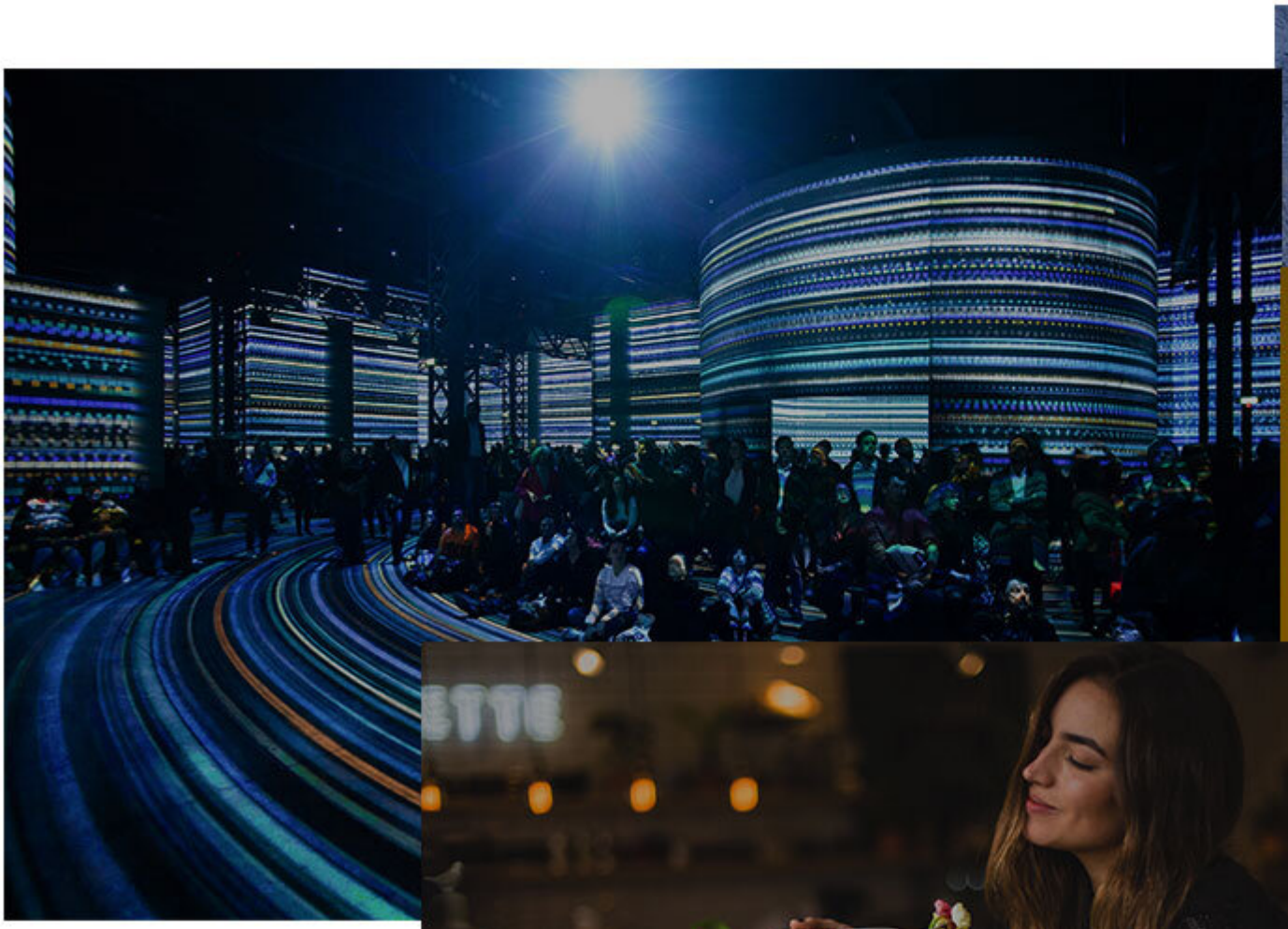
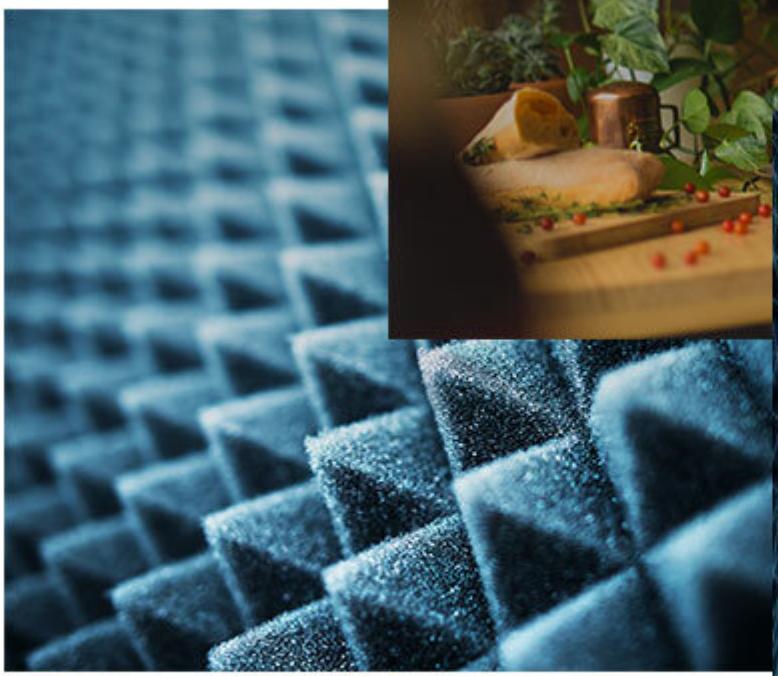
â??Las ciudades que no integren el diseÃ±o sonoro urbano de manera estratÃ©gica asÃ como un anÃ¡lisis cualitativo del impacto que el sonido produce en nuestro bienestar estÃ¡n condenadas a ser menos habitables o inclusivasâ?•

[et_pb_section bb_built=Â»1â?³ admin_label=Â»sectionÂ»][et_pb_row admin_label=Â»rowÂ» background_position=Â»top_leftÂ» background_repeat=Â»repeatÂ» background_size=Â»initialÂ»][et_pb_column type=Â»4_4â?³][et_pb_text admin_label=Â»TextÂ» background_position=Â»top_leftÂ» background_repeat=Â»repeatÂ» background_size=Â»initialÂ» _builder_version=Â»3.0.105â?³ background_layout=Â»lightÂ»]

Global Sound Lab es una iniciativa global, plataforma de ideas y soluciones con el objetivo de resaltar la trascendencia del sonido en la experiencia humana.





Â¿CÃ³mo surgiÃ³ la idea para montar la empresa?

La verdad es que la idea surge de incorporar bajo un mismo concepto global todas las acciones y actividades que llevamos desarrollando los Ãºltimos 25 aÃ±os en torno al sonido como elemento transversal en la identidad corporativa y palanca de cambio sociocultural en el Ã¡mbito urbano.

Â¿CuÃ¡les son los retos mÃ¡s significativos a los que se enfrentan las ciudades? Â¿QuÃ© soluciones aporta vuestra empresa?

Las ciudades que no integren el diseÃ±o sonoro y anÃ¡lisis cualitativo del sonido en todos sus Ã¡mbitos estÃ¡n condenadas a ser menos habitables o inclusivas. Abogamos por que las administraciones cuenten con un Ã³rgano que integre el sonido como instrumento de identidad cultural, bienestar ciudadana y cohesiÃ³n social en todas sus polÃticas.
El sonido en el entorno urbano no se limita Ãºnicamente al sector audiovisual, el musical o al cultural, sino que puede ayudar a resolver problemas y tiene mÃºltiples aplicaciones en una ciudad, que abarcan desde la comunicaciÃ³n global hasta los objetivos de desarrollo sostenible, el urbanismo, la inclusiÃ³n o el turismo.
Como en cualquier Ã¡mbito, puede haber una parte de disputa polÃtica a la hora de aplicar el sonido a una ciudad -por ejemplo en la ordenaciÃ³n del trÃ¡fico, el ocio nocturno o la gestiÃ³n de las obras pÃºblicas- pero estamos hablando de solucionar problemas, de mejorar cosas y de tener en cuenta criterios sociales.
Destacamos la importancia del sonido tambiÃ©n en otras Ã¡reas, como la comunicaciÃ³n que traslada una administraciÃ³n a la ciudadanÃa, o su papel en cuestiones como la sostenibilidad. En el primer caso, el gran gasto que hacen los ayuntamientos en atenciÃ³n a la ciudadanÃa para tratar de explicar cÃ³mo se tienen que hacer determinadas gestiones o recibir un nuevo servicio, cuando seguramente ha habido una campaÃ±a previa que podrÃa haberse diseÃ±ado de una forma mÃ¡s clara a travÃ©s de sonidos icÃ³nicos o simbÃ³licos y evitar asÃ esa falta de conexiÃ³n y compromiso de los vecinos.
Como ejemplo, casi todas las aplicaciones que usamos actualmente son una digitalizaciÃ³n de servicios que anteriormente existÃan y que han pasado por un proceso de diseÃ±o, y cÃ³mo la pandemia demostrÃ³ que la industria espaÃ±ola con mejor sonido y mejor comunicaciÃ³n, podÃa adaptarse a nuevos cambios y retos.

Actualmente gran parte de las ciudades y entornos urbanos estÃ¡n lejos del paradigma de ser lugares sostenibles y eficientes. Â¿CuÃ¡les crees que son los temas por los que no se estÃ¡ apostando suficiente?

En materia de sostenibilidad es necesario pensar en el impacto medioambiental que va a generar una determinada decisiÃ³n -por ejemplo, cÃ³mo el sonido de un envase facilita su reconocimiento -, pero tambiÃ©n puede contribuir a la contaminaciÃ³n y la huella de carbono y los administradores en materia urbana y las marcas que manufacturan tienen una gran responsabilidad ya que consideramos que son los emisores de mensajes de impacto, palanca de cambio sociocultural que pueden y deben mejorar el mundo.

Las ciudades se estÃ¡n convirtiendo cada vez mÃ¡s en polos de atracciÃ³n para emprendedores y la creaciÃ³n de nuevas empresas. Pero, Â¿crees que nuestras ciudades mÃ¡s cercanas lo son tambiÃ©n? Si no es asÃ, Â¿quÃ© es lo que echas en falta?

En el desarrollo del tejido industrial del municipio hay que explicar a las empresas que, aplicando estrategias con el sonido como elemento y canal de conexiÃ³n pueden ser mÃ¡s competitivas. Hay estudios que demuestran que las empresas intensivas en identidad sonora corporativa desarrollan una capacidad exportadora un 30 por ciento mayor, es decir, aquellas que desarrollan un universo sonoro en toda su concepciÃ³n, percepciÃ³n de marca y experiencia de usuario, desde el principio como una inversiÃ³n y no como un gasto que no
siempre te va a parecer caro. Muchas de las empresas que todos idolatramos cuentan con sonido espaÃ±ol, y mÃ¡s concretamente Vasco. En Silicon Valley, hay muchÃsimo diseÃ±o sonoro. Estamos muy bien posicionados pero falta contÃ¡rselo al mundo.

En plena era de revoluciÃ³n tecnolÃ³gica, Â¿quÃ© importancia tiene para vosotros la gestiÃ³n de los datos a la hora de mejorar la eficiencia de los servicios urbanos?

Los datos no deberÃan de ser Ãºnica y exclusivamente elementos cuantitativos, hay un universo cualitativo que tambiÃ©n se puede medir. Un sonÃ³metro Ãºnicamente mide el decibelio como unidad de medida del ruidoâ?¦ Pero la cantidad de afecciÃ³n o desagrado que produce no. Ahora con nuestro partner Neurologyca podemos extraer KPIâ??s que transforman los estÃmulos multi-sensoriales en emociones y asÃ poder traducir la repercusiÃ³n del sonido y cÃ³mo afecta a nuestra experiencia emocional asÃ como a nuestro bienestar fÃsico y mental.

Â¿QuÃ© opinÃ¡is de los modelos econÃ³micos colaborativos que estÃ¡n surgiendo en las ciudades? Â¿Se deberÃa apostar mÃ¡s por ellos?

Por supuesto, es la Ãºnica vÃa posible ante la voracidad del modelo capitalista.

Â¿QuÃ© propuestas de mejora harÃas para tu ciudad?

EnseÃ±ar o fomentar en los mÃ¡s pequeÃ±os ciertas nociones de sonido y de cÃ³mo desarrollar una escucha del medio mÃ¡s activa, inclusiva y experiencial. Percibir los sonidos del entorno urbano con una consciencia superior nos permite despertar y conectar el resto de sentidos para amplificarlos y vivir asÃ con una mayor empatÃa y capacidad de escucha, un elemento tan importante en la comunicaciÃ³n humana.

Mensaje final:
Lograr que tanto el Ayuntamiento de la ciudad como la DiputaciÃ³n Foral abran los ojos a la importancia que tiene el sonido en el bienestar de la ciudadanÃa, valorar el sonido no como un residuo sino como un recurso estratÃ©gico, algo que podrÃa concretarse mediante un consejo o una â??Oficina de DiseÃ±o Sonoroâ?• en las ciudades que permita dar servicio, por ejemplo, a todos los departamentos de un ayuntamiento. En definitiva, se trata de que las instituciones apliquen estrategias para que sus ciudadanos vivan mejor, ya que el diseÃ±o sonoro urbano es lo que luego nos dificulta o no la vida a las personas.

Global Sound Lab es una de las empresas y entidades que forman parte de la AsociaciÃ³n Bilbao Urban & Cities Design, que surge como resultado de una intensa labor para crear una iniciativa en comÃºn, aprovechando la reputaciÃ³n de nuestros modelos de transformaciÃ³n urbana, formada por un grupo de profesionales y empresas en diferentes campos como el urbanismo, arquitectura, ingenierÃa, eficiencia energÃ©tica, medioambiente, movilidad e innovaciÃ³n social.

El objetivo de la misma es el de agrupar a una serie de profesionales a modo de **Think Tank**, apostando por nuevos modelos de ciudades mÃ¡s inclusivos y sostenibles, asÃ como por nuevos modelos de crecimiento y participaciÃ³n, y poder atraer proyectos urbanÃsticos con los que trabajar.

Y con sus empresas asociadas formar una **Plataforma de Soluciones Urbanas** con capacidad de dar respuesta a los retos actuales de las ciudades y entornos urbanos.

Bajo el lema de **Â«Reimaginar, Repensar y RediseÃ±ar Ciudades** y sus Ã•reas Metropolitanas desde un punto de vista urbanÃstico, sostenible, econÃ³mico, cultural y socialÂ», la AsociaciÃ³n cuenta una serie de servicios orientados tanto al Ã¡mbito local, como internacional.

[/et_pb_text][/et_pb_column][/et_pb_row][/et_pb_section]

Fecha
2026/09/05