

Hotel  
**SLS**  
*Barcelona*



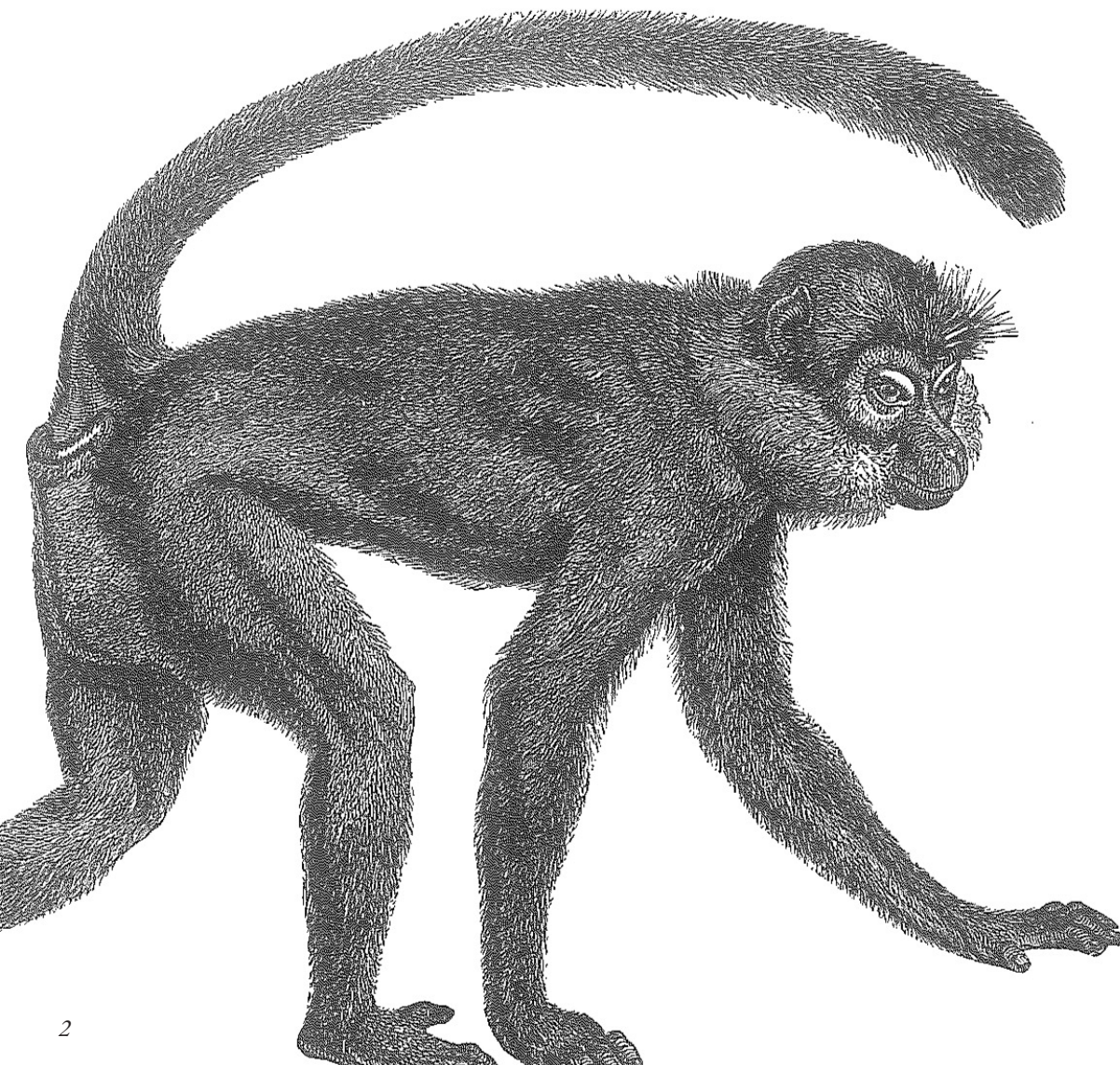
**SLS**

*Rótulo principal ubicado en la entrada principal al hotel.*

## Barcelona, primera plaza europea de la cadena SLS

SLS aterriza en Europa con una identidad de marca basada en el lujo barroco reinterpretado, ornamentado, con un toque canalla, irreverente y lúdico.

La señalética, además de su uso de servicio público, se concibe como un recurso para generar atmósfera corporativa, con superficies reflectantes que generan brillos y destellos e invitan al huésped a verse dentro del universo SLS.



*Intervenir la realidad,  
para hacerla siempre  
diferente.*

## Un reflejo, un momento

*Un espejo refleja un instante,  
igual que una cámara captura un fotograma.*

Se propuso alterar la imagen del reflejo. reflejar en varios planos y de manera que pudieramos distorsionar la imagen para que los reflejos capturen una realidad cambiante de cada persona, una percepción que variaría según la hora del día, la ropa del huésped, el entorno tan diferente entre los pasillos y otras áreas...

Quisimos que el visitante sea testigo de que, al enfrentarse a un objeto que es igual en varios lugares diferentes, la interpretación que ofrece el espejo distorsione su realidad al reflejarlo, haciéndolo que ese preciso momento fuera único.

Todo lo que percibimos y experimentamos construye nuestra realidad. Por lo tanto, cada individuo tiene la suya propia, ya que la percepción de cada persona es única.

## Realidad individual e intransferible

Juguamos con la percepción para crear experiencias únicas en Barcelona. Propusimos el reto de que las personas se encuentren con diferentes percepciones del mismo soporte. Dejamos que nuestra señalización se una al juego global de la marca de hacer sentir constantemente que estás viendo cosas que nunca has visto antes, como si todo lo que miras, fuera como si lo acabaras de descubrir.

*«Podemos hacer que lo fantástico sea real, y entonces es más real que lo que realmente existe»*

*Salvador Dalí -*

Monolito de interior



## 01

### Direccionales

El objetivo era la flecha, desarrollar un flecha que mantuviera el principal objetivo nítido de orientar al huésped, y a su vez equilibrio con la tipografía corporativa.

*Directorio distribuidor de habitaciones*



## 02

### La luz como protagonista

Los ornamentos grabados en laser, generan caprichosos destellos que junto a los bordes dotaban a cada pieza de relevancia visual.

*Placa posicional-direccional de escalera de bajada a parking*



## 03

### Convivencia entre elementos

Es común que en un sistema de señalética, tengan que convivir varias tipologías de soportes. Se consiguió un desarrollo morfológico que no compitieran visualmente y a la vez se complementarían.

*Número de planta junto a directorio*





Número de habitación →

La numeración de habitaciones, siempre la protagonista absoluta de un sistema de señalética de un hotel.

El gesto irreverente que buscábamos se consiguió combinando tipografías y aportándoles tridimensionalidad, que no fueran simplemente una placa de metacrilato cortada al laser, ir más allá, para conseguir destellos y reflejos diferentes para cada número. Esto aporta ritmo, movimiento y unicidad, tan importante en pasillos largos.

Esta variación tipográfica y búsqueda de la tridimensionalidad de cada fuente, aporta el acento único y sorprendente con el que la marca está continuamente interactuando.

Se realizaron en impresión 3D de nylon, con un acabado final metalizado en color bronce.



Las marcas conquistando su espacio propio, como si siempre hubieran estado ahí.



