

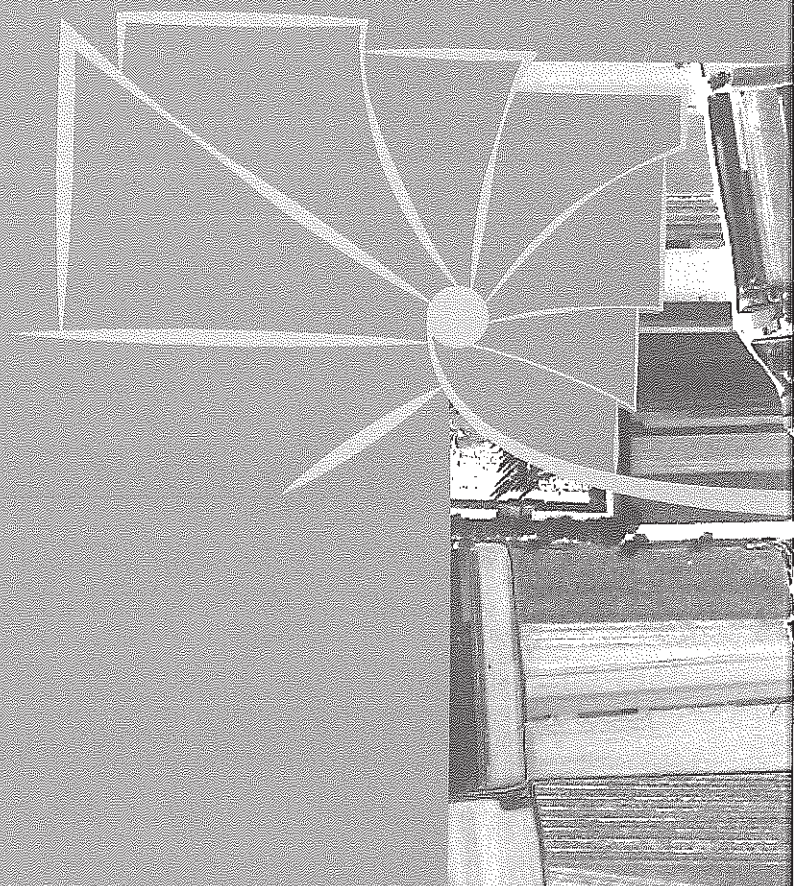
Homenatge a Eduard Pérez Lluch



València, quan la ciutat aplega a l'horta

Coordinació:

Víctor M. Algarra Pardo i Carmen Cárcel García



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA

REGIDORIA DE PATRIMONI CULTURAL
I RECURSOS CULTURALS

El present volum recull els textos de les intervencions realitzades en les Jornades de Patrimoni, Història i Cultura de Campanar i l'Horta de la ciutat de València. Homenatge a Eduard Pérez Lluch, celebrades del 3 al 5 de març de 2016 al Centre Municipal d'Activitats de Persones Majors de Campanar.

Les jornades foren organitzades per l'Ajuntament de València, l'Associació de Veïns de Campanar, La Linde. Revista Digital de Arqueología Profesional, la Fundació Assut, i Per l'Horta.

El comitè organitzador de les jornades estigué format per Víctor M. Algarra Pardo (direcció), Carmen Cárcel García, i Rafael Ibáñez (secretaria), i Vicent Sales, Ignasi Garcia, Pep Benlloch, i Salvador Benlloch (coordinadors d'àrees temàtiques).

© D'esta edició: AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
Regidoria de Patrimoni Cultural i Recursos Culturals
Servici de Recursos Culturals

© Dels textos: els autors
© De les imatges: els autors

Cobertes: Campanar i la seua horta del Pouet. Fotografia aèria 1956.

Dipòsit legal: V-2602-2016
ISBN: 978-84-9089-049-3

Imprimix: Grupo Zona, S.L.

Els passats 3, 4 i 5 de març de 2016, tingueren lloc les Jornades de Patrimoni, Història i Cultura de Campanar i l'Horta de la Ciutat de València, que ara veuen la llum en lletra impresa amb el títol *València, quan la ciutat aplega a l'horta. Homenatge a Eduard Pérez Lluch*, coordinat per Víctor M. Algarra i Carmen Cárcel García, membres del comitè organitzador d'aquelles jornades que esdevindran una fita en la cura del nostre patrimoni natural i cultural.

Eduard Pérez Lluch, historiador i cronista de Campanar, fou una persona dedicada a l'estudi del seu antic poble. Compromés amb la recuperació, la conservació i la rehabilitació, cap cosa de les vinculades amb Campanar li va ser aliena. Mostra de l'empremta que deixà no només entre els veïns, sinó en altres estudiosos i defensors de l'horta d'altres zones, és el sentit respecte amb el qual es prepararen i dictaren les conferències i taules rodones d'aquelles jornades.

En este llibre, podem trobar una pluralitat d'enfocaments a la (per)vivència del marc natural on va nàixer la ciutat de València, i amb el qual ha de conviure si no vol convertir-se en un monstre de formigó i ferro que arrossega tot el que troba. Cal dir que la sensibilitat amb què l'actual Govern municipal enfoca la cultura i el patrimoni (material i immaterial) és distinta a la de no arriba a dos anys, i el respecte cap a l'horta n'és un signe emblemàtic.

Històries personals, recuperació de la memòria, propostes de d'intervenció, noves tendències..., i amor per l'horta de tots. Este volum col·lectiu és una eina per a saber què fer i, dissortadament, també què hem perdut i què no devem repetir. Cal treballar per un futur de convivència, i sobretot per un futur on València torne a ser un lloc acollidor on gaudir dels avantatges d'una ciutat, però sense oblidar l'horta, el seu paisatge mil·lenari i entranyable.

Glòria Tello Company
REGIDORA DE PATRIMONI CULTURAL I RECURSOS CULTURALS

quals constituïxen una base sòlida per imaginar el futur del nostre barri i per extensió d'un nou model de ciutat amb convivència amb l'horta. Eixe és el nostre desig i en el que estem treballant amb il·lusió i esperança.

"Carpe diem" va dir el poeta romà Horaci: "Replega la collita al dia, aprofita el temps per a no

malgastar cap segon de la teua vida". I el nostre admirat Miguel de Cervantes va dir: "Los deseos se alimentan de esperanzas".

Antonio Pérez Martínez
President, Associació de Veïns i Veïnes
de Benimaclet

Ana Torres Barchino, Juan Serra Lluch

La renovación de los barrios a través de sus proyectos

Contexto

La importancia del comercio siempre se ha considerado una actividad necesaria para el crecimiento y desarrollo en las ciudades. A raíz de la crisis económica producida en los últimos años, el pequeño comercio tradicional de nuestros barrios se ha sometido progresivamente a cambios constantes, desapareciendo o convirtiéndose en otros servicios de carácter diverso.

El conjunto de pequeños comercios, que forman parte activa en las zonas históricas de nuestros barrios, cumple una función indispensable al ciudadano ofreciendo una venta más personal y cercana. En la actualidad, las grandes áreas comerciales han ido sustituyendo en gran medida al pequeño comercio, tiendas y talleres de barrio tradicional, ofreciendo nuevos servicios de venta rápida para todo tipo de público.

Algunos estudios sobre la actividad comercial en la ciudad de Valencia, plantean el comercio como "un sector en cambio constante, la actividad comercial es consustancial a la urbanización porque el comerciante siempre ha buscado la demanda para sus productos y ésta habitualmente se localiza donde existe una cierta concentración de población". Ciertamente, la evolución del comercio a partir de la primera mitad del siglo XX las nuevas formas de comercio prolifera un comercio que se transforma y se modifica con la apertura de nuevos establecimientos, un nuevo

concepto comercial que, sin duda y según las zonas urbanas, "constituiría una interesante innovación modificando las pautas de comportamiento de la sociedad" (Hermosilla 2009:179).

Actualmente, y a partir de la crisis económica acaecida a partir de 2008, se dan a conocer los cambios de contratos de alquiler hacia una renta más alta, las remodelaciones urbanas en los barrios o la liberación de horarios, entre otras causas, generando el cierre o traslado de comercios históricos centenarios en las ciudades. Entre estas y otras causas, los comercios tradicionales han sido el gran perjudicado ante el numeroso crecimiento de grandes áreas comerciales y franquicias introduciéndose en los pequeños espacios comerciales o asentándose en áreas urbanas de grandes proporciones.

Pero, a pesar de esta crisis financiera, tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto de comunidades autónomas y a nivel europeo, algunos comercios históricos o tradicionales apuestan por crear una vía de renovación, presentando proyectos e instalaciones innovadoras que crean un nuevo concepto de establecimiento más original y más vanguardista. Con frecuencia, esta renovación se muestra en los núcleos urbanos de nuestras ciudades, localizados en los centros históricos especializados en productos alimenticios o artesanales, convertidos en pequeños locales comerciales especializados, recuperando así, nues-



Proyectos realizados por alumnos del máster en Diseño ETSID-UPV en comercios históricos.

tro patrimonio cultural inmaterial, casi perdido en el tiempo (Boira 2002).

A partir de esta perspectiva, habría varios tipos de proyectos de renovación de los comercios en los centros históricos: proyectos de carácter arquitectónico, centrados en la imagen exterior e interior de los mismos que procuran respetar su identidad de carácter histórico, con una imagen más versátil e innovadora; proyectos e instalaciones que utilizan nuevos recursos, como diferentes materiales, iluminación más adaptada, colores y ambientes diversos, etc.; proyectos cuyas tendencias son más actuales y permiten ser captadores de nuevos clientes, entre otros casos.

Desarrollo

A partir de estos planteamientos y reflexiones, el Grupo de Investigación del Color en Arquitectura y Diseño, desde el Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica de la ETSAV, ha desarrollado diversos proyectos y acciones desde el ámbito universitario a partir de los estudios de investigación sobre el patrimonio arquitectónico y la proyección académica en la docencia de posgrado. Las nuevas líneas de investigación del grupo reúnen una serie de proyectos de diseño

para el pequeño o mediano comercio de los barrios y áreas cercanas a la ciudad de Valencia, que junto con los estudios de recuperación del color, han sido originados a raíz de la inquietud de recuperar nuestro patrimonio arquitectónico histórico y cultural.

La iniciativa de realizar un conjunto de propuestas en torno al comercio parte de la necesidad de crear una nueva imagen que ayude a mejorar el espacio interior del establecimiento, para potenciar el diseño de producto expuesto en sus escaparates, mediante la luz y el color, y rescatar el diseño original de su marca comercial. Las propuestas o ideas, generadas a partir de estas necesidades, fueron acogidas positivamente por el conjunto de los propietarios gracias a la colaboración de distintas asociaciones de comerciantes.

Estas inquietudes se trasladan en forma de actividades, que se desarrollan en torno a estas propuestas y se amplían, mediante un plan docente, a partir del curso académico 2011-2012, en el barrio de Ruzafa, y se continuaron en Benimaclet y el propio centro histórico de la ciudad de Valencia hasta la actualidad.

Ya que se busca crear una imagen más contemporánea del comercio histórico, se plantean, entre

ANTES



DESPUÉS



ANTES



DESPUÉS



Proyectos realizados por alumnos del máster en Diseño y Arquitectura de la UPV para los comercios históricos de los barrios de Benimaclet, Ruzafa y Mercat de Valencia.

otros objetivos, estudiar y analizar los problemas derivados de la falta de venta en el comercio(s) seleccionado(s); realizar propuestas de diseño para la mejora de la imagen exterior e interior del comercio; y diseñar escenarios creativos y artísticos que ayuden a potenciar el producto expuesto para su venta.

A partir de estos objetivos se inicia una primera revisión y valoración de los proyectos, realiza-

dos por los alumnos, dando a conocer este proceso al propietario del comercio. En una última fase, los estudiantes ponen en práctica el proyecto y se materializa en el pequeño espacio comercial.

Estas iniciativas llevan, por consiguiente, varios resultados:

Aproximación histórica del entorno urbano y del paisaje, que se concreta en el estudio de un



Proyectos realizados por alumnos del máster en Diseño y Arquitectura de la UPV para los comercios históricos de los barrios de Benimaclet, Ruzafa y Mercat de Valencia.

núcleo o zona de la ciudad hasta el estudio de las vías con actividad comercial de interés.

- Análisis de las características, configuración o composición de los productos de primera necesidad, el tipo de cliente, etc.
- La observación directa desde la calle y centros de interés del escaparate según la visión del cliente.
- Estudiar el espacio interior, materiales, disposición de tarimas, elementos de montaje, etc.
- Beneficio económico del comerciante, conseguido gracias a la mejora de la imagen del conjunto del establecimiento.
- Intercambio de conocimientos entre la Universidad y el pequeño comercio-empresa, acercando al alumno a una realidad mediante las prácticas del trabajo de campo.
- Incremento y mejora del comercio local y tradicional mediante la ayuda de variables perceptivas, de diseños creativos e innovadores, propuestas con nuevos conceptos y nuevas formas de entender el espacio o el lugar.

Conclusión

Esta aportación es conveniente para concienciar y manifestar las problemáticas existentes en áreas o lugares de nuestro entorno más cercano que necesitan de planes urbanísticos y regeneradores respetando nuestros paisajes como patrimonio cultural. Dar un impulso apropiado e inteligente que no solo ayude a la reflexión y al debate, sino que aporte conclusiones eficientes, acciones necesarias y concluyentes próximas al ciudadano, que es, en definitiva, el que vive y trabaja para su territorio.

No olvidemos los entornos y poblaciones donde se desarrollan las actividades más cotidianas, cercanas a la huerta y que generan vida, calidad y promueven una economía enriquecida por todo aquello que se cuida.

Nuestra aportación trata de establecer un vínculo entre los jóvenes universitarios y las personas que viven y trabajan en torno al comercio de proximidad. Se ha de sensibilizar al alumnado de la importancia del comercio tradicional, acercándolo a la realidad -espacio público y uso colectivo-, acercándolo a las zonas de ámbitos diversos, el paisaje natural cercano a lo urbano, las actividades generadas a raíz de la cercanía de ese paisaje

que genera una producción artesana manifestada en productos diversos y de primera necesidad, y que, tristemente, han sido alejadas o apartadas en muchas áreas de nuestra geografía.

Y, por último, conviene destacar tres intereses principales:

1. La importancia del comercio, siempre se ha considerado una actividad necesaria para el crecimiento y desarrollo en las ciudades.
2. El conjunto de pequeños comercios, que forman parte activa en las zonas históricas de nuestros barrios, cumplen una función

indispensable al ciudadano ofreciendo una venta más personal y cercana.

3. Las propuestas o ideas, generadas a partir de estas necesidades, fueron acogidas positivamente por el conjunto de los propietarios gracias a la colaboración de distintas asociaciones de comerciantes.

Ana Torres Barchino, Juan Serra Lluch
Profesores del Dpto. de Expresión Gráfica
Arquitectónica. Escuela Técnica Superior
de Arquitectura de Valencia-UPV
atorresb@ega.upv.es
juaserl1@ega.upv.es