

COMO ORGANIZAR...

GUERRILLA LIGHTING

Esta guía ha sido redactada para facilitar un conjunto de instrucciones que expliquen detalladamente como organizar y desarrollar los eventos descritos y documentados en la página web guerrillalighting.net.

Se presenta con la mejor intención y el objetivo es que sea utilizada para dar a conocer Guerrilla Lighting y nuestro [manifiesto](#). No aceptamos ningún tipo de responsabilidad derivada de los eventos que no hayan sido organizados por nosotros mismos.



ES HORA DE EMPEZAR UNA REVOLUCIÓN EN ILUMINACIÓN...

GuerrillaLighting.net fue fundada en 2008 como una fórmula asequible y efectiva que demostrase la gran capacidad que tiene un buen diseño de iluminación urbana en la transformación de los espacios públicos a través de una serie de talleres y actividades.

Guerrilla Lighting no es una idea nueva. Ya ha habido por todo el mundo multitud de iniciativas, eventos y procesos en los que se creaban instalaciones temporales de iluminación. Las ideas y propuestas descritas en este documento son el resultado de una idea inicial desarrollada por BDP Lighting en 2007, y que ha ido creciendo y extendiéndose con la contribución de muchos colaboradores.

Este documento tiene como objetivo describir el procedimiento general utilizado para desarrollar estos eventos y mostrar sus resultados en www.guerrillalighting.net en un intento por hacer que esta iniciativa crezca aún más.

Si te animas a descargar este documento y a apoyar esta fórmula, te pediríamos que siguieras una serie de sencillas "reglas" a la hora de realizar y promocionar tu evento. Además de pedirte que compartas los resultados a nivel mundial a través de nuestra página guerrillalighting.net.

Regla #1: Esta iniciativa ha sido desarrollada para promocionar el diseño de iluminación en general, no una empresa o un proveedor de productos específico. Por favor, no comercialices en exceso el evento. Los organizadores, diseñadores y patrocinadores que participen deberán conseguir algo de publicidad pero la marca principal debe ser GuerrillaLighting.net.

Regla #2: Todos los eventos deben estar registrados en GuerrillaLighting.net y seguir las directrices básicas presentadas en este documento. Manda un correo a info@guerrillalighting.net para empezar con las conversaciones. Estaremos encantados de aconsejarte y ayudarte con la promoción.

Regla #3: Todos los diseños de iluminación deben estar bien desarrollados y proyectados por diseñadores de iluminación cualificados y con cierta experiencia.

Regla #4: Los resultados obtenidos deben documentarse y publicarse en GuerrillaLighting.net.

Regla #5: ¡Diviértete!



Centro de Birmingham, 2009

Este evento de Guerrilla Lighting fue organizado por el Ayuntamiento de Birmingham para promocionar el lanzamiento del plan urbanístico de la ciudad. Fue diseñado por BDP Lighting y la guerrilla estuvo formada por arquitectos locales, empleados del ayuntamiento y señores de traje.

RESULTADOS:



con agradecimientos a....

Esto solo ha sido posible gracias al patrocinio de varios fabricantes (entra en la web para ver sus nombres) y a la buena voluntad de los diseñadores. También agradecemos enormemente la labor de los fotógrafos, especialmente la de David Barbour y Sanna Fisher-Payne.

VISIÓN GENERAL

- * Varios meses antes de llevar a cabo el evento se visita la ciudad y se seleccionan los objetivos. Por experiencia, sugerimos que esta visita se realice, por lo menos, con dos meses de antelación para disponer de tiempo suficiente a la hora de diseñar, probar y perfeccionar los diseños (¡Pero entonces todos teníamos también trabajo a jornada completa!).
- * Las verdaderas guerrillas pueden ser reclutadas en cualquier lugar pero es importante que no conozcan del todo lo que van a hacer durante esa noche (en lo relativo a los efectos de iluminación) y, normalmente, tampoco en lo que a localizaciones se refiere.
- * El evento se publicita de manera intrigante y misteriosa, procurando que los participantes conozcan las localizaciones la misma noche del evento. Para despertar el interés y reclutar participantes se utiliza el envío masivo de sms, correos electrónicos y la página web de Guerrilla Lighting. Es necesario habilitar una dirección de correo electrónico a la que puedan responder todos los interesados.
- * La noche del evento se avisa a las guerrillas para realizar una pequeña sesión informativa. Imaginemos que vamos a disponer para el evento de, aproximadamente, 50 ó 70 participantes y que vamos a dividirlos en equipos de 6 a 8 personas.
- * Una de las claves para el éxito de este evento es disponer de varios líderes de equipo que sean realmente eficientes, que hayan sido previamente bien informados y que entiendan los objetivos del proyecto.
- * Inmediatamente después de la sesión informativa, los voluntarios se dividen en equipos y se aventuran a la calle dirigidos por los líderes de equipo.
- * Las guerrillas abordan cada localización en masa, apuntan al objetivo con sus equipos de iluminación y “disparan” al oír el sonido de una bocina. Se espera durante unos segundos para que los fotógrafos profesionales tomen las instantáneas del resultado, se apagan las luces y todos el mundo se desplaza a la siguiente localización. Cada emplazamiento se iluminará durante unos 5 minutos.
- * Aunque la iluminación surge de forma espontánea, está cuidadosamente planificada con antelación y los líderes del equipo deben asegurarse de que se cumple con los parámetros establecidos.
- * Después de completar todas las localizaciones, los participantes se dirigen a un punto de encuentro central para participar en una “After-Party” en la que se proyectarán las fotografías tomadas en cada una de las localizaciones. En el caso de tratarse de algún festival de iluminación, esta última parte podría formar parte de un evento más público, o semipermanente, en el que las fotografías se proyectan en la fachada de un edificio durante varias noches.
- * Los resultados de la misión se documentan y recogen en la web.



RESULTADOS:



Llevarlo al siguiente nivel...

Estamos realmente interesados en conocer tus ideas sobre como llevar Guerrilla Lighting un nivel más allá o sobre emplazamientos en los que merezca realmente la pena hacer un evento.

PRIMERA ETAPA: PLANEANDO LA MISIÓN

- * Visita las áreas de actuación y selecciona los emplazamientos. Los espacios que mejor funcionan son los que tienen poca luz ambiente, así como las estructuras con cierto grado de detalle y de ritmo arquitectónico. Las linternas disponen de un haz de luz bastante estrecho por lo que, generalmente, no iluminan bien superficies planas que sean muy grandes. Nos resultan interesantes los espacios urbanos crudos y abandonados, simplemente... ¡funcionan genial!
- * Empezarás con una "larga" lista de localizaciones, probablemente 10 y, posteriormente, irás reduciendo esta lista hasta quedarte con un máximo de 7 emplazamientos. Nosotros hemos llegado a hacer tan solo 3. ¡Es mejor hacer menos pero hacerlos verdaderamente bien! El itinerario entre las distintas localizaciones es importante. Es necesario que establezcas una ruta desde donde tiene lugar la sesión informativa inicial hasta el punto de encuentro final. Unos 2,5 km. es una distancia razonable. No establezcas distancias muy largas entre emplazamientos.
- * En anteriores misiones también se han tratado temas más generales. En Manchester (2007), queríamos usar el evento para llamar la atención sobre la pobre (por no decir inexistente) iluminación arquitectónica de la ciudad. En Londres (2008) queríamos usar el evento como plataforma para escribir al alcalde sobre el derroche de luz y energía. Esta es una gran plataforma para generar interés en los principales medios de comunicación. No se trata únicamente de hablar sobre la industria de la iluminación.
- * El punto de observación es también importante. Es fundamental tomar fotografías del antes y el después desde de la misma posición desde la que se han realizado los bocetos conceptuales. En esta fase merece la pena investigar un par de puntos de vista para cada emplazamiento. Piensa en la ciudad como en tu escenario.
- * Una vez que tengas una larga lista de localizaciones, realiza varios bocetos con diseños diferentes, sal a la calle y pruébalos.
- * Simulaciones. El equipo principal tiene que acercarse a los emplazamientos con las linternas para ensayar algunos efectos y posiciones, comprobando que el efecto de iluminación deseado es viable con las limitaciones que suponen las herramientas utilizadas (i.e. las linternas). Normalmente esto implica a 5 ó 6 personas. Estas simulaciones deberían ser fotografiadas desde las posiciones de observación apropiadas, asegurándonos que queden bien en cámara.
- * Revisa las fotos de las simulaciones y mejora los diseños. Puede que necesites volver a los emplazamientos durante el día para tomar mejores imágenes en las que basar los bocetos de diseño. Los borradores y bocetos son una parte muy importante del proceso, al igual que todo el material publicitario generado tras el evento, ya que demuestran que un buen diseño necesita ser planificado y que estos no surgen por sí solos.
- * Invierte un rato en repasar las fotos de las simulaciones realizadas en los emplazamientos preseleccionados para asegurarte de que todos los elementos funcionan bien juntos.
- * A partir de diseños conceptuales, desarrolla una serie de imágenes instructivas que muestren dónde han de colocarse los participantes, a dónde tienen que enfocar y qué filtros usarán en cada caso. Estas imágenes formarán parte del informe desarrollado para cada líder de equipo y se usarán también para determinar el número requerido de linternas y de gente en activo, en cada caso.



RESULTADOS:



esto fue en Finlandia...

En Finlandia ayudamos a jóvenes diseñadores a montar su propio evento. Ellos se encargaron del diseño y la organización, y nosotros ayudamos en la selección de los emplazamientos y el proceso de ejecución. Los resultados fueron magníficos y la publicidad que fueron capaces generar fue enorme.

¡Ellos diseñaron el logo!

SEGUNDA ETAPA: EL EVENTO

- * Prepara la sesión informativa de la noche de apertura para presentar Lighting Guerrilla, explicar en qué va a consistir la misión y establecer los escenarios en los que va a tener lugar.
- * Usando los diseños desarrollados en la primera etapa, se calculan cuántas linternas, LEDs, filtros, etc. son necesarios y qué localización le corresponde a cada uno de los grupos.
- * Los líderes de cada equipo deben llegar, aproximadamente, una hora antes que el resto para poder ser informados detalladamente sobre su cometido. Es responsabilidad suya que cada uno de los voluntarios esté en su sitio.
- * Tienes que conseguir que todos los voluntarios aparezcan una hora antes de que anochezca. Prepara bebida y, si es posible, un aperitivo. La preparación lo es todo. ¡Haz la presentación!
- * Divide a los voluntarios en grupos y asigna a cada grupo un líder. ¡Ahora son guerrillas!
- * ¡Salid en masa a la calle!
- * A vuestra llegada a la primera localización los líderes de equipo explicarán a los voluntarios donde deben situarse y hacia dónde han de enfocar sus linternas. Un puntero láser puede ser muy útil para hacer indicaciones.
- * Los fotógrafos tienen que coger posiciones y sacar la fotografía del Antes para disponer de una imagen del lugar sin iluminación, mientras las guerrillas se preparan.
- * El líder de la misión hace sonar la bocina, las guerrillas encienden sus linternas y apuntan al objetivo, procurando que la iluminación sea perfecta. Los líderes del equipo se aseguran de que todo esté correctamente enfocado y se mantienen las posiciones de iluminación.
- * ¡Haz las fotografías del Después! Conviene hacer varias fotos con distintos tiempos de exposición.
- * El líder de la misión hace sonar de nuevo la bocina, las linternas se apagan y se avanza a la siguiente localización. (El proceso se repite hasta completar el recorrido).
- * Retorna al punto de encuentro inicial (o al espacio habilitado para el After Show, abre unas cervezas, pon música y transfiere todas las fotografías a un ordenador portátil).
- * Proyecta las imágenes del evento para que disfruten de ellas los participantes. Normalmente se seleccionan un Antes y un Después para cada localización y algunas fotografías generales. La idea es que todos los participantes puedan ver la increíble transformación, mediante el uso de la luz, de la que ellos han sido una pieza clave.
- * Compara los resultados y envía las imágenes a martin@guerrillalighting.net para que las cuelgue en la página www.guerrillalighting.net.



RESULTADOS:



no te olvides...

Iluminar sin permiso puede meterte en un buen lío...

... pero es divertido.

APUNTES VARIOS Y CONSEJOS

- * La herramientas de iluminación que se utilizan principalmente son linternas de alta intensidad. La primera remesa de linternas las conseguimos por medio [ScrewFix](#) (Reino Unido), pero si escribes "5M Candle Power Torch" en Google vas a obtener infinidad de resultados. Las de Screwfix no son las únicas linternas de este tipo que existen pero funcionan realmente bien. Normalmente, tienen un precio aproximado de 30 ó 40 euros. A continuación disponéis de un enlace en [Amazon](#) a alguno de estos equipos.
- * También usamos los [Dot-lits](#) de Osram, normalmente nos los suelen regalar y estamos eternamente agradecidos por su increíble apoyo.
- * Otra herramienta realmente interesante son las versiones a batería de las Philips [LedLine](#). Una vez más, nos las suelen regalar o prestar, y estamos igualmente agradecidos por ello. Philips desarrolló estos equipos como producto de demostración para sus comerciales y nosotros les hemos encontrado otro uso.
- * Es importante que la persona que saque las fotos sea un fotógrafo profesional (o un muy buen amateur) y que incluya, por lo menos, una fotografía del Antes y otra del Después, desde la misma posición. También hemos obtenido buenos resultados con la filmación en video de los eventos. Todas las fotografías se tienen que preparar para colgarlas en [GuerrillaLighting.net](#), y para poder reproducirlas en la promoción de Guerrilla Lighting. Las fotos son uno de los apartados más importantes de la iniciativa, ya que son el reflejo permanente del efecto obtenido con la iluminación.
- * Es posible contar con patrocinadores para cubrir los gastos de organización, material, espacios de reunión, catering, suministro de uniformes para los guerrilleros y algunos otros gastos imprevistos. En el pasado hemos utilizado múltiples patrocinadores para mantener el evento lo más neutral posible.
- * Para maximizar el efecto de 50 ó 60 personas caminando por la calle con linternas de alta intensidad, normalmente, pedimos que los participantes acudan vestidos de negro o con ropas oscuras. En Londres hicimos una tirada de sudaderas de Guerrilla Lighting y en Glasgow hicimos unos abrigos. Estos uniformes fueron un auténtico espectáculo.
- * Todo el equipo utilizado por Guerrilla Lighting funciona a batería. Las linternas tienen una autonomía de 20 minutos por lo que es fundamental no utilizarlas innecesariamente. Este aspecto también limita el número de localizaciones que se pueden cubrir. Debería ser posible llegar a realizar, por lo menos, 4 intervenciones con esos 20 minutos.
- * La linternas, el alojamiento, los viajes, el transporte del equipo y las fotografías son algunos de los gastos asociados a este evento.

