

DISEÑO DE AMBIENTE EN LA CALLE PANAMÁ: PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, TRADICIÓN CACAOTERA 1890 – 1914

Autores: Milton Alcívar (1) & Jair Galarza (2)
Director de Tesis: M. Sc. Yuliana Corral
acorral@espol.edu.ec
Escuela de Diseño y Comunicación Visual
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
milgualc@espol.edu.ec (1) jjgalarz@espol.edu.ec (2)

Resumen

La presente investigación Diseño de Ambiente en la calle Panamá: preservación del Patrimonio Cultural, Tradición Cacaotera 1890–1914, aborda la problemática que surge de las falencias de los proyectos municipales en los sectores regenerados debido a la ausencia de señaléticas tanto para el peatón como para el tránsito vehicular, las mismas que deberían estar diseñadas acorde a la época tradicional de la calle que se pretende regenerar, para que de esta manera se logre conseguir una mejor comunicación visual con el fin de preservar el patrimonio cultural; como propuesta de solución para rescatar las características, la trayectoria histórica-comercial y el carácter emblemático-cultural de la calle Panamá, se ha respetado los principios documentales, bibliográficos y metodológicos que fundamentan teórica y conceptualmente el proyecto diseño de ambiente histórico-cultural, para que despierte emociones al rememorar la tradición cacaotera.

Palabras claves: *Diseño de ambiente, calle Panamá, patrimonio cultura, tradición cacaotera y boom cacaotero.*

Abstract

The scientific investigation titled Design of the environment of Panamá street: Preservation of cultural patrimony of cacao tradition explores the raising problems caused by the lack of different city hall's projects in the regeneration sectors. It can be noticed the absence of traffic and sidewalks sign. They should be designed in the same historical period that it's intended to preserve so it can be a better visual communication besides to preserve the cultural patrimony; As a solve proposal to rescue characteristics, historical-commercial and cultural emblematic character of Panama street a recognized place of economical advance. Due to its location as the main cocoa business center besides where the city born and grew Methodological and documental methods have been followed in order to sustain the concept and theory of creating a historical-cultural environment able to wake up emotions once the cocoa period is remembered.

Keywords: *Environment Design, Panama Street, Cultural Patrimony, Cocoa tradition, Cocoa Boom.*

1. Generalidades

En el año 2000 el Abogado Jaime Nebot Saadi en calidad de alcalde de la ciudad de Guayaquil, se propuso dar continuidad a algunas de las obras iniciadas antes por el Ing. León Febres Cordero como la del Malecón 2000 y la entrega de algunas de sus etapas que no habían sido concluidas.

La “Fundación Siglo XXI” fue creada con el objetivo de ejecutar proyectos de regeneración en la ciudad de Guayaquil mediante la contratación de profesionales y expertos de la construcción que entregarían las obras culminadas por etapas en diversas áreas de la ciudad.

En abril de 2013 la Ilustre Municipalidad de Guayaquil inició la regeneración de la calle Panamá, desde la calle Loja hasta la calle Junín, con la finalidad de iniciar la transformación arquitectónica, urbana y turística de esta arteria que conecta con la Av. 9 de Octubre y con el Barrio Las Peñas. La calle Panamá históricamente fue la zona cacaotera de la urbe, la misma que se llamó, en la época Colonial, calle Real. Luego en el siglo XVIII cambió su nombre por el de “La Libertad”. Años más tarde se la denominó calle Panamá.

Actualmente en la calle Panamá no existen elementos tangibles que rememoren la época de antaño, la tradición cacaotera entre otras características del auge de la fruta. El presente proyecto consiste en una propuesta para ambientar la calle Panamá, utilizando herramientas de diseño gráfico para la recreación visual del escenario vernáculo de los años 1890 a 1914, lo que contribuirá a la preservación del patrimonio cultural.

2. Formulación del Problema

La regeneración urbana en la ciudad de Guayaquil carece de elementos que ayuden a mantener una visión armónica tradicional que proyecte el valor cultural y la importancia del sector. Los sectores regenerados necesitan de ordenanzas específicas para colocar letreros, rótulos o publicidad en los espacios públicos y privados, lo que genera discordancia entre el aspecto colonial de la regeneración urbana y la visión del turista.

Los proyectos municipales en estos sectores no poseen señaléticas para el peatón ni para el tránsito vehicular, las que deberían estar diseñadas acorde a la época tradicional de la calle que se pretende regenerar, para que exista una mejor comunicación visual y preservación del patrimonio cultural.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar un ambiente en la calle Panamá mediante la rotulación y señalética, para la preservación del Patrimonio Cultural y la tradición cacaotera de los años 1890 a 1914.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar los valores urbanísticos y arquitectónicos de la calle Panamá de Guayaquil, que contribuirán a la base esencial de la propuesta.
- Demostrar la contribución del Diseño Gráfico en la preservación del Patrimonio Cultural y la tradición cacaotera de la calle Panamá.
- Diseñar la señalética y rotulación a lo largo de la calle Panamá, enmarcado en el concepto tradicional de la Regeneración Urbana.

4. Justificación

La historia de esta avenida está ligada al cacao, que en aquella época (1890-1914) se la conocía como la “pepa de oro”, debido a la abundancia del producto que situó al país como el primer exportador de cacao del mundo.



Figura 1: Comerciantes y exportadores regando el cacao en la Calle Panamá

Por esta razón, el proyecto para la ambientación de este sector es factible y concordante con la regeneración urbana. Uno de los objetivos finales es que quienes transiten por esta avenida conozcan el significado histórico y cultural de la calle Panamá, y de esta manera se preservará el patrimonio cultural y la tradición cacaotera de la ciudad de Guayaquil.

Se considera necesario incorporar estrategias, a través del diseño gráfico fundamentadas en el art nouveau y en los conceptos del diseñador inglés Robert Harling creador de la tipografía Play Bill basada en el estilo Italo francés de finales del siglo XIX, elementos visuales que tienden a recrear la línea de tiempo que sigue el proyecto.

5. Diseño de la Investigación

5.1 Marco Referencial

5.1.1 Plan de recuperación y desarrollo urbano de Valparaíso

El plan de recuperación y desarrollo urbano de Valparaíso (2006) es otro referente que solventa la presente investigación. El objetivo de la investigación era la de favorecer la preservación del patrimonio histórico de Valparaíso y al mismo tiempo impulsar nuevas actividades sociales y culturales. La razón principal que condujo a la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile a poner en marcha este proyecto fue la Declaración como Patrimonio Mundial de la Humanidad a Valparaíso por la UNESCO en el año 2003.

5.1.2 Sistema de Rotulación del Centro Histórico de Quito

La investigación de Iturralde (2005) “Sistema de Rotulación del Centro Histórico de Quito para la preservación del patrimonio cultural”, presenta una propuesta gráfica que otorga una nueva aplicación de estética y de legibilidad a una zona de gran afluencia turística. Para conseguir este efecto se propone un diseño tipográfico para la rotulación estandarizada y una implementación de iluminación cromática, de tal manera que resulte una herramienta eficaz para la ubicación e información turística.

En conclusión, se confirma la inquietud de los gobiernos latinoamericanos por preservar sus bienes patrimoniales y el acervo cultural de sus pueblos, como ejemplo nos queda las investigaciones hechas en la Habana y Buenos Aires.

5.2 Marco Teórico

5.2.1 Las imágenes ambientales

Lynch (1998) sostiene que las imágenes ambientales son el resultado de un proceso bilateral entre el observador y su medio ambiente. Este último sugiere distinciones y relaciones y el observador con gran adaptabilidad y a la luz de sus propios objetivos, escoge, organiza y dota de significado lo que ve.

Desde la perspectiva de Lynch el individuo tiene la capacidad de crear una historia mediante las imágenes que rodean su entorno.

5.2.2 Principio de Legibilidad

La legibilidad es de importancia decisiva en el escenario urbano, según Lynch la analiza con cierta detención y trata de demostrar de qué modo podría utilizarse hoy este concepto de nuestras ciudades. En realidad un ambiente característico y legible no solamente brinda seguridad sino también realza la profundidad y la intensidad, fortalezas de la experiencia humana.

5.2.3 La accesibilidad: Señalización y Señalética

Para las Ciencias Urbanísticas, encargada del estudio del espacio urbano, la señalética y la señalización tienen un efecto identificador y estructurador de las ciudades, mediante una correcta distribución del mobiliario urbano, para una mejor legibilidad, orientación e identificación de las actividades en las urbes.

5.3 Marco Conceptual

5.3.1 Boom Cacaotero

El “Boom cacaotero” se define como la etapa o las etapas donde hubo gran auge y producción masiva de la fruta, teniendo como resultado una exportación y demanda bastante considerables por parte del continente europeo, llegando a convertirse el cacao en el producto principal que sostenía la economía ecuatoriana.

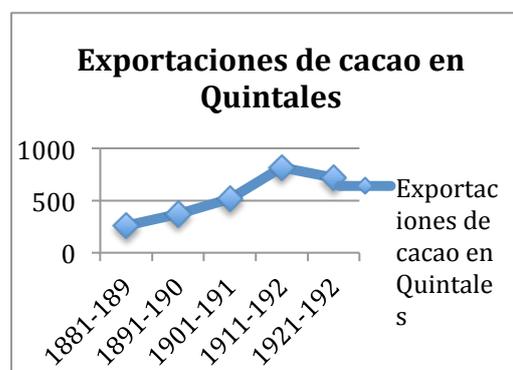


Gráfico 1: Exportaciones cacaoteras del Ecuador (Quintales)

5.4 Método de Investigación

El estudio tiene características cualitativas, la técnica que se utilizó para fundamentar el diseño con los criterios de expertos fue la entrevista, estructurada con preguntas abiertas. Los expertos fueron seleccionados de acuerdo con los años de experiencia y la profesión que desempeñan; podemos citar el ejemplo del Arq. Melvin Hoyos, Director de Cultura y Promoción Cívica de la Ilustre Municipalidad de

Guayaquil, el Diseñador Gráfico Pablo Iturralde, el Arq. Byron Yagual, entre otros.

El proyecto siguió el método documental y bibliográfico, con la finalidad de garantizar la calidad de los fundamentos teóricos del proyecto.

6. Propuesta

6.1 Introducción

La Tipografía empleada se asemeja mucho a la que se utilizaba en los comercios de Guayaquil como medio de identificación promocional y publicitaria.

La PlayBill, por asemejarse mucho a la que se utilizaba en los comercios de Guayaquil como medio de identificación promocional y publicitaria.

6.2 Justificación

La selección del art Nouveau es el fundamento artístico de la propuesta porque se adapta fácilmente a la vida moderna y está muy ligado a la producción industrial.

El referente artístico que los investigadores han seleccionado obedece a la similitud del ambiente parisino de la época y estilo dominante en los años 1890 a 1914 muy marcados en calles y edificaciones de Guayaquil y por ende en la calle Panamá, objeto de la propuesta. (Pimentel, 1986)

6.3 Propuesta Gráfica

6.3.1 Tipografía

PlayBill

Creada por el diseñador inglés Robert Harling en el año de 1938, basado en el modelo Italo-Francés antiguo, muy popular a finales del siglo XIX, y a su vez tuvo mucha influencia de los tipos egipcios, cuyos potentes remates, alcanzan una importancia exagerada, más que los rasgos principales.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 ,:;!@#%&()

Helvética

Por su sencillez y fácil lectura, se considera el uso de esta tipografía para generar una comunicación mas clara entre el soporte y el usuario ya que (...) “Es una

tipografía capaz de mutar de contextos. Diseñada para hablar en diferentes idiomas y lenguajes gráficos sin ninguna inclinación a sus contenidos” (Mesa, 2011)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#\$%^&*()=?¿

6.3.2 Postes Informativos De Las Calles

Postes de 2,5 metros aproximadamente de altura, los mismos que serán elaborados en tubos galvanizados, además de planchitas de acero de 54x35 cm, en las cuales se ubicará el nombre de cada calle. En la parte superior del nombre, se implementará un adorno típico del Art Nouveau debido a la influencia que tuvo para Guayaquil en los inicios del siglo XX.

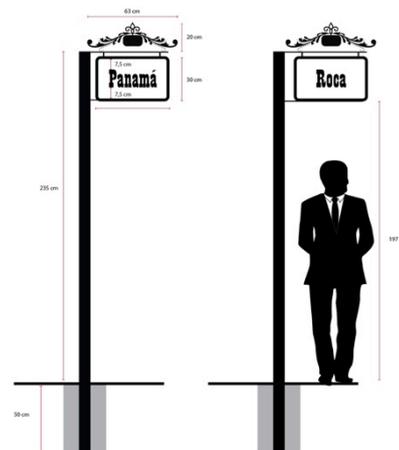


Figura 2: Propuesta de postes para direccionar calles.

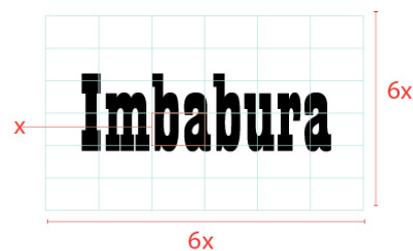


Figura 3: Retícula de diagramación de texto. (Calle Imbabura)

6.3.3 Soporte para señalética turística y de servicios

Postes de 2,5 metros aproximadamente de altura, con la variante del soporte de la señalética, que tendrá una medida diferente (54x54cm).

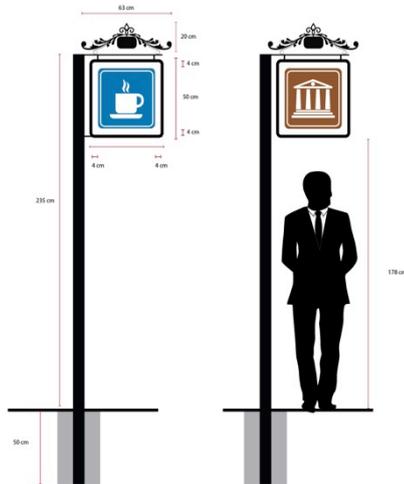


Figura 4: Propuesta de postes para señalética.

6.3.3 Totems Publicitarios

Elaborado de un material inoxidable, sus medidas son de 220 cm de alto aproximadamente por 120 cm de ancho en los que los dueños de los locales comerciales podrán publicar su marca respetando la gráfica de la época que se pretende rescatar. La característica principal de este totem, es la ornamentación utilizada en los postes mencionados anteriormente.

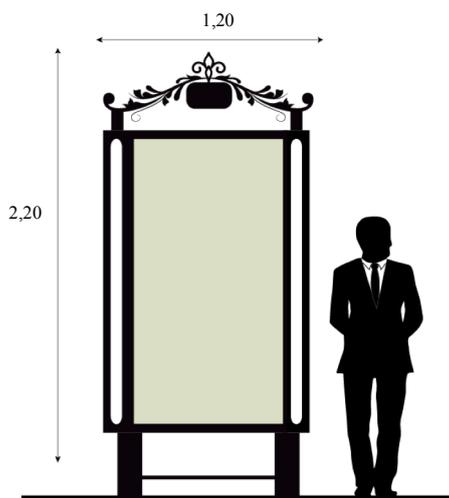


Figura 5: Propuesta de totem publicitario.

6.3.4 Toldos

Se propone un armazón de tubo redondo que estará instalado sobre los pilares que sirve de base para los balcones de las casas en la calle Panamá.

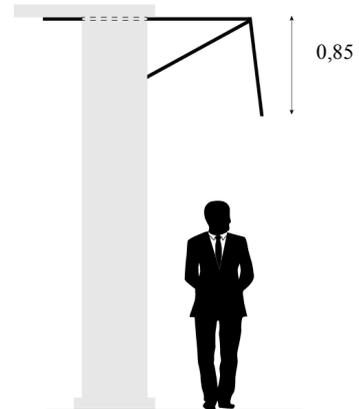


Figura 6: Armazón propuesto para ubicar toldos en fachadas de locales comerciales.(Vista Lateral)

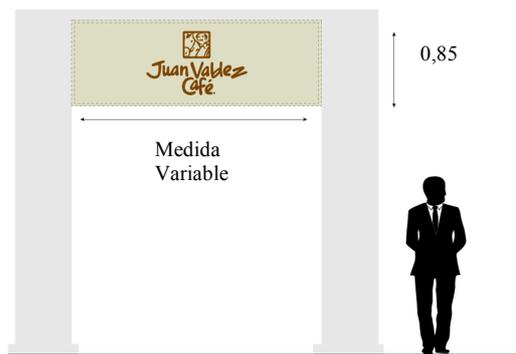


Figura 7: Lona Ubicada sobre el local.(Vista Frontal)

6.3.4 Elementos de información del auge cacaotero

Consiste en un conjunto de elementos característicos de la época del Auge cacaotero como lo son la balanza y el saco de cacao.



Figura 8: Propuesta de representación de las exportaciones de cacao.

La característica especial es que los números de los sacos de cacao sobre la balanza varien en su cantidad a medida que la línea de tiempo avance, con el fin de informar al peatón de forma simbólica el aumento y decaimiento de las exportaciones de cacao.

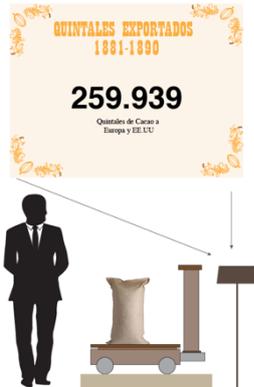


Figura 9: Propuesta de representación de las exportaciones de cacao. (1881 – 1890)



Figura 10: Propuesta de representación de las exportaciones de cacao. (1891 – 1900)



Figura 11: Propuesta de representación de las exportaciones de cacao. (1901 – 1910)



Figura 12: Propuesta de representación de las exportaciones de cacao. (1911 – 1920)

6.3.4 Diseño de publicidad a ubicarse en el tótem

Consiste en la adaptación de las publicidades de cada uno de los posibles locales comerciales a ubicarse en la calle panamá, los mismos que serán instalados en los totems publicitarios mencionados anteriormente.

El objetivo de esta propuesta es mantener el orden tradicional que se pretende implementar con las propuestas anteriormente dadas.



Figura 13: Afiche completo.

7. Presupuesto

Se detalla los costo de Impresión, y elaboración tanto como el de los postes como la publicidad y gráfica propuesta anteriormente.

ITEM / MATERIALES	CAN	V.	SUBTOTA
	T.	UNITARIO	L.
Totem Publicitario	1	\$ 470,00	\$ 470,00
Pedestal De Información	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Letreros Dobles Con Postes (Plancha de 0,8 x0,54 cm x 0,54 cm)	1	\$ 261,00	\$ 261,00
Tolda Publicitaria	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Letreros Dobles Con Postes (Plancha de 0,8 x0,54 cm x 0,35 cm)	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Balanza Romana	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Total			\$ 1.811,00

Tabla 1: Presupuesto de Soportes para Señalética

IMPRESIONES			
Impresión en Lamina Backlight (1,60 x 0,86 cm)	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Impresión en Lona Traslucida (1,60 x 0,86 cm)	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Impresión en Vinil Blanco Brillante más LaminaciónGloss (0,030 x 0,40 cm)	1	\$ 23,20	\$ 23,20
Ploteos Vinil de Color (0,520 x 0,50 cm)	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Ploteos Vinil de Color (0,520 x 0,20 cm)	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total			\$ 130,20

Tabla 2: Presupuesto de Impresiones

8. Conclusiones

En conclusión, se demostró que en la ciudad de Guayaquil, no existe un pleno conocimiento de la historia propio de la urbe por parte de los habitantes. Es importante resaltar que la accesibilidad entendida por Barthes, Bazant, Lynch y Blumenberg sirvieron para resaltar que todo ciudadano tiene largos vínculos con una u otra parte de su ciudad y que las imágenes deben estar embebidas con recuerdos y significados. Por estas y otras razones solventadas en el marco teórico se procede a crear la señalización y la señalética de la calle Panamá.

En relación a la parte artística de esta propuesta se concluye exponiendo los principios artísticos que se adaptaron como referentes estéticos: Alphonse Mucha, representante del art nouveau y los conceptos del diseñador Robert Harling, para conseguir el diseño de ambiente de la calle Panamá, preservar el patrimonio cultural y la tradición cacaotera de los años 1890 a 1914.

9. Recomendaciones

- Ubicar estética y estratégicamente las balanzas y los sacos de cacao dentro del perímetro urbano de la calle panamá, para lograr una correcta información secuencial de las exportaciones a los turistas.
- Colocar los postes para direccionar las calles de tal manera que la comunicación visual llegue sin problemas al peatón.

- Dar mantenimiento constante a las toldas para garantizar la pulcritud, la higiene y sobre todo la buena imagen de la calle.
- Exigir a través de una ordenanza municipal a quienes alquilen los locales comerciales, que la publicidad, decoración y el ambiente, estén enmarcados en los lineamientos de la propuesta.
- Preservar la integridad tanto de la balanza como los sacos de cacao, tomando medidas de seguridad para evitar que sea objeto de hurto o destrucción parcial o total.
- Motivar a través de concursos anuales a noveles investigadores en la propuesta de estrategias tendientes a preservar el patrimonio cultural de Guayaquil.
- Difundir a través de los medios de comunicación el presente proyecto, para que de esta manera sea apreciado por la mayor cantidad de personas posible

10. Referencias

- [1] Pimentel, P. (1986). Memorias del Guayaquil Antiguo.
- [2] Mesa, J. (2011).
- [3] Naranjo, S. (2014). Ministerio de turismo.
- [4] Spurrier, W. (2013). Obtenido de Las economías de Guayaquil y Quito.
- [5] Pérez, R. (s.f.). Obtenido de El Incendio Grande.
- [6] Hoyos, M. (15 de Enero de 2015). Diseño de Ambiente en la Calle Panamá. (A. d. Proyecto, Entrevistador) Guayaquil, Ecuador.
- [7] Suasnavas, S. (2011). Obtenido de Las Calles del Gran Cacao.
- [8] Debray, R. (1998). Vida y Muerte de la Imagen.
- [9] Universidad de Madrid. (2007). La Legibilidad de la Gran Ciudad.
- [10] Barthes, R. (1993). La Aventura Semiológica.
- [11] Wong, W. (2002). Obtenido de Fundamentos del Diseño.
- [12] Gómez, J. A. (1997). Las Calles de mi Ciudad (Vol. III). Guayaquil.
- [13] Chávez, M. Cronicas del Guayaquil Antiguo. Guayaquil.
- [14] Acosta, E. (2001). Obtenido de Investigación Tipográfica de Guayaquil.
- [15] Acosta, E. (2001). Investigación Tipográfica de Guayaquil.
- [16] Pérez, R. (1986). En R. Pérez, Nuestro Guayaquil Antiguo. Guayaquil, Ecuador.
- [17] Derrida, & Lacan. (Noviembre de 2006). Astrolabio.

[17] Lynch, & Blumenberg. (1998). La Imagen de la Ciudad.

[18] Revista Patrimonio Urbano. (s.f.). Intervención en Barrios Patrimoniales. Plan de manejo del casco histórico de Buenos Aires , 35.

[19] Plan de manejo del casco histórico de Buenos Aires. (Noviembre de 2004). Patrimonio Urbano , 35.

[20] Ravelo, G. (2007). Rehabilitación del patrimonio construido. Arquitectura y Urbanismo , 28 (1).

[21] Kepez, G. (2012). En G. Kepez, La educación Visual.

[22] Instituto Andaluz del Patrimonio Cultural. (1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural . París.

[23] UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre políticas culturales. París.

[24] Manguashca, J. (2012). Repositorio Institucional del Organismo Académico de la Comunidad Andina, CAN. La incorporación del cacao ecuatoriano al mercado mundial entre 1840 y 1925 .

[25] Chiriboga, M. (1988). Auge y Crisis de una economía agroexportadora: Periodo cacaotero. 9 , 102-103. (N. H. Ecuador, Ed.)

[26] Cooper, J. (2010). Helvética.

[27] La Nueva Calle Panamá. (Junio de 2013). La Nueva Calle Panamá. La Revista .