto la empresa competidora ya se ha percatado de nuestra solución y está intentando a desarrollarla con un precio más competitivo. ¿Tenemos ganas de tirar la toalla ahora sí, de una vez por todas? ¡Claro que sí! ¿Y la tiramos? ¡Claro que no! ¿Y por qué? Porque el objetivo es aprender, mejorar, sentir la gran satisfacción de haber sacado conclusiones de los errores cometidos y conseguir hacerlo, hacer esta visión arquitectónica una realidad. Poder tocar el edificio construido, fotografiarlo, hablar con el usuario final contento y sentir el orgullo de haber formado parte de este proceso.



Diseño y montaje de pabellones dibujado por Carlos Valderrama

¿Algún ejemplo? Sí, cómo enfrentarse a formar parte de la construcción de un "anticentro comercial"

¿Y qué es esto? Algo que le gusta a la gente a quienes no nos gustan los centros comerciales, explica el Director de X-Madrid y Asset Manager de Merlin, Víctor Fernández-Zapata. En la era de saturación de los centros comerciales, e-commerce y banalización del shopping, el cliente, que no quiere ser un consumidor, un monedero andante, busca experiencias únicas, deportivas, urbanas, comida ecológica y gente que comparta sus pasiones. Para todos ellos se crea X-Madrid. Es un proyecto de profunda transformación de un activo comercial existente en desuso. Nuestro reto allí consiste en levantar una cúpula con tragaluces en forma de caparazón de tortuga gigante. La cúpula, de unos 6200 m², un diámetro de 70m y 26 m de altura está formada por 3 elementos: la estructura metálica tridimensional de forma arbórea, la tela de PVC tensada sobre ella y los lucernarios. La tela aplicada, con el acabado de teflón, evita la acumu-

lación de suciedad y garantiza la limpieza duradera- un gesto importante hacia los responsables de mantenimiento. La unión de la tela con la estructura mediante mástiles flotantes da al conjunto el aspecto sólido y a su vez vaporoso, bien anclado, pero con sensación de ligereza, creando un ejemplo de arquitectura textil líquida y cambiante. Las más de 30 piezas de diferentes formas: triangulares, hexagonales y romboidales dan forma a este híbrido cuya función es la de proteger y resguardar a las personas que participan en la amplia oferta de eventos culturales, audiovisuales, gastronómicos y deportivos o a las que simplemente vengan a las reuniones espontáneas de comunidades que el X-Madrid acoja en el futuro.



Centro comercial X-Madrid

Otro proyecto, otra aventura

En este caso se trata de un centro comercial consolidado, ubicado en el centro de Málaga que, según lo que cuenta su Asset Manager- Nuria Miquel, goza del liderazgo en la ciudad gracias a su gran afluencia y mayor oferta comercial. Hablamos del centro comercial Larios que quiere modernizarse para mantener su posición en el mercado y nos pide ayuda para dar una nueva personalidad a su fachada a través de la estética actualizada. La fachada de GRC ha de fluir como las olas blancas del mar, con formas de círculos, elipses y geometrías amorfas. Las olas se dibujan a través de las lamas en discontinuo con sección variable, distribuidas horizontalmente a lo largo de la fachada. Cabría destacar el importante desnivel de la parcela, disimulado a través del zócalo con piezas de regulación. Pero hay otro reto, un requisito que está de moda cuando ejecutamos los trabajos en los centros comerciales que es: ¡hacernos invisibles! Si, la construcción es un elemento perturbador, molesto, una persona non grata en el centro comercial abierto y operativo. No nos engañemos, a quien le gusta el aspecto de su casa durante la reforma. La llamada "atenuación" de obras es: hacer la reforma, pero sin que nadie se percate, sin que haya polvo, ruido, cables y entrañas del edificio al descubierto. ¿Y esto como es

posible? Convirtiéndonos en aves nocturnas, en hadas que no dejan rastro, pero si su trabajo hecho. Y así, con la barrita mágica y sin molestar trabajaremos la fachada de doble piel, el muro cortina, el zócalo, coordinándolo todo con el edificio existente, para dar al centro malagueño este aspecto diferenciador, este reposicionamiento deseado. Y desapareceremos de la forma discreta al pasar las semanas contadas del planning, como Mary Poppins, con el cambio de la dirección del viento.



Centro comercial Larios, Málaga

¿Un vestido rojo, sigue siendo rojo cuando nadie lo mira? (J.W v Goethe) ¿O dicho de otra forma, cuál es la importancia de los colores, de las tonalidades y de nuestras percepciones subjetivas de las mismas?

Si un cliente nos habla de champagne, de bordeaux, de tornasolados, nos esta hablando de vinos o de girasoles o tal vez quiera trasladar esta sensación de campos iluminados y naturaleza para hacer la fachada más cálida, más cercana, o al contrario más fresca y más neutral. Es la sociedad y la cultura la que "hace" el color, le otorga la definición y sentido, explica Michel Pastoureau en su libro "Los colores de nuestros recuerdos". A menudo nuestros clientes nos piden que reproduzcamos estos códigos, valores y colores a través de una fachada de vidrio, piedra, chapa o madera. Las fachadas de los edificios comunican, sus formas, sus huecos, su manera de reaccionar a los elementos y envejecer. Cada fachada nos cuenta su historia. La escuchamos y seguimos aprendiendo de ellas.



Fachada espejo, Wáves, Metz

#Acieroid #construimos lo que imagina