

MINI y la Escuela de Sustentabilidad presentaron la instalación “MINI Sonido Inhabitado” en Milán, Italia.

- El proyecto fue presentado en el Museo del Diseño ADI y fue organizado por Renzo Vitale, Director Creativo de Diseño del Sonido de BMW Group junto a los estudiantes de SOS (Escuela de Sustentabilidad, por sus siglas en inglés) del arquitecto Mario Cucinella.
- “MINI Sonido Inhabitado” (MINI Inhabit Sound) es un proyecto enfocado a la identidad del sonido de ciudades.

Milán, 27 de noviembre de 2023. 5,000 visitantes del Museo ADI de Milán, Italia tuvieron la oportunidad de vivir la experiencia de la instalación “MINI Sonido Inhabitado” (MINI Inhabit Sound). El proyecto fue realizado gracias a la asociación entre MINI y la Escuela de Sustentabilidad (SOS - School of Sustainability), una institución fundada en 2015 por el arquitecto Mario Cucinella y en la cual se ofrece un programa de postgrado de 9 meses para jóvenes diseñadores en las áreas de Arquitectura y Diseño Sustentable. Este proyecto es el resultado de un camino de capacitación y creatividad organizado por Renzo Vitale, Director Creativo de Diseño del Sonido de BMW Group, junto a un grupo de estudiantes internacionales de la SOS y enfocado en el tema de Diseño de Sonido.

El proyecto y la visión de sustentabilidad de MINI.

La sustentabilidad y el ambiente urbano se encuentran en el centro de la estrategia de MINI. La cual originalmente nació como un vehículo pequeño, eficiente y urbano en respuesta a una crisis de combustible en la década de 1950 y evolucionó anticipando las necesidades de la época y avanzando grandes pasos hacia el futuro.

La sustentabilidad es bienestar para el planeta, para su ecosistema, pero también para la humanidad, cuyo comportamiento tiene un impacto decisivo en la coexistencia general y la evolución de los seres vivos. Bienestar significa, entre otras cosas, equilibrio psicofísico, el cual con frecuencia se logra mediante una gratificación de los sentidos, entre ellos, el del oído.

Federica Manzoni, Directora de MINI Italia compartió: “Mediante la colaboración con la SOS, MINI tiene el objetivo de promover al talento joven y quiere subrayar su compromiso con el mundo del diseño; a través de fomentar la reflexión sobre el tema de la sustentabilidad en el ambiente urbano, un ejemplo perfecto de la filosofía de MINI: BIG LOVE por la Gente, BIG LOVE por el Planeta, BIG LOVE por el Progreso. En este escenario, las tendencias y el estilo, la creatividad y la comunicación, la cultura del diseño y la tecnología son conceptos clave para desarrollar iniciativas conjuntas.

MINI es un objeto de diseño icónico en continua evolución, al ritmo del tiempo, pero siempre fiel al original. Su corazón late al ritmo de la ciudad. Se mantiene en línea con las tendencias del momento, pero especialmente, está atento a asuntos mucho más importantes que tienen que ver con el tránsito urbano, la ciudad del futuro y quienes la habitan.”

El sonido como elemento en la identidad de la ciudad.

El curso ideado e implementado por MINI bajo la supervisión de Renzo Vitale, junto con los jóvenes estudiantes multiculturales, se enfocó en la investigación sobre el diseño del sonido; una disciplina que juega un papel fundamental en la realización de un proyecto.

Los sonidos contribuyen con la definición de la identidad de una ciudad, por lo que conocerlos a ambos es un punto de partida para entender su naturaleza y función, pero también es un punto de llegada para rediseñar la dinámica de escucha y hacer un uso consciente de ellos para el bienestar colectivo.

La acústica caracteriza y define un espacio, la sustentabilidad está siendo cada vez más importante en el diseño arquitectónico, de la construcción y urbano; así como en la producción de objetos y en la reinterpretación de los ambientes que frecuentamos habitualmente, desde vehículos a lugares de trabajo y ciudades. El sonido es una entidad fundamentalmente invisible, un elemento indispensable de nuestra existencia y el objetivo de esta instalación es dar sonido no sólo a una forma visual; sino también a una forma arquitectónica, de manera que se pueda crear una experiencia holística en la que la acústica y la sustentabilidad actúan juntas para el confort colectivo.

Un espacio sustentable: el objetivo de “MINI Sonido Inhabitado”.

El objetivo del proyecto MINI Sonido Inhabitado es construir un espacio sustentable para escuchar, contemplar y compartir. Está creado mediante la transformación del sonido a una forma tangible y habitable, materializándolo, haciéndolo visible como si fuera un cristal, un material sustentable, una escultura tridimensional en la que podamos percibir el diálogo entre el silencio y el sonido, la ausencia y la presencia de uno mismo y de los demás, para elevar la condición psicofísica y emocional de quienes viven esta experiencia.

“Es necesario generar una consciencia auditiva de forma que las acciones individuales lleven a un bienestar colectivo”, afirma Renzo Vitale. “Esto se puede lograr interpretando las ciudades como realidades de sonido, entendiendo sus debilidades con el fin de rediseñarlas de manera acústica mediante diferentes niveles de expresión y complejidad.”

“MINI Sonido Inhabitado”: la experiencia.

La instalación MINI Sonido Inhabitado, es el resultado de un proyecto de Carlo Caire, Nicola Capozzo, Ruben Enrique Garrido Rizk y Flavia Torreta, bajo la supervisión de Renzo Vitale, apoyado por Jacobo Panfili, Coordinador Asistente de Diseño de Sonido del IED (Instituto Europeo de Diseño), y su finalidad es que las personas experimenten un paseo con sonido real, comenzando con los sonidos percibidos en una realidad metropolitana tal como Milán.

Imagina poder atravesar la ciudad de Milán en unos segundos. Pensando en lugares como la Piazza del Duomo, el Parque Sempione, el Navigli, ¿qué ruidos se te vienen a la mente?, ¿cómo te sientes?, ¿estresado y agitado?, ¿o seguro y relajado? Éstas son preguntas que muchas veces pasamos por alto porque no somos conscientes de nuestro entorno. ¿Qué significa “escuchar”? La instalación sonora “MINI Sonido Inhabitado” responde esta pregunta fomentando una reflexión del sonido como un elemento fisiso-perceptual así como de la consciencia individual en su capacidad de oír.

La experiencia se manifiesta a lo largo de un camino auditivo tripartito en los planos geométrico y sonoro. El espacio acústico se optimiza para permitir la inmersión en tres paisajes sonoros que representan una interpretación de tres condiciones distintas: el pasado reciente, que se basa en el sonido urbano que nos rodea diariamente; el tiempo suspendido, que dilata los límites temporales para fomentar la reflexión sobre la autopercepción, y el futuro, que plantea la hipótesis de un escenario auditivo concebido en la señal de la sustentabilidad sonora urbana.

El tejido acústico especial sustentable combinado con la solución Raum-im-Raum (habitación dentro de una habitación) hace posible reducir de manera eficaz la energía del campo acústico, reduciendo así la perturbación y la reverberación. El espacio y los materiales se reducen de forma deliberada a una condición especial para fomentar la concentración en el espacio físico y acústico.

El usuario es recibido con la reproducción de una combinación de sonidos cotidianos, tales como murmullos humanos, cantos de aves y sonidos artificiales; todo lo cual enmascara otros tipos de sonidos a los que no prestamos atención. Entrar a la “cámara central” de la estructura lleva a un espacio más aislado acústicamente, gracias a la inclusión de pufs y paneles cubiertos con tejidos fonoabsorbentes, mismos que proporcionan una mayor comodidad acústica. El visitante se sentirá seguro y a gusto, disfrutando de su presencia y siendo consciente de su entorno.

En la parte final del trayecto, los sonidos de la ciudad del presente se reinterpretan y se traducen en el futuro. Los sonidos de la naturaleza permanecen más claros para nuestro oído y en armonía con los sonidos de la ciudad, reinterpretados en un punto de vista futurista por Renzo Vitale.

Materiales y Socios del proyecto “MINI Sonido Inhabitado”.

Un socio fundamental para el éxito de la intención de la instalación es Caimi Brevetti SpA, el cual mediante el suministro de tejidos fonoabsorbentes, mobiliario y paneles acústicos, ha contribuido para garantizar el aislamiento acústico necesario para que el usuario disfrute de la experiencia.

La estructura está cubierta por completo con tejido fonoabsorbente. La tecnología Snowsound-Fiber patentada se basa en fibras suaves, inherentemente ignífugas e interconectadas, 100% de poliéster. La interacción entre las fibras Snowsound y el aire hace posible controlar la reverberación, ajustando con precisión la respuesta acústica, dependiendo del método de la instalación, de la superficie y de la distancia entre la fibra acústica y la pared.

También se añadieron paneles fonoabsorbentes en la sección central de la instalación y se utilizaron elementos Snowpouf para el mobiliario interior, cubiertos con fibra Snowsound 12, una tela especial fonoabsorbente que utiliza hilo ECONYL® por primera vez en su producción, creado a partir de la regeneración de residuos de nylon en todo el mundo, tales como redes de pesca o alfombras usadas.

Gracias también a Artemide por la instalación de luz con el producto La Línea 25, un tubo de luz flexible y capaz de rotar libremente en el espacio de acuerdo con geometrías no definidas, convirtiéndose así en una herramienta tanto comunicativa como funcional, añadiendo valores y significados a su luz mediante la expresividad de su señal gráfica.

Un sonido único para la nueva familia MINI totalmente eléctrica.

El diseño del sonido también juega un papel decisivo en la personalización de los productos recientemente presentados de la nueva Familia MINI.

El rendimiento del sonido se convierte en un componente clave de la experiencia de conducción totalmente eléctrica. Diferentes atmósferas de sonido llegarán por primera vez en el nuevo MINI Cooper totalmente eléctrico, creando una experiencia aún más inmersiva.

El ADN del nuevo Sonido MINI se basa en los valores principales de la marca y transmite un aura positiva y carismática. Los Modos Experiencia MINI se convierten en el escenario de estas atmósferas de sonido completamente nuevas. Los instrumentos análogos, la tecnología digital y la inteligencia artificial se combinan para generar sonidos que definen al MINI del futuro, transmiten información y despiertan emociones.

El repertorio incluye sonidos de conducción completamente nuevos en el compartimiento del copiloto, un sonido inconfundible para distinguir al MINI del mundo exterior, melodías para los nuevos Modos Experiencia MINI y nuevas notificaciones de sonido para las funciones de información y advertencia.

Otro componente de las atmósferas de sonido completamente nuevas de la nueva familia MINI son los llamados earcons. Similares a los íconos ópticos, éstos funcionan como símbolos acústicos distintivos para señalar ciertos eventos o información.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual periodo con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp.inkpr.com.mx

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html

www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es

www.press.bmwgroup.com/argentina/

www.press.bmwgroup.com/brazil/