Barcelona vibra con SEAT y Primavera Sound

Madrid | 02/06/2018

SEAT desarrolla un espectáculo tecnológico de luces en la Torre Glories

SEAT celebra su segundo año consecutivo como partner estratégico del Primavera Sound, uno de los festivales de música más importantes del mundo y que prevé reunir a más de 200.000 asistentes este año. La marca despliega diferentes actividades alrededor del festival, que abarcan diversas temáticas y acciones dentro y fuera del recinto de conciertos.

Susanne Franz, directora global de Marketing de SEAT ha destacado que “para SEAT, ser partners estratégicos de Primavera Sound va mucho más allá de un patrocino. Queremos crear experiencias, sensasaciones y emociones para los asistentes al festival y los ciudadanos de Barcelona”. Además ha añadido que “este es el escenario perfecto para ser creativos y compartir nuestro espíritu joven e innovador”.

Iluminando la noche de Barcelona

Una de las iniciativas más espectaculares se produjo anoche en la Torre Glories. Un grupo de influencers de toda Europa, utilizaron por primera vez un novedoso sistema de interacción digital para crear imágenes y mensajes que se proyectaron a lo largo de la arquitectura del icónico edificio de la ciudad.

Un DJ robot con inteligencia artificial

El SEAT Village, el espacio reservado para la marca dentro del recinto, alberga la acción musical y tecnológica más vanguardista del festival. SEAT y la Universitat Politècnica de Catalunya han desarrollado un robot para el Primavera Sound Radio stage, un canal de radio que emitirá en vivo las canciones indie favoritas de los visitantes.

Este DJ robot está dotado con un sistema de inteligencia artificial y es capaz de desarrollar un conocimiento musical eligiendo los mejores temas de los artistas que han pasado por el festival en sus 18 años de trayectoria y cuyos nombres estarán expuestos en el memorial del Village.

Además, gracias a su inteligencia y capacidad de aprendizaje, el robot aprovechará su actuación en el festival y la reacción del público para analizar las canciones que mejor funcionan.

Movilidad al ritmo de la música

Como empresa comprometida por ofrecer soluciones de movilidad, SEAT ha preparado dos iniciativas para los asistentes: la primera es una sorpresa para todas las personas que visitan el festival desde distintos países, poniendo a su disposición una línea gratuita de autobuses que conecta el Aeropuerto del Prat con el festival en el Parc del Fórum; la segunda está pensada para hacer más ligero el peregrinaje a cientos de asistentes, la marca ha puesto en marcha dos autobuses que recorrerán dos rutas en el interior del recinto que conectarán cuatro puntos neurálgicos, entre ellos el escenario principal, patrocinado también por SEAT.

Arte urbano internacional

Conectando con el espíritu artístico y vanguardista de Barcelona, la marca ha reunido en un solo lugar a los artistas Axe Colours (España), Kef! (Alemania), Kashink (France), TV_Boy (Italia), Paola Delfín (México) y mrcenzone (UK), con el objetivo de crear una obra de arte urbano, colaborativa y multicultural, en un muro de 55 metros de longitud ubicada en el Parc del Fórum.

Cada uno de ellos tiene la oportunidad de expresar su mirada sobre temas y características emblemáticas de la ciudad, como su luz, cultura, sonido, color, gastronomía y arte.

Autor: Redacción