

HITO DE TIFFANY (The Landmark)

OMA / SHOHEI SHIGEMATSU

FICHA TÉCNICA

Equipo de Proyecto: OMA Nueva York / Shohei Shigematsu. Asociado: Jake Forster

Ubicación: Calle 57 y la Quinta Avenida, Nueva York

The Landmark está en camino de lograr las certificaciones WELL Platinum y LEED Gold

Año Proyecto: 2018 - 2023

Superficie Intervención: 2150m² (incluye la terraza)

Estructura: WSP

Contratista general: Structuretone

Fotografías: floto+warner

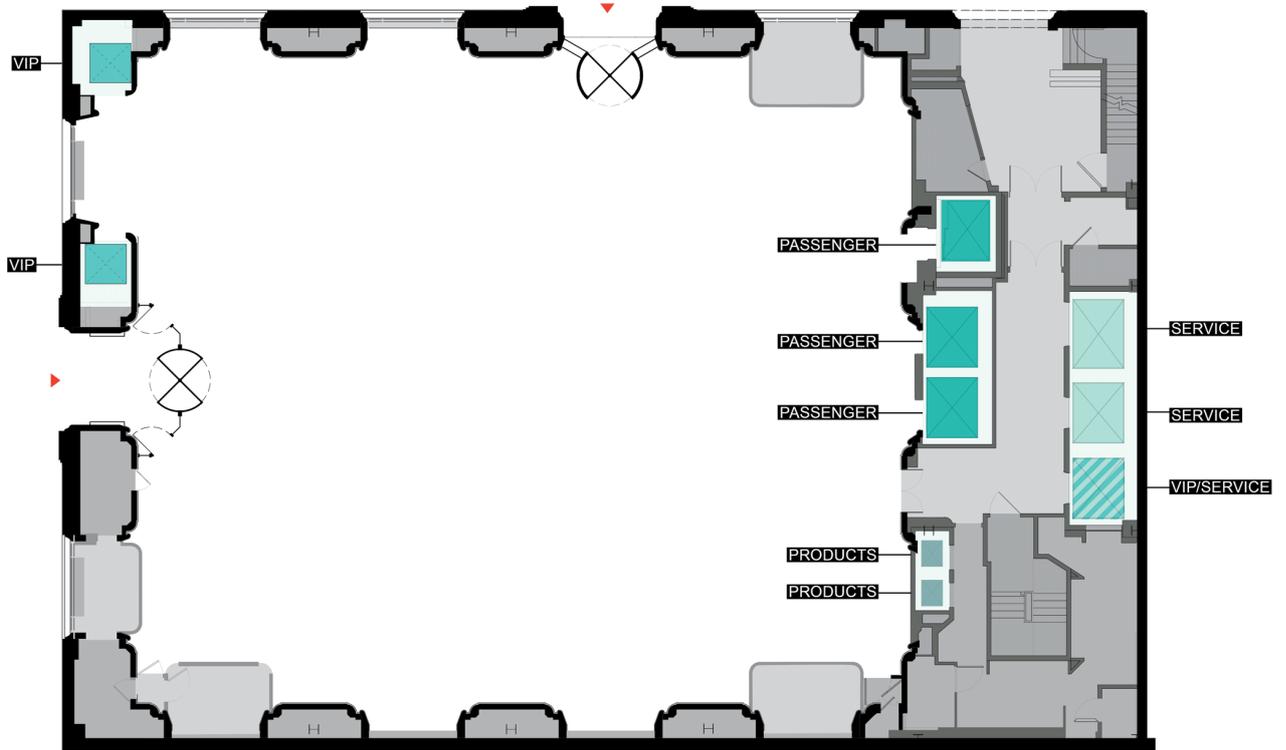


Tiffany & Co. es un ícono y una empresa minorista de Nueva York que ofrece artículos de lujo que van desde papelería y objetos cotidianos hasta joyería fina. Una historia de innovación y devoción por la belleza y el pragmatismo atemporales subraya cómo la casa de diseño especializado dio forma y reformó el panorama minorista local y global.

El buque insignia de Tiffany ocupó el 727 de la Quinta Avenida durante más de 80 años, estableciéndose como un elemento fijo por excelencia de Nueva York. Irónicamente, la experiencia o asociación con el buque insignia a menudo se limita a la planta baja más famosa del edificio, lugar de rodaje de películas. La renovación reinventa el buque insignia con un espectro de intervenciones, desde la reprogramación hasta la preservación y nuevas expresiones espaciales.

El 727 de la Quinta Avenida presentaba 10 pisos enteramente dedicados al comercio minorista, a una escala no muy diferente a la de los típicos grandes almacenes urbanos. Mientras que una tienda departamental es intrínsecamente diversa, con una amplia variedad de marcas, aquí una sola marca ocupa el edificio de varios pisos. ¿Cómo podría la renovación romper la posible

monotonía de comprar todos los productos Tiffany? ¿Cómo se puede maximizar el potencial de escala para brindar una experiencia diversa? ¿Puede el visitante participar plenamente en todo el edificio? ¿Cómo debería una marca patrimonial en un edificio histórico comunicar una narrativa coherente? ¿Se puede desplazar o distribuir verticalmente el centro de gravedad de la actividad?



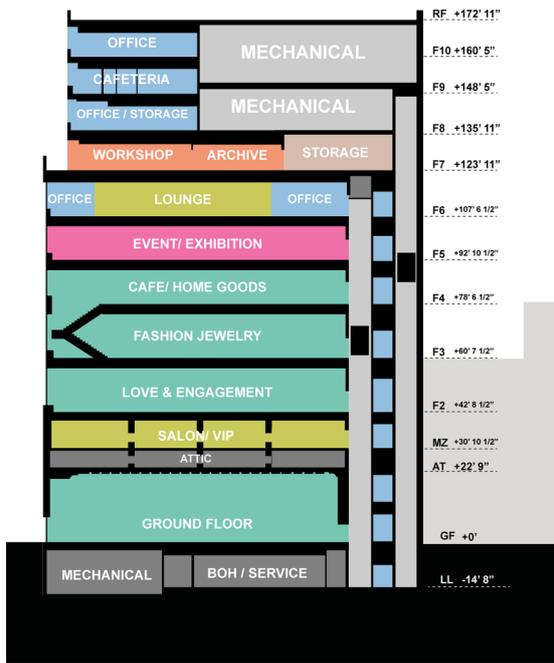
La transformación comienza con la reorganización y rezonificación de los programas comerciales para una circulación más fluida desde el nivel del suelo hasta los diez pisos. Se establece una infraestructura más eficiente moviendo y consolidando el núcleo en alineación con la entrada principal de la puerta giratoria y agregando un vestíbulo de ascensores que aclara el acceso a los niveles superiores.

La fachada de vidrio curvo preserva la transparencia y brinda privacidad para los programas VIP.

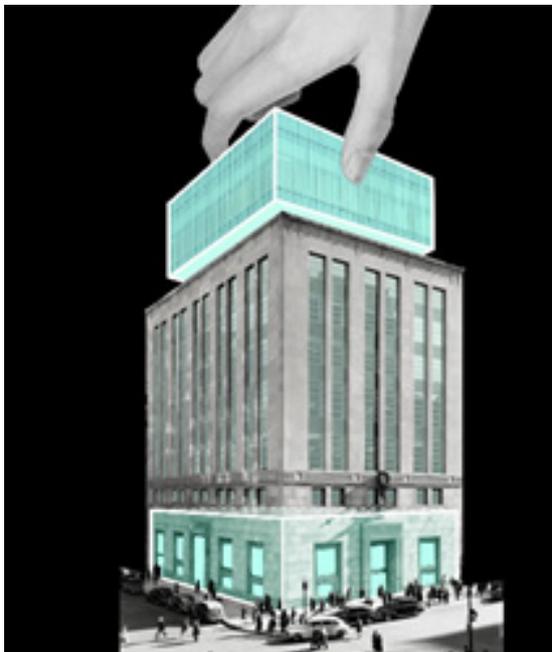
La curvatura requiere menos soporte vertical, lo que mejora un claro espacio a lo largo de la fachada.



Posiblemente el mayor desafío a nivel estructural de este proyecto consista en reconocer su organización estructural para detectar los puntos más críticos de intervenir. Esto permite dedicar especial atención a la intervención de los apoyos de la losa de mayor dimensión en cada planta, para evitar tareas complejas de ejecutar y que pongan en riesgo la seguridad e integridad de la obra. Es por eso que, en los niveles inferiores, advertimos que la mayor operación de intervención se ubica en la parte más dura del proyecto y consiste en adaptar las circulaciones verticales.



La ampliación de tres pisos en la azotea reemplaza un espacio de oficinas agregado en 1980.



La adición de un espacio exclusivo para exposiciones, eventos y clientes en el techo del edificio original de 1940 se concibe como una nueva dimensión del ecosistema minorista de Tiffany: un espacio para transmitir una identidad de marca en evolución y albergar nuevas iniciativas.

La arquitectura es generada por una actitud hacia el lujo que ha persistido a lo largo de la evolución de Tiffany: equilibrio de sensibilidades estéticas y prácticas como medio de innovación; aquí resolvemos ambas características de manera programática y formal. Una caja transparente apila dos pisos, exposición y evento, en su interior, creando una forma unificada con potencial para que dos programas funcionen juntos o de forma independiente. La fachada recta de vidrio ofrece vistas panorámicas y se aleja del borde de la envolvente del edificio existente para crear una terraza envolvente con vistas a la ciudad y al Central Park.

Para considerar una intervención sostenible, sin dudas, es importante reconocer la estructura principal resistente del edificio existente, su organización y capacidad portante, y aprovecharla como oportunidades para el nuevo proyecto. Como estrategia, reducir el peso de las envolventes, pisos y cubiertas existentes, modificar la sobrecarga de uso y reducir su masa garantizando el comportamiento final eficiente del edificio



Arriba, el piso del cliente se extiende sobre la terraza y está rodeado por una fachada de vidrio desplomada. A diferencia del vidrio curvo tradicional, que normalmente consta de dos piezas de vidrio con formas desplazadas entre sí, la fachada combina vidrio plano y curvo para aprovechar las dos cualidades diferentes, así como sus diferentes ventajas. El vidrio curvo es estructuralmente favorable y requiere menos soporte vertical al tiempo que crea un efecto de espejo que brinda privacidad desde el exterior. El vidrio plano de baja emisividad optimiza el rendimiento energético al tiempo que minimiza los reflejos del interior para preservar la transparencia de las vistas de la ciudad.

Parecida a una suave cortina, la fachada es un antídoto a los severos edificios de vidrio que se elevan sobre el Landmark y aporta una textura diferente a la forma sobria del edificio de piedra caliza existente. El nuevo joyero (o “caja azul” cuando se ilumina por la noche en Tiffany Blue) que flota sobre la estructura original es un comienzo simbólico para una identidad renovada del buque insignia y de la marca.



Fotografías del montaje de la piel de vidrio.

El volumen de la azotea resultante extiende la continuidad vertical de la estructura existente en su forma, estableciendo una suave transición del edificio histórico a un elemento de novedad en la parte superior. Resuelve las ideas de practicidad y preciosidad de manera formal y programática para generar un ícono renovado para el Landmark.

El diseño de envolventes debe ser flexible, ya que, el tipo y distribución de sus fijaciones estará condicionado por la presencia o no de elementos portantes existentes. Es importante diseñar estas fijaciones de tal forma de invadir mínimamente a la estructura que existe y se conserva, sin poner en riesgo su integridad y capacidad resistente. En estos casos los diferentes productos disponibles en el mercado, como las recomendaciones de sus proveedores, son un gran aliado para el diseñador.



“The Landmark es un edificio de diez pisos dedicado enteramente a una sola marca, lo que nos desafió a repensar la experiencia de la amplia gama de joyas preciosas de Tiffany & Co., así como sus diversos programas. El primer piso es un destino querido y atemporal y una piedra angular icónica de la Quinta Avenida de Nueva York y proporcionamos una infraestructura mejorada para extender esa identidad y energía cosmopolita al edificio. Anclando la rica experiencia vertical hay un nuevo espacio de reunión que refleja el dinamismo del nivel del suelo, empotrado del borde del edificio para ofrecer una terraza envolvente. Un volumen adicional flota sobre el espacio para eventos, envuelto en una “cortina” de vidrio que agrega un toque de suavidad a los duros muros cortina de las torres vecinas. El resultado es una vitrina translúcida para señalar nuevas actividades emblemáticas: un complemento contemporáneo al edificio histórico y el lanzamiento simbólico de una marca renovada”, dijo Shohei Shigematsu.