



**facultad de
arquitectura**



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Facultad de Arquitectura

Período de Titulación N° 47 • 2020

TESIS

**LA ARQUITECTURA EFÍMERA EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA
DISEÑO, PRODUCCIÓN Y MONTAJE DE UN STAND COMERCIAL
PARA LA EXPO AGROBAJA 2020. MEXICALI, B.C. EN MARZO DE 2020**

Que para obtener el título de arquitecto presenta:

Félix Contreras Vega

Mesa Sinodal:

Asesora

DRA. ELSA ANAID AGUILAR HERNÁNDEZ

Morelia, Michoacán. Septiembre de 2020

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Universo por darme las herramientas y la oportunidad de reivindicarme en una pequeña parte de Su Proyecto. A mis padres por la vida y el privilegio de vivir en apacible y feliz familia, a Fabiola mi esposa, de quien durante algunos años he tenido la comprensión y el apoyo para salir adelante a base de confianza, entrega, tenacidad y esfuerzo en todos los sueños y retos que hemos visto juntos cristalizarse en nuestras manos. A mis hijos Adam y Vera, quienes supieron despertar y empujar en mí el anhelo un tanto olvidado de obtener un grado académico truncado por necesidad, pero vivido intensamente como profesión.

Agradezco la confianza de la empresa Micro Molienda México por confiarme el desarrollo de su proyecto mediante la empresa Imagix Creative Agency, y agradezco también a la Universidad Michoacana por darme la oportunidad de re encontrarme en el camino profesional y poder así participar activa y responsablemente en el desarrollo de nuestra comunidad y nuestro país. A Anaid por su asesoría, paciencia y por saber despertar en mí el entusiasmo del enfoque adecuado e inspirador en mi trabajo, para alimentar y concluir este para mi, importante paso.

RESUMEN

Antecedentes. La arquitectura efímera ha sido parte constante del desarrollo de las actividades del hombre en su transición del ser nómada a sedentario, realizando para ello construcciones efímeras tan útiles como indispensables para cumplir con diversos usos; bodega, cosecha o refugio temporal para protegerse de las condiciones climáticas o pertrechos de guerra. La utilización de la arquitectura efímera ha incluido la construcción de arcos triunfales, decoraciones espontáneas para grandes y masivos eventos sociales o para visualizar a través de la construcción de maquetas, las posibilidades de un futuro edificio. Hoy la arquitectura efímera ve una oportunidad de desarrollo en el montaje de grandes eventos y espectáculos teatrales, musicales, religiosos, políticos o deportivos, donde se hace alarde del uso de tecnología lumínica, de sonido, de imagen, con apoyo motriz, eléctrico hidráulico, eólico, pirotecnia, etc., artilugios que terminan desapareciendo una vez concluida la función, haciendo honor a su característica de “efímero”¹.

Las Exposiciones. La Primera exposición universal de la historia conocida como la “Gran Exposición” se realizó en Londres en 1851, para la que se construyó la impresionante edificación efímera que albergaría sus actividades, conocida como “*The Cristal Palace*”, diseñada por Joseph Paxton en 1851 durante el apogeo de la Revolución Industrial.

Nuestra Exposición. El reto que implica la construcción de un espacio efímero para alojar las bondades de los productos y servicios que una empresa ofrece a sus posibles usuarios durante tres días de exhibición, presenta sin duda una gran dificultad si atendemos a los requerimientos que herramientas como la publicidad, la comunicación y la mercadotecnia establecen como guías para lograr que un usuario identifique esa oferta dentro de su universo personal, mediante el desarrollo de una experiencia vivencial precisamente en un reducido espacio y lapso de tiempo.

¹ 11 de febrero de 2014. *Arquitectura Efímera*. BZ Arquitectura. Recuperado: abril de 2020. URL: <http://bzarquitectura.com/arquitectura-efimera/>

El objetivo del trabajo será lograr mediante el diseño, construcción y montaje de un reducido espacio comercial, a su vez ubicado dentro de un conglomerado de espacios comerciales aún mayor; que en el visitante o usuario permanezca la imagen de una marca y se lleve una idea clara del producto o productos mostrados, la practicidad de su uso y la consecuente generación de la necesidad de obtenerlos, los beneficios ofrecidos, sus ventajas competitivas y sobre todo, conseguir en ellos una intención de compra o cuando menos la necesidad de información detallada de los mismos. De allí que un proyecto de arquitectura efímera exitoso deberá cumplir con la mayoría de estos puntos.

La empresa Micro Molienda México nos requirió la implementación de un proyecto arquitectónico temporal para su participación dentro de la Expo Agro Baja 2020 llevada a efecto en la ciudad de Mexicali, B.C. en marzo de 2020, Este proyecto incluye la participación de una serie de disciplinas y elementos fuera del área de la arquitectura, las que aportan sentido a las decisiones y criterios de diseño, como son la mercadotecnia, la comunicación, y el diseño gráfico.

Este trabajo busca ilustrar a los lectores el proceso que se requiere para implementar el diseño, la construcción, montaje y operación de un stand dentro de una exposición de esta naturaleza.

Palabras clave:

Arquitectura Efímera

Producción de Stands

Exposiciones Internacionales

ABSTRACT

The challenge of building an ephemeral space to house the benefits of the products and services that a company offers to its potential users during three days of exhibition, undoubtedly presents a great challenge if we attend to the requirements that tools such as psychology, advertising, communication and marketing established as guides to achieve a user to identify this offer within his personal universe, through the development of such an experience, precisely in a reduced space and period of time.

The goal of this work will be to achieve through the design, construction and assembly of a reduced commercial space, located within an even larger conglomerate of commercial spaces; that in the visitor or user the brand remembrance remains and they get a clear idea of the product or products shown, the benefit of their use and the consequent generation of the need to obtain them, the benefits offered, their competitive advantages and above all, get in them a purchase intention or at least the need for detailed information about them. Hence, a successful ephemeral architecture project must meet most of these points.

The company Micro Molienda México required us to implement a temporary architectural project for their participation in the Expo Agro Baja 2020 carried out in the city of Mexicali, B.C. In March 2020, this project includes the participation of a series of disciplines and elements outside the area of architecture, which provide meaning to design decisions and criteria, such as marketing, communication, and graphic design.

This work seeks to illustrate to the readers, the process required to implement the design, construction, assembly and operation of a stand within an exhibition of this nature.

INDICE

1. ANTECEDENTES	7
Significado y orígenes de la arquitectura	7
Desarrollo de la arquitectura efímera a través de la historia	8
Las ferias	26
Las primeras ferias	27
La Gran Exposición de 1851	35
Ferias contemporáneas	41
2. TIPOS DE ARQUITECTURA EFÍMERA	46
Arquitectura nómada	46
Arquitectura obsolescente	49
Arquitectura de emergencia	50
3. PRINCIPIOS DE LA ARQUITECTURA EFÍMERA	52
4. EJEMPLOS DE ARQUITECTURA EFÍMERA	55
5. PROPUESTA DE ARQUITECTURA EFÍMERA Expo AgroBaja 2020	69
6. EL CLIENTE	74
Descripción general	74
Sus productos	74
7. LA ESTRATEGIA	77
Objetivos	77
Generación de un Briefing	77
Conclusiones	79
8. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	81
9. EL PROYECTO.	83
Stand. Espacio contratado	86
Programa arquitectónico	87
Elementos de diseño	88
Piso	89
Bodega	90
Marquesina	91
Armado	91
Branding	92
Definición y diseño de la comunicación gráfica	93
Presentación	98
10. MONTAJE	100
BIBLIOGRAFÍA	105

1. ANTECEDENTES

SIGNIFICADO Y ORÍGENES DE LA ARQUITECTURA EFÍMERA

La palabra efímero proviene del latín griego² ἐφήμερος, de un día; y es usada para referirse a algo de corta duración, es la suma de las palabras *epi* (alrededor) y *hemera* (día)

La Real Academia de la Lengua Española³, define la palabra *Efímero* como el significado de algo pasajero, de corta duración. Algo que tiene duración de un solo día, por lo que ocurre alrededor de un día y que no sobrepasa esa unidad temporal. Es decir, que comienza y acaba rápido, de forma fugaz.

Efímero, sin adj.

1. *Eso no dura mucho*
2. *Eso dura solo un día*

Si bien no hay mucho material dedicado a esta vertiente de la arquitectura en su actual desarrollo, algunos autores la consideran importante como precursora de grandes obras permanentes, muchas de las cuales aún hoy permanecen. El portal *UK Essays* del Reino Unido⁴, publicó un ensayo sobre *Arquitectura y Estructuras Efímeras*, donde afirma que - aunque generalmente pensamos en lo efímero como una breve experiencia o encuentro de una duración de tiempo incierta; no es de extrañar que involuntariamente asumamos que tales experiencias momentáneas son insignificantes -. Por corta que sea la experiencia, tiene la capacidad de imprimir una impresión más prominente y duradera.

² Diccionario DIRAE. Recuperado de: <https://dirae.es/palabras/etimol%C3%B3gico>

³ Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de: <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>

⁴ Essays, UK. (November 2018). Architecture And Ephemeral Structures Cultural Studies Essay. Recuperado de: <https://www.ukessays.com/essays/cultural-studies/architecture-and-ephemeral-structures-cultural-studies-essay.php?vref=1>

DESARROLLO DE LA ARQUITECTURA EFÍMERA A TRAVÉS DE LA HISTORIA

De acuerdo a la revista virtual española *BZ Arquitectura*⁵ en un artículo publicado por Miguel Burgués Soriano; La arquitectura efímera ha existido desde el comienzo de nuestra historia. Sin embargo, no ha recibido la atención o interés de que pueda tener una arquitectura de permanencia o mayor durabilidad.

En el portal Hisour.com⁶, se conoce como arquitectura efímera al arte o técnica de proyectar y realizar construcciones pasajeras, que duran poco tiempo. Lo efímero ha sido una constante en la historia de la arquitectura, aunque es necesario distinguir entre construcciones diseñadas para uso temporal y aquellas que, a pesar de estar hechas con durabilidad en mente, presentan una breve duración debido a diversos factores, especialmente la mala calidad de materiales (madera, adobe, yeso, cartón, textiles), en culturas que no tendrían sistemas de construcción sólidos suficientemente desarrollados.

La arquitectura efímera se usaba generalmente para celebraciones y fiestas de todo tipo, como el diseño de decorados o la decoración para un acto específico, que se desmantelaba después de tener lugar.

A pesar de su naturaleza circunstancial, lo efímero se ha referido a una arquitectura recurrente y relevante. Desde los conjuntos barrocos a las instalaciones contemporáneas, en lo efímero, cada época ha dado forma a su idea de celebración, y la ha materializado con la técnica disponible en ese momento. Hoy lo efímero continúa cumpliendo estas funciones lúdicas y experimentales, pero también aspira a canalizar nuevas ideas sobre el espacio público y la participación social, a medio camino entre la ciudad y la naturaleza.

⁵ Miguel Burgués Soriano (2014) Art. *Arquitectura Efímera*. Revista Digital BZ Arquitectura. Revista Digital. (Barcelona). Disponible en: <http://bzarquitectura.com/en/ephemeral-architecture/#comments>

⁶ HiSoUR es una plataforma sin fines de lucro que ofrece apreciación del trabajo de arte: <https://www.hisour.com/es/ephemeral-architecture-33950/>

Robert Kronenburg⁷ dice que los edificios temporales, que son ricos en cualidades efímeras, también pueden tener un uso más continuo en sitios más permanentes, de la misma manera que los escenarios tienen una vida efímera en un teatro.

De esta manera, “evento” como una noción en arquitectura se usa para crear una asociación con el edificio al tomar nota del tiempo y el evento en el uso del edificio en sí, y puede implicar, por lo tanto, el poder y la fragilidad del edificio, También tiene el poder de controlar lo efímero del contenido en sí.

Observando las escasas imágenes del uso de la arquitectura efímera que nos llegan del pasado, podemos recalcar el valor utilitario y de prestigio que otorgaba a quienes sabían y podían utilizar sus bondades.

El diseño y construcción de una carroza real para dar lugar al traslado del gobernante a sus dominios, como es el caso de la *imagen 1*, en que apreciamos al emperador Constantino sentado en un elaborado trono móvil, escoltado por sus generales en una entrada triunfal que no dejaría lugar a dudas de su majestad y poder, pudiendo observarse los detalles de construcción en el atableramiento, aplicaciones ornamentales, el respaldo y la altura, materiales, colorido, etc.

⁷ Essays, UK. (Noviembre 2018). Architecture And Ephemeral Structures Cultural Studies Essay. Robert Kronenburg. Recuperado de: <https://www.ukessays.com/essays/cultural-studies/architecture-and-ephemeral-structures-cultural-studies-essay.php?vref=1>



Imagen 1. Entrada triunfal del emperador Constancio II a Roma año 356. Pintura de Giorgio Albertini (1930)
imagen. arrecaballo.es

Tanto la arquitectura egipcia como la griega y romana se destacan por su monumentalidad y el deseo perdurable de sus construcciones, especialmente las religiosas. Las construcciones efímeras ocurrieron especialmente en ceremonias públicas y celebración de victorias militares, o en celebraciones relacionadas con reyes y emperadores. Hay un testimonio valioso de un pabellón erigido por Ptolomeo II de Egipto para celebrar un banquete, relacionado por el Ateneo (imagen 2).

“Cuatro de las columnas tenían forma de palmeras, mientras que las del centro parecían tirsos. Fuera de las columnas, en tres lados, había un pórtico con un peristilo y techo abovedado, donde se podía ubicar el séquito de los invitados. En el interior, el pabellón estaba rodeado por cortinas violetas, a excepción de los espacios entre las columnas, adornadas con pieles de extraordinaria variedad y belleza.”⁸

⁸ Extracto del poema *Como ángel cierto*, incluido en el artículo *Arquitectura efímera*, Autor corporativo. (2018). *Arquitectura efímera*. 23 abril 2020, de Hisour.com. Recuperado de: <https://www.hisour.com/es/ephemeral-architecture-33950/>



*Imagen 2. El Festival Opet en Karnak, Tebas. (1570-1069 a.C) Ilustración moderna de Millmore.
Imagen apaixonadosporhistoria.com.br:*

En los anales de la historia de la larga Guerra de Troya, se cuenta que con el objetivo de traspasar las grandes e imbatibles murallas de Troya en una guerra que parecía no tener fin, el héroe griego Odiseo tuvo la idea de construir un gran y hermoso caballo de madera, símbolo sagrado para los troyanos, como aparente ofrenda de sumisión, quienes asombrados por el fastuoso y repentino regalo, desconfiados en principio pero conquistados por su belleza, introdujeron la ofrenda dejada a las puertas de la ciudad sin saber que en su interior aguardaban ocultos los mejores guerreros el momento preciso para atacar (*imagen 3*).



Imagen 3. Caballo de Troya. Still de la película "Troy". Warner Bros Pictures (2004).

La genial construcción, cumplió con el objetivo de funcionar como una estructura temporal mientras se desarrollaba el plan de ataque al enemigo, siendo capaz de albergar el espacio necesario y el peso de los guerreros en espera.

Ya en la Edad Media, y como manifestación incipiente de una necesidad de esparcimiento, en compañía de trovadores y cantantes surgieron los eventos callejeros. Vemos otra aplicación de arquitectura efímera como fuente de practicidad y soluciones rápidas y eficientes en el incipiente diseño de una plataforma como escenario observando la utilización de elementos portátiles como son la escalera, los barriles de madera dando altura y sustento a la estructura del tablado, y la construcción ligera que alberga el fondo del escenario para dar paso a entrada y salida de los actores, cuidando además detalles de materiales y decorado afines a la presentación (*imagen 4*).

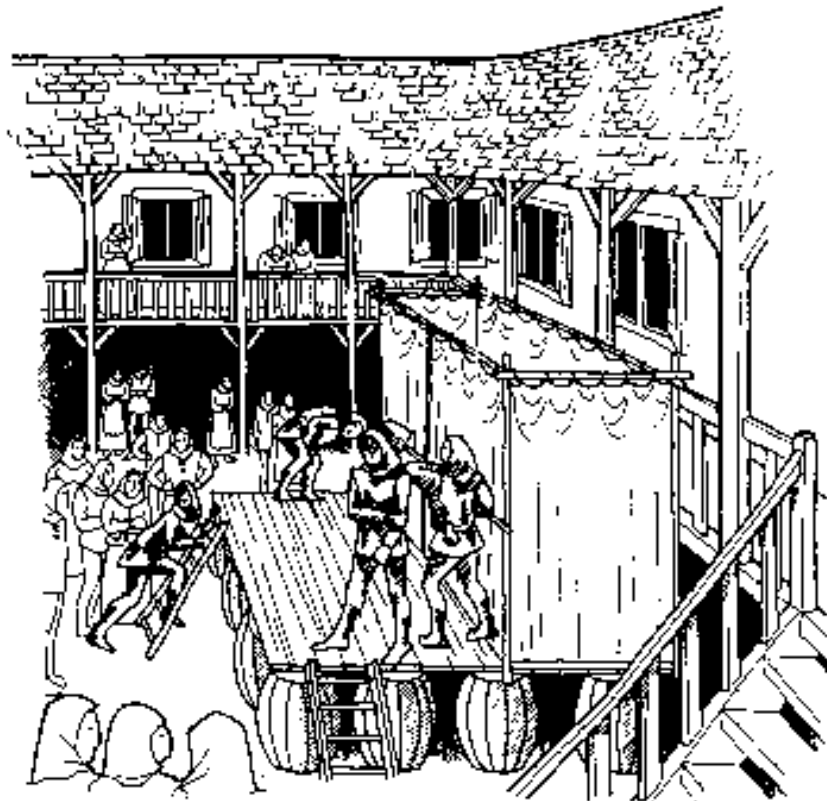


Imagen 4. Escenario medieval. Ilustración anónima. imagen: thinglink.com

La buena recepción de los habitantes de las ciudades de la edad media para con estos eventos, propició el desarrollo de las construcciones efímeras que podían establecerse provisionalmente en una calle o plaza para dar lugar a presentaciones multitudinarias que a sabiendas de su escasa duración, llenaban los espacios en busca de entretenimiento, de tal forma que las estructuras fueron mejorando; las bases, los tablados se modularon (*imagen 5*), y otros elementos se añadieron.



Imagen 5. Tablado desmontable. Teatro medieval siglo XII. Grabado. imagen: lapasioncultural.blogspot.com

No solamente aumentan los requerimientos en cuanto a tamaño del escenario, se requiere fortalecer la estructura, aumentar la altura para mayor visibilidad, aumentar el tamaño y capacidad del espacio de camerinos al haber mas participantes en escena, los decorados son mas cuidados y vistosos.

Por supuesto que estas aplicaciones de diseño en lo efímero no son desapercibidas por la gente y utilizada para otros fines, como es el que utilizaron los médicos charlatanes de la época, que iban de pueblo en pueblo vendiendo salud y bienestar en sus productos, usando como “gancho” la participación de músicos, danzantes o payasos, previo al momento magistral de la presentación del

medicamento milagroso (*imagen 6*). Curiosamente denominaron a este aparato de comunicación como Banco Voluntario (*MounteBank*) para ganar aceptación entre los ingenuos habitantes de cada localidad.

La visita de estos dispositivos era esperada con ansias por los pobladores de comarcas distantes y alejadas del desarrollo, al traer consigo noticias y progreso.



*Ilustración 6. Banco voluntario medieval del Londres del siglo XVII. dibujo de la época.
Imagen: Dead Medicine Archive*

Podemos observar la genial simplicidad del diseño de este tablado, donde además se está utilizando iluminación dedicada a base de percheros laterales previniendo la caída de la noche, pues estos eventos eran bastante largos, así como la utilización de cortinaje vistosos y medallones que complementarían una imagen seria y atrayente.

La proliferación de los llamados *Montebank*, causaron incluso la mofa de las altas esferas de la sociedad de la edad media (*imagen 6*). Siendo motivo de crítica política a algunos de sus personajes notables con ilustraciones jocosas en los escritos de la época (*imagen 7*).



Imagen 7. Banco voluntario medieval del Londres del siglo XVII. dibujo de la época.
Imagen: Dead Medicine Archive

La utilización de temples se volvió imprescindible en todo evento masivo (imagen 8), y su desarrollo estuvo marcado por la aceptación de las autoridades locales y eclesiásticas, observando las bondades del aprovechamiento del medio entre la ciudadanía.

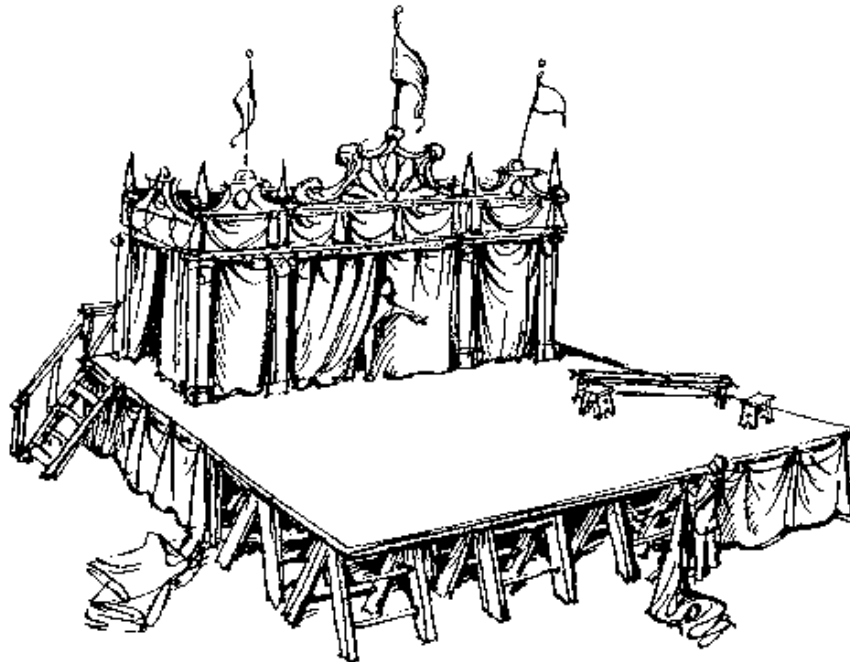


Imagen 8. Aspecto de un escenario básico elaborado con plataformas provisionales. 1950. Dibujo de C. Walter Hodges . imagen: dbnl.org

Vemos en sus diseños más cuidado en la estabilización de la superficie del escenario, el acceso tiene pasamanos y está ubicado estratégicamente para dar paso a los actores a su área de camerinos.

La ornamentación tiene más presencia y ahora se cuida la visual de la estructura soportante, que es más robusta y le están colocando un faldón perimetral para ocultar su estructura.

La iglesia aprovechó la aceptación y desarrollo de estos eventos multitudinarios, promoviendo y financiando lo que serían las *obras misteriosas* o *Mystery Plays* (imagen 9), puestas en escena de obras teatrales tipo pastorela, en que se desarrollaba una trama religiosa con motivo de algún misterio religioso o milagro.

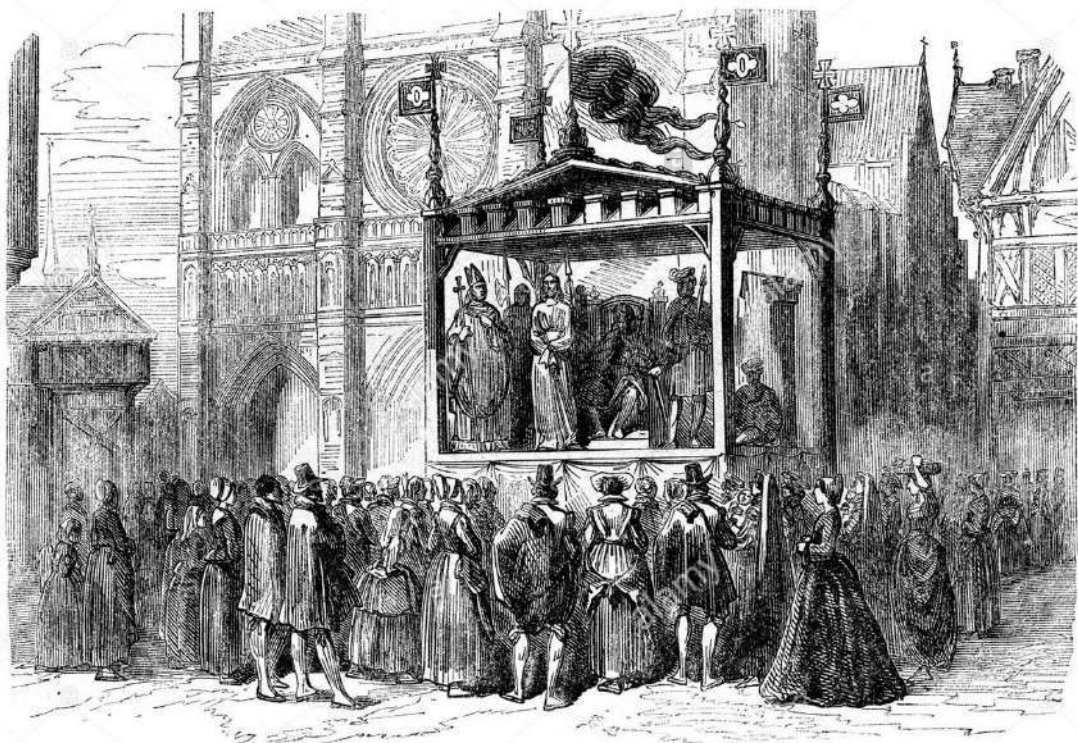


Imagen 9. Escenas de la historia de Francia, medieval en la calle. Siglo III. Ilustracion. imagen: alamy.es

Los *Mystery Plays* u Obras Misteriosas son aprovechadas por las autoridades eclesiásticas para iniciar una campaña de evangelización y control de sus fieles, teniendo una gran proliferación en toda Europa.

La arquitectura efímera por consecuencia observó un tremendo auge en la decoración, diseño y construcción de toda una serie de elementos móviles, provisionales, fáciles de instalar y con una vista espectacular.

La aceptación y demanda de los eventos creció (*imagen 10*), y la construcción de estos elementos tuvo que evolucionar a un mayor grado de planeación y perfeccionamiento en sus detalles constructivos, materiales, resistencias, ligereza, articulación de sus elementos, cómo embonar unos con otros, etc. Lo que deriva en la obligada preparación mediante la elaboración de croquis constructivos que ayudarían a su comprensión y réplica por parte de otros constructores.

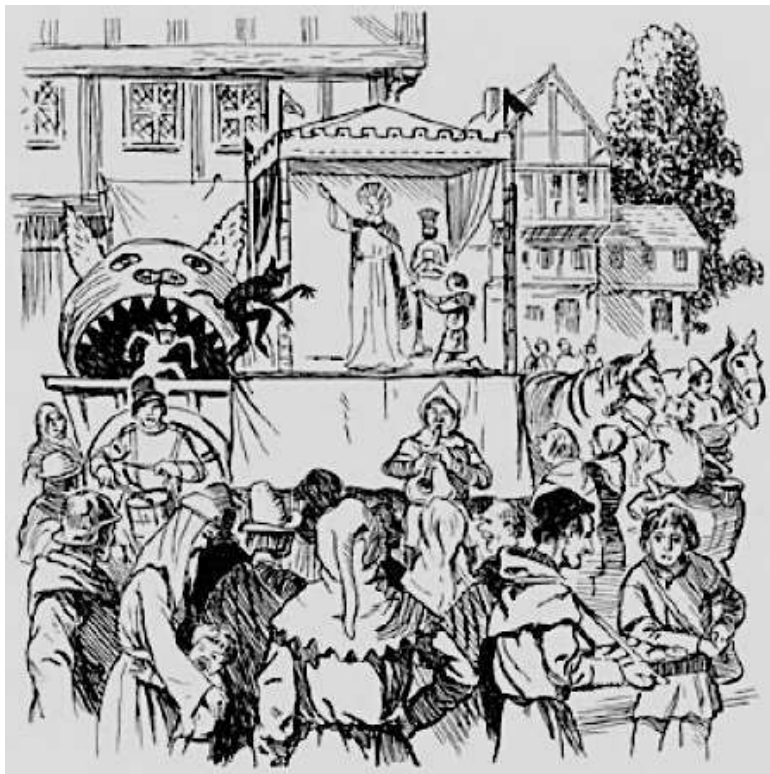


Imagen 10. Carro Espectáculo de la Edad Media, conocido como Pageant Wagon. 1670. Grabado imagen: fourscoretour.weebly.com

Gracias a la re-construcción del croquis constructivo de uno de estos escenarios móviles (*imagen 11*), podemos apreciar algunos detalles interesantes. El escenario en su totalidad ocupa el chasis o esqueleto de dos carros o carretas para poder dar solución al aforo o dimensiones del escenario, lo que conlleva la necesidad de considerar elementos de unión y ensamblaje, se observa claramente la identificación de los elementos definidos como importantes o imprescindibles durante el desarrollo de las funciones.

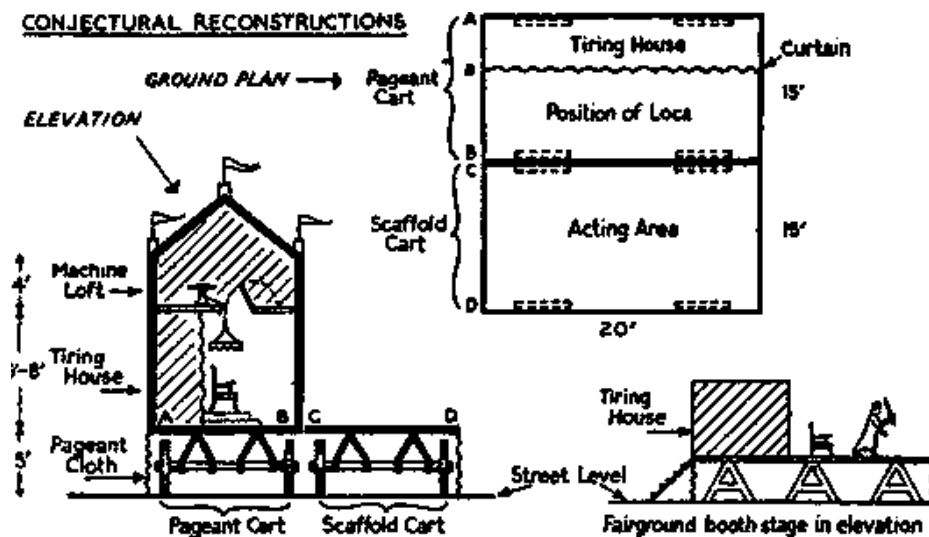


Imagen 11. Reconstrucción de los planos de un Carro Espectáculo de la Edad Media, conocido como Pageant Wagon. 1670. Ilustración. imagen: fourscoretour.weebly.com

Este desarrollo marca el inicio de la creación de toda una revolución artística mediante el teatro callejero.

Ahora intervienen danzantes, actores, malabaristas y escritores que implementan diálogos que construyen a su vez entramadas historias que vendrían a ser la delicia del público por un lado, y las críticas de los opositores a la apertura del arte y la cultura a las masas por el otro, lo que de alguna manera significaba en cierta forma una pérdida de estatus por no llamarle poder, por parte de las altas esferas de la sociedad.

El efecto logrado en la realización de las funciones en el público, motiva a un desarrollo en sus técnicas y alcances, ocupándose de introducir estructuras más complejas y efectos especiales (*imagen 12*) que requerían de la participación de asistentes técnicos y ayudantes, así como la preparación de espacios y circulaciones apropiadas para albergar elementos de vestuario, maquillaje, mobiliario, etc.



Imagen 12. Obras misteriosas de Gran Bretaña. 1964. pintura de Peter Jackson imagen: lookandlearn.com

La creciente demanda de escenarios efímeros, llevó a los artistas, artesanos y diseñadores a implementar escenarios móviles (*imagen 13*) con mayor grado de dificultad, haciendo de estos un motivo de ostentación de autoridades civiles y eclesiásticas.



Imagen 13. Carro Espectáculo para representar los Mystery Plays o Teatro del Misterio 1465 Medieval
Pintura del Siglo XIV. imagen: theatrestyles.blogspot.com

El desarrollo de los artesanos y expertos en la nueva arquitectura efímera, lleva a la utilización de sus habilidades en la implementación de novedosos elementos de ornato para festividades sociales, militares y religiosas, mediante la elaboración de arcos ornamentales con motivo de visitas reales, entradas triunfales, arcos funerarios, etc.



Imagen 14. Entrada triunfal del rey Alfonso XII a Madrid 1876. Grabado de Pedro Tortolero 1729.
Imagen: Hemeroteca BNE abc.es

En la imagen 14 podemos observar el emplazamiento estratégico del lugar elegido para la ubicación del arco, así como elementos estructurales que soportan el diseño del evento a base de banderas, gárgolas o efigies laterales, motivos florales y una estatua en actitud triunfal coronando el conjunto.

La construcción de un arco del triunfo invita a la elaboración de más arcos y elementos ornamentales temporales, y con ello la utilidad de la arquitectura efímera se dispara en utilización y valor, interviniendo con mayor frecuencia, ahora con anuencia de las autoridades y con mayor utilización de recursos, con lo que su labor comienza a ser objeto de lujo y pompa al convertirse en fiel acompañante de los mas altos y prestigiosos eventos.

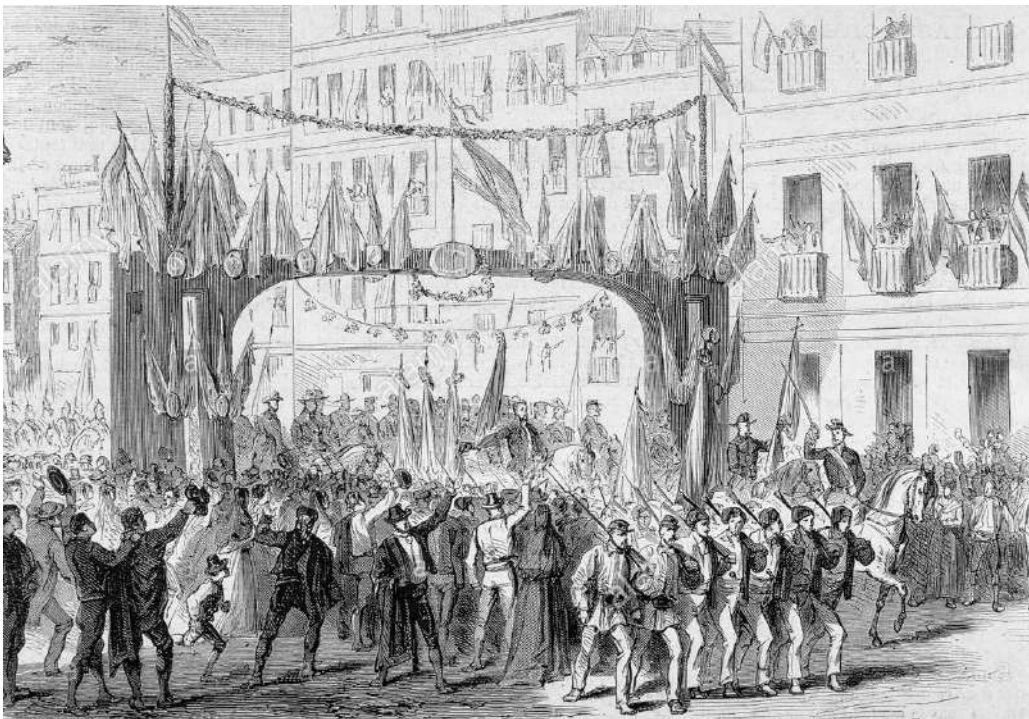


Imagen 15. Entrada del General Prim a Madrid. 186.9 Grabado de Reus (1814-1870 para L'illustratin.
Imagen: alamy

La importancia que adquirió la arquitectura efímera (imagen 15) le otorgó nuevos retos en la implementación de soluciones prácticas a necesidades espontáneas y económicas, que finalmente son las características que definen el

valor de este arte, que aunque efímero, va de la mano con la responsabilidad para atender a los siempre presentes requerimientos que anteceden a su uso: primero la prontitud o escaso tiempo de solución y preparación, la dificultad de ejecución debido al uso de materiales que se ajusten a la apariencia buscada. Y el presupuesto.

Podemos observar la intervención de la arquitectura efímera en rubros paralelos al desarrollo de eventos en su mayor parte de carácter masivo, estructuras sólidas por un lado, pero móviles, vistosas por el otro, atendiendo a un desempeño en particular.

Las fiestas barrocas significaban una conjugación de todas las artes, desde la arquitectura y artes plásticas hasta poesía, música, danza, teatro, pirotecnia, arreglos florales, juegos acuáticos, etc. Arquitectos como Bernini o Pietro da Cortona, o Alonso Cano y Sebastián Herrera Barnuevo en España, aportaron su talento a tales eventos, diseñando estructuras, coreografías, iluminaciones y otros elementos, que a menudo sirvieron como campo de pruebas para logros futuros más serios: así, el baldaquín para la canonización de Santa Isabel de Portugal sirvió a Bernini para su diseño futuro del baldaquín⁹ de San Pedro, y el *quarantore* (teatro sagrado de los jesuitas) de Carlo Rainaldi se convirtió en un modelo para la iglesia de Santa María en *Campitelli*.

Tenemos como ejemplo el diseño de una máquina de pirotecnia para un evento, lo que exige conocimiento de los materiales y arrojo para determinar su uso, transporte al lugar, tipo de ensambles, preparación y ejecución (*imagen 16*).

⁹ Famoso dosel soportado en columnas, ubicado sobre el altar principal de la basílica de San Pedro en Roma.

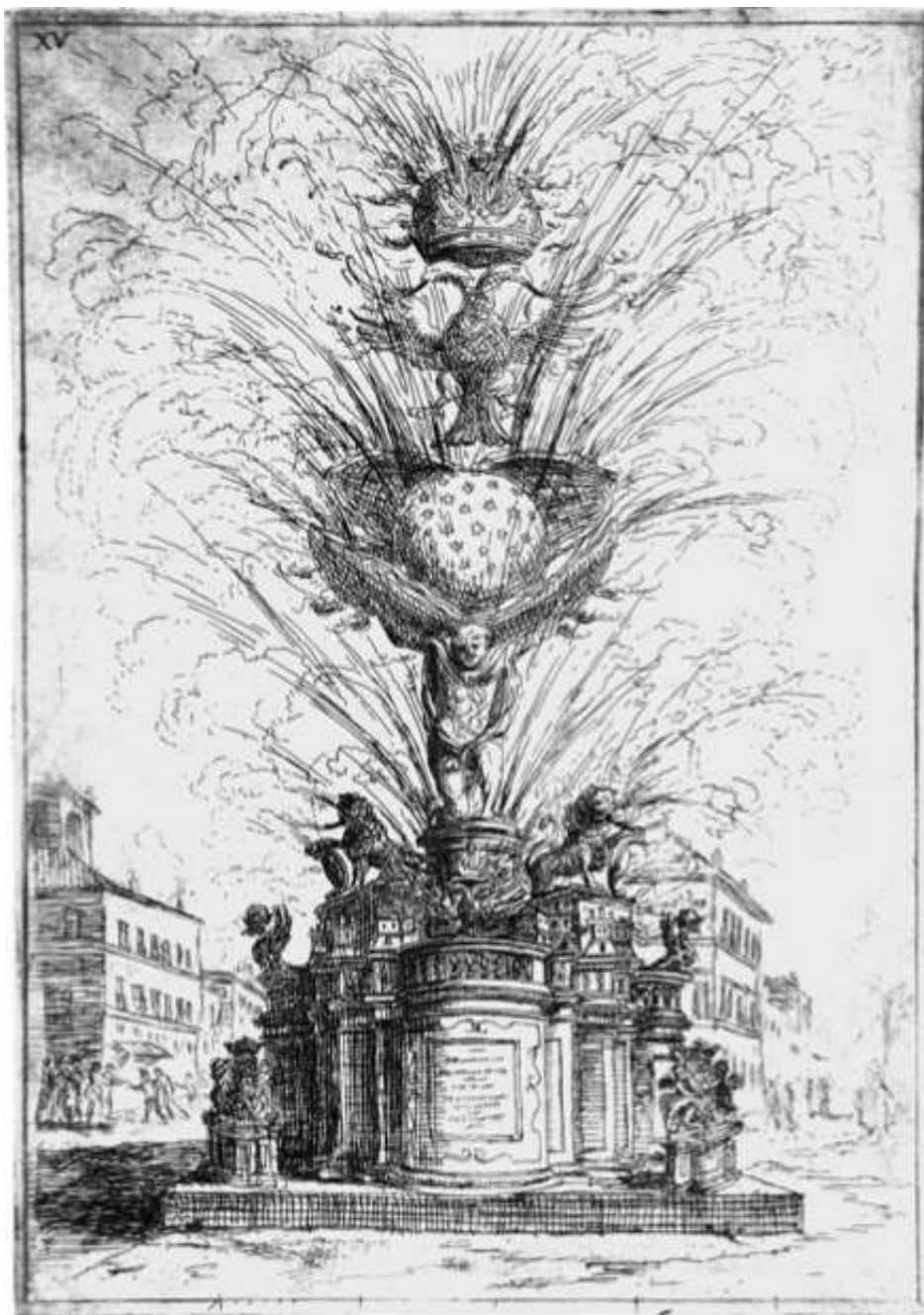


Imagen 16. Primera máquina pirotécnica patrocinada por el Marqués Castel Rodrigo para celebrar la coronación de Fernando III 1637. Grabado de Theodor Meiden. imagen: Roma Hispánica de Pablo González Tornel

Como se ha visto, después de su uso, muchas veces los productos de este arte no se desechan, o cuando menos no por cierto tiempo, en la medida que la gente tiene aceptación por ello o se crea una liga emocional duradera.

Es así que comienzan a usarse elementos mas robustos para su construcción, asumiendo que el motivo lo amerita y que los recursos así invertidos tendrán un reflejo en el impacto de la obra, con lo que el alcance de la arquitectura efímera puede traspasar lo momentáneo e incursionar en lo duradero, evocando el recuerdo y la imagen de momentos de gloria (*imagen 17*).

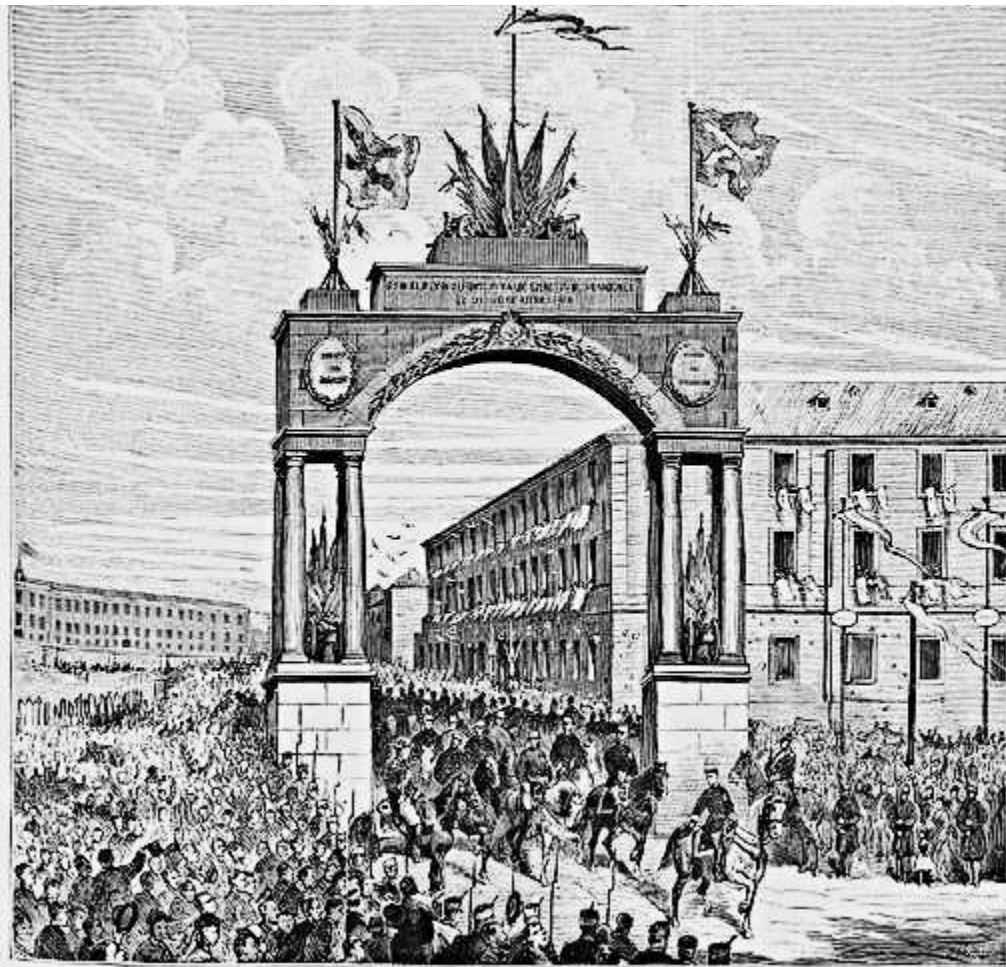


Imagen 17. Entrada triunfal del rey Alfonso XII a Madrid 1876. Grabado propiedad de la Hemeroteca BNE abc.es

La utilización de los arcos del triunfo se convierte así en una obsesión para los poderosos y para quienes de manera sumisa, aceptan y reconocen esa jerarquía, convirtiéndolo la imagen de esos arcos, en objeto de representación de poder y gloria, uniendo la arquitectura efímera con la visión de la permanencia de este poder en la solidez y permanencia de sus materiales, con lo que vemos la

aparición de enormes representaciones de poder en los distintos arcos de triunfo de las distintas capitales de Europa que fueron objeto de luchas y conquistas (*imagen 18*).



Imagen 18. Entrada de tropas alemanas en París el 1 de marzo de 1871. Litografía de tiza. Anónimo imagen: akg- images



LAS FERIAS

La arquitectura efímera ha tenido gran importancia en el desarrollo de las ferias como impulsoras del desarrollo de la economía, el arte y la cultura en la sociedad.

En la Edad Contemporánea, se destaca el fenómeno de las exposiciones universales, ferias de muestras realizadas en ciudades de todo el mundo que mostraron los avances científicos, tecnológicos y culturales a la población, y que se convirtieron en auténticos espectáculos de masas y en grandes vitrinas publicitarias para empresas o países que promovieron sus productos.

Estas exhibiciones se llevaron a cabo en lugares donde cada país o compañía construyó un pabellón para promocionarse, estos eran edificios o estructuras diseñados de manera efímera para que duren solo mientras dure la exposición.

Sin embargo, muchas de estas construcciones se conservaron debido a su éxito o a la originalidad de su diseño, convirtiéndose en un banco de pruebas para promover el trabajo de numerosos arquitectos. En estas exposiciones se llevaron a cabo los primeros experimentos sobre nuevas tipologías y materiales característicos de la arquitectura contemporánea, como la construcción con hormigón, hierro y vidrio, o el importante desarrollo del diseño interior favorecido especialmente por el modernismo.

De acuerdo con un artículo escrito por Eduardo Manresa en 2005 sobre la Historia de las Ferias. para la revista digital *MF Online. Arquitectura y Marketing Ferial*, la historia de las ferias es confusa y los registros distan mucho de ser completos. Sin embargo, en la historia de la humanidad abundan las referencias a las ferias, no dentro de un contexto institucional, sino como parte de la interacción social cotidiana.

LAS PRIMERAS FERIAS

Saber cuándo y dónde se celebró la primera feria es algo que se desconoce. Sin embargo las pruebas indican la existencia de comercio desde el 500 a.C. según las escrituras del libro de Ezequiel: *Tarsis comerciaba contigo a causa de la abundancia de tus riquezas. Con plata, hierro, estaño y plomo pagaban por tus mercancías.* El relato de Ezequiel de la destrucción de Tiro, escrito supuestamente alrededor del 588 a.C. describe Tiro como un importante centro de mercado y de ferias (imagen 19).



Imagen 19. Factoría de púrpura. Fenicios en Tiro. 1050. ilustración Santi Pérez. imagen: alamy

Las ferias tuvieron un carácter comercial desde el principio, los mercaderes procedentes de países lejanos se reunían propiciando el comercio de artículos entre los habitantes locales y, aunque ni Ezequiel ni otras referencias bíblicas lo explican con claridad, es razonable pensar que “*feria*” era el nombre dado al lugar en el que se llevaban a cambio los intercambios primitivos entre mercaderes extranjeros.

También está claro que la actividad religiosa era compañera del comercio. La palabra latina “feria” con el significado de día sagrado parece ser la raíz lógica de nuestra palabra moderna “feria”. Cada feria era un día en el que gran número de personas se reunía para rendir culto. En aquella época, el culto se concentraba alrededor de los templos de las grandes ciudades como: Nínive, Atenas, Roma y La Meca. Estas ciudades también eran consideradas como los grandes centros comerciales del mundo. Los campos situados junto a estos templos se reservaban para los comerciantes. Se colocaban figuras religiosas en los campos para proteger a comerciantes y mercaderes.

Durante los inicios de la era cristiana, la iglesia participó de forma activa en la promoción de las ferias durante los días de fiesta y, como resultado, las ferias se convirtieron en una fuente de ingresos para ella. Posiblemente, las ferias benéficas de la iglesia actual mantienen algunos rudimentos de aquellas ferias religiosas (*imagen 20*).



*Imagen 20. Estampas de ferias y mercados (Siglos XVIII – XX). Litografía.
imagen: La ilustración Española y Americana*

La evolución que mezclaba religión y comercio prosiguió a lo largo del tiempo y se extendió hasta la Europa occidental. Los encuentros periódicos reunían a los artesanos y fabricantes de todo tipo de artículos con el propósito de efectuar trueques, intercambios y, finalmente, la venta propiamente dicha. A este mercado se añadieron entretenimientos y otras actividades, por lo que este mercado primitivo adoptó el aspecto de las ferias tal y como las conocemos en la actualidad (*imagen 21*).

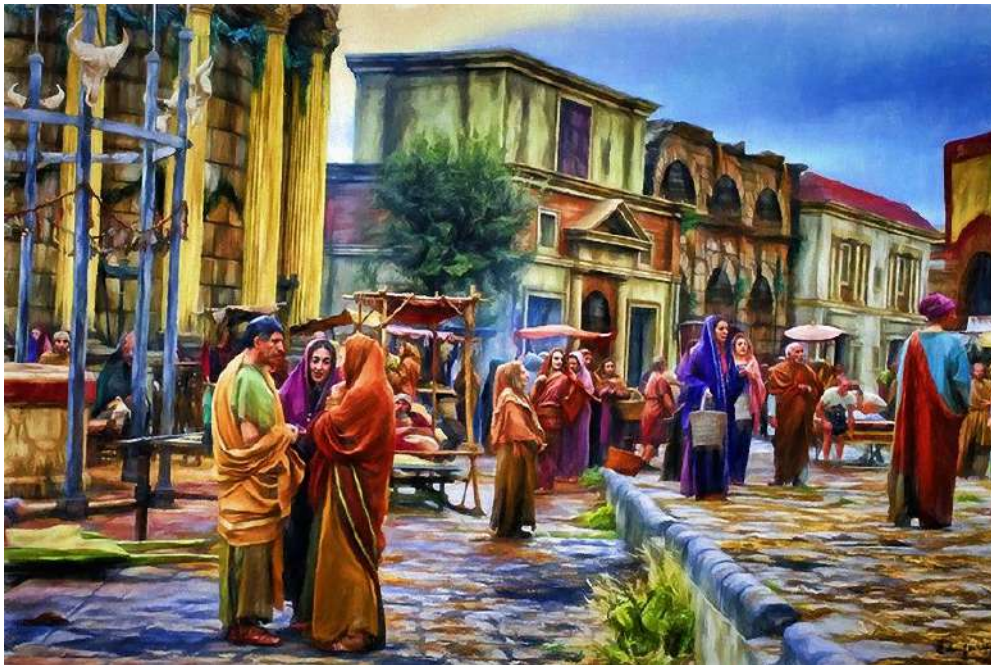


Imagen 21. Vida cotidiana en la antigua Roma. 850 DC. Ilustración anónima. imagen: pinterest

Aunque la tradición histórica del comercio se remonta al Antiguo Egipto y al Imperio Romano, cuando los comerciantes se encontraban con los productores locales en mercados y bazares, la palabra “*feria*” en su sentido moderno empezó a utilizarse por primera vez durante la Edad Media.

Desafortunadamente, la Biblia es nuestra única prueba de la existencia de estas ferias y cabe la posibilidad de que la palabra tuviera un significado diferente del que entendemos en la actualidad.



Imagen 22. Mercado marino de Fenicios. Siglo VIII. Ilustración: imagen: Culturandalucia.com

Otro ejemplo importante lo constituye en Oriente Medio la aldea de Betania, situada en una importante encrucijada comercial del distrito de Jerusalén, Betania fue una conocida población comercial durante el reinado del rey Herodes, que gobernó entre el 40 y el 4 d.C.

Según se dice, Herodes construyó un espléndido lugar en Betania con el propósito expreso de intercambiar productos de toda la zona. Con una extensión de 3.200 metros cuadrados, se trataba de una zona cubierta rodeada por un enorme muro.

Las excavaciones arqueológicas han demostrado que la zona ferial de Betania era un lugar de actividad internacional. Las variedades de monedas indican la presencia de mercaderes procedentes de todos los puntos del Imperio Romano, (*imagen 22*) como Siria, Egipto, Grecia, Italia, España e incluso Francia.

La mayoría de las ferias realizadas en el Reino Unido se remontan a las licencias y privilegios otorgados en la época medieval. En el siglo XIII, la creación de ferias por cédula real era una práctica generalizada (*imagen 23*). La Corona aprovechaba cualquier ocasión para crear nuevas ferias y para poner las existentes bajo su jurisdicción.



Imagen 23. Mercado Medieval. Siglo XIV ilustración anónima. imagen: nuestrofuturocomun.com

Durante los siglos XII y XIII la mayoría de las ferias inglesas habían recibido la licencia y estaban organizadas para estar en línea con sus homólogos continentales. La concesión de licencias no señalaba necesariamente el derecho a celebrar una feria: era en la práctica una forma de controlar los ingresos por parte de la Corona a cambio de que la organización permaneciera en una población, abadía o aldea determinadas.

Entre 1199 y 1350 se concedieron más de quinientas licencias que otorgaban derechos para celebrar mercados o ferias (*imagen 24*).



Imagen 24. Un mercado medieval. tomado de Mosalvo Antón. Historia de la España Medieval. imagen: villadeorgaz.es

No obstante, está claro que dichas licencias se concedieron a ferias que ya existían. La feria de gansos de Nottingham ya existía cuando Eduardo le concedió la licencia en 1284 para que la feria se celebrara en noviembre de ese año.

En Alemania, la feria de otoño de Frankfurt se menciona por primera vez en el día de la Asunción del año 1150 d.C. y se cree tiene sus orígenes en el siglo XI como feria de la cosecha.

Desde entonces, fue reconocida por privilegio imperial en 1240, y se estableció la feria del libro en el 1480 convirtiéndose en el centro de impresión de libros de Europa y Alemania a finales del siglo XV.

Las ferias, a su vez evolucionaron desde lugares para la venta directa, hasta lugares para exponer solo muestras de amplias gamas de productos.

En los archivos de la ciudad de Utrecht hay una copia de un antiguo edicto que recoge que en el 1127 d.C. Godebald, obispo de Utrecht, proclamó que a la ciudad de Utrecht se le había otorgado la organización de cuatro ferias al año (*imagen 25*).



Imagen 25. Mercado holandés en Bergen Op Zoom. 1597. Ilustración de Abel Grimmer. imagen: pinterest.es

No hay constancia de cuantas se celebraron antes de aquel edicto, pero parece sensato pensar que el clero holandés, que había experimentado alguna feria comercial en algún otro lugar, vislumbró el potencial de ingresos y actuó en consecuencia.

Pronto Utrecht se convirtió en un mercado importante para la región. Seguramente los expositores extranjeros hubieran tenido problemas serios si hubiesen pretendido exponer allí. En aquellos días proteccionistas, las fronteras eran sagradas, de modo que tan solo se permitía la exposición de producto de origen holandés.

En 1765, se presentó la primera feria americana en Windsor, Nueva Escocia. En la actualidad esta feria sigue aún en funcionamiento. En el Alto Canadá, como se conocía Ontario antes de la Confederación, se celebró una feria en 1792, patrocinada por la Sociedad Agrícola de Niágara (*Niágara Agricultural Society*). Al igual que la feria de Windsor, la feria de Niágara sigue en funcionamiento hoy en día (*imagen 26*).



Imagen 26. Presentación de Filles Du Roy. a su llegada a Canada en 1663. ilustración anónima. imagen: lookbackward.com

Además se celebraron muchas pequeñas ferias a principios de 1700 en el Canadá francés bajo gobierno francés. Mientras tanto Elkanah Watson, un granjero de nueva Inglaterra, obtuvo el título de “Padre de las ferias agrícolas de Estados Unidos” al presentar por primera vez una pequeña exposición de ovejas bajo un viejo olmo en el pueblo de *Pittsfield*, Massachusetts en 1807.

LA GRAN EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE 1851

Este evento es el más importante de la era contemporánea, que a pesar de provenir del tiempo de la Revolución Industrial, su realización marcó un parteaguas en la concepción, diseño y desarrollo de las ferias y exposiciones a nivel mundial.

La realización de una exposición no era novedosa en ese tiempo. El gobierno revolucionario en Francia había instituido exposiciones en 1798 para promover las manufacturas francesas durante la lucha napoleónica con Inglaterra, resultando ser tan benéficas para la industria francesa que se continuaron después de la Restauración cada quinquenio.

Esta idea fue adoptada en Londres por el Consejo de la Sociedad en mayo de 1845. Era un momento en el que el público era indiferente –fabricantes tibios-, algunos de los más eminentes, incluso hostiles a la propuesta. El Comité no se reunió con la promesa de un apoyo suficiente en dinero, suficiente simpatía pública, ni suficiente cooperación entre fabricantes.

Esto no constituyó un obstáculo para iniciar los preparativos para la Gran Exposición Universal. Con el apoyo incondicional del Príncipe Alberto. Esposo de la Reina Victoria, la definición y el proceso de búsqueda de un proyecto arquitectónico fue arduo y tardado. Se realizó una convocatoria en la que participaron importantes arquitectos y firmas importantes, tanto del Reino Unido como de Francia, Escocia, e Irlanda, se recibieron poco más de 250 proyectos de los que se pensó en obtener “ideas” para elaborar un plan maestro.

Se lidió con la opinión pública y la prensa en oposición a la edificación que según ellos amenazaba a Hyde Park en defensa del área verde.

Puesto que la invitación internacional ya se había extendido a los diversos países, el tiempo transcurría y la tensión crecía al no tener solución para el proyecto.

Asombró la propuesta fresca e innovadora de un personaje que no era arquitecto ni ingeniero, pero que había desarrollado un gran conocimiento y habilidad en la construcción de jardines e invernaderos para distintos clientes de las altas clases sociales y de la realeza, proponiendo la elaboración de un invernadero de proporciones colosales (*imagen 27*) a base de acero y cristal que vino a remover las discusiones en el parlamento inglés, la prensa y gente opositora y a originar críticas tanto al gobierno como a la exposición misma.

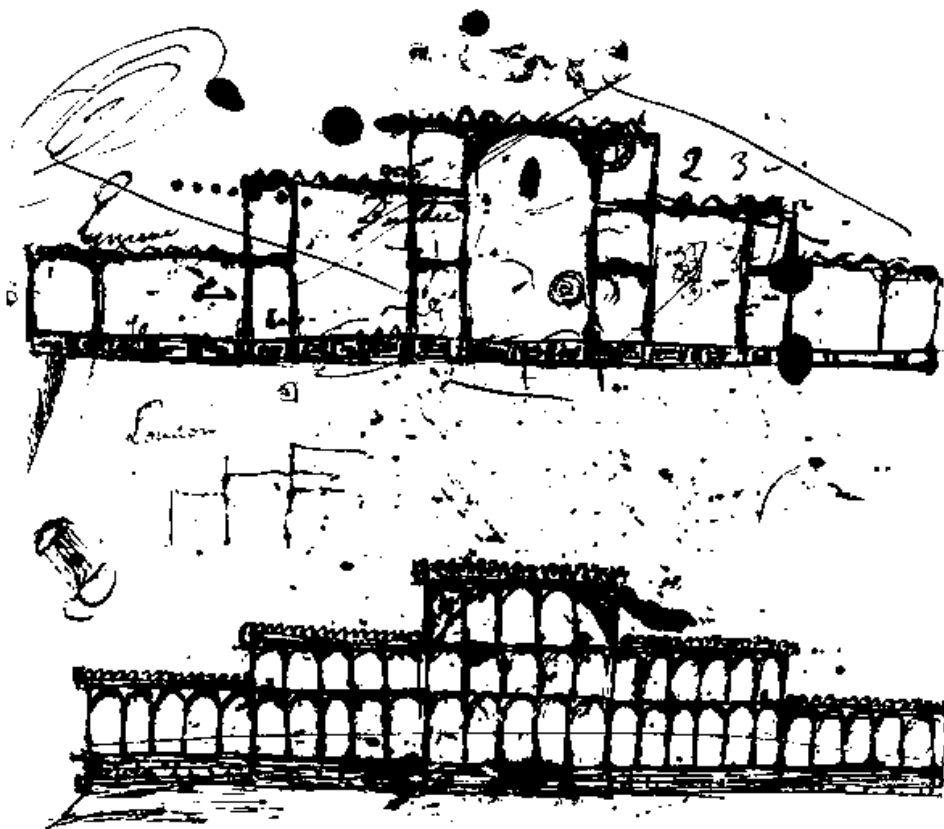


Imagen 27. Palacio de Cristal. Croquis original de Joseph Paxton. 1851

Sólo después de una serie de contactos e inteligentes maniobras políticas, así como ayuda y mucha suerte, además de que su proyecto era el único viable para cumplir con el plazo establecido, fue autorizada la construcción, el proyecto ejecutivo estuvo a cargo de los colegios de ingenieros y arquitectos, constructores y proveedores, siendo esta una obra ejemplo tanto de modernidad, ingenio y creatividad, como de trabajo en equipo.



Ilustración 28. Palacio de Cristal. Corte transversal. 1851. Grabado de George Samuel Measom.

A medida que avanzaba el tiempo y la construcción a base de elementos prefabricados (*imagen 28*), se tuvieron que realizar trabajos especiales e innovadores para solucionar distintos problemas.

La colocación de los cristales requirió el diseño de una vía de traslado mediante un carro que cargaba material y obreros de manera rápida y eficiente (*imagen 29*). Se construyeron arcos de acero monumentales para proteger y absorber a los árboles del parque hacia el interior de la Exposición.

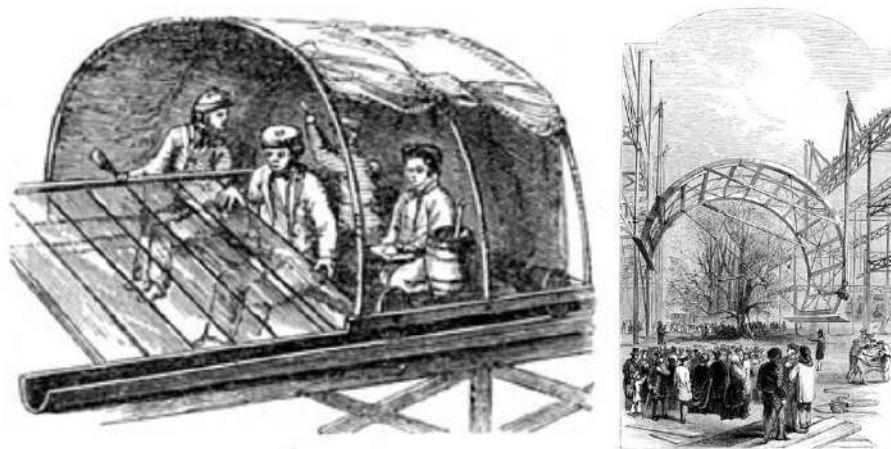
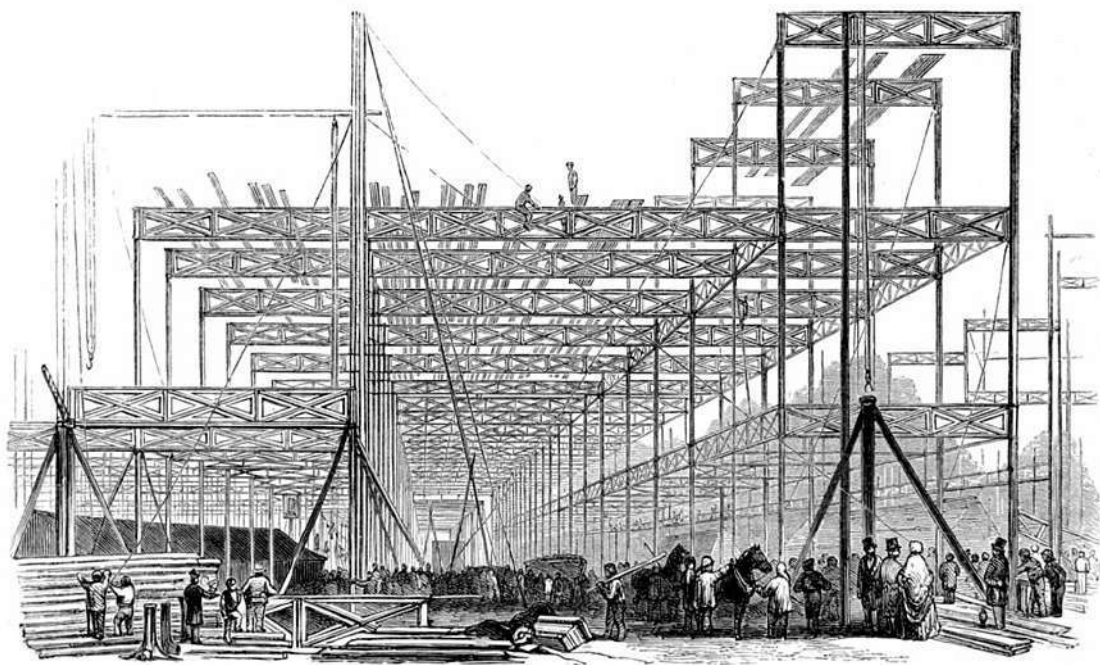


Imagen 29. Detalles de la construcción del Palacio de Cristal. 1851. Grabado de George Samuel Measom.

La demanda de espacios de exhibición fueron en aumento y para dar soluciones, se generó una forma de crecimiento que permitía un desarrollo modular y armonioso en cualquier sentido, hacia adentro o hacia fuera. La preocupación por el clima del edificio recaía en que provenía de una tipología de invernadero (*imagen 30*) y eso provocaría temperaturas incontrolables y molestas, cosa que su creador encontró solución en cuanto al flujo de temperaturas de manera natural mediante una correcta ventilación.



*Imagen 10. Vista general del proyecto del Palacio de Cristal en construcción. 1851.
Grabado de George Samuel Measom.*

La desconfianza de muchos por la nueva tipología del edificio, que desafiaba antiguos procedimientos y reglas de construcción, trajo consigo la necesidad de realizar pruebas con grupos de soldados corriendo de arriba a abajo por toda la estructura, para asegurarse de la solidez del edificio.

Se implementaron protocolos administrativos que permitieran el pronto movimiento de gestión de pedidos, ordenes de trabajos, pagos a proveedores, avance de obra y diversos controles que hoy podemos reconocer familiarmente como Gestión de Proyectos.

El edificio en su conjunto (*imagen 31*), aunque desapareció en un incendio en 1936, es considerado hoy día un modelo de funcionalidad en diversos aspectos, incluido el diseño ambiental.



Imagen 31. Crystal Palace en Londres, Reino Unido, diseñado por J. Paxton para la primera Exposición Internacional en 1851. imagen: Pinterest.co.uk

En cuanto a la opinión pública, la inquietud por perderse un evento único e irrepetible, donde el mundo por primera vez se ponía al alcance de cualquier bolsillo, fue lo suficientemente sugestivo como para que se batiesen las cifras más optimistas de espectadores, convirtiéndose en el precedente inmediato de la industria del entretenimiento.

Aquí comenzó a verse la diferencia entre un pujante grupo que sería reconocido como el Primer Mundo contra otros que después serían considerados como “países en vías de desarrollo” o Tercer Mundo.

Las previsiones iniciales cifraban que unos dos millones de personas podrían acudir al recinto expositivo, pero ni los más optimistas pensaban que el número final de visitantes cuadruplicaría esta cifra.

Esto venía a confirmar el reconocimiento popular del capitalismo, el triunfo del entretenimiento de masas y, en última instancia, el descubrimiento de un gran negocio (*imagen 32*).



ESTADÍSTICAS DEL EVENTO.

La construcción del Palacio de Cristal absorbió la totalidad de Hyde Park y los árboles en él, otorgándoles un protagonismo sin precedentes, utilizando para su construcción 2.1 Has.

Asistencia media	43,000 asistentes por día
Asistencia máxima	109,915 asistentes por día (7 de octubre de 1851)
En total	6 millones de asistentes entre mayo y octubre de 1851
Superávit logrado	£ 186,000 libras esterlinas de 1851
Equivalentes a	\$ 19 millones de dólares americanos al 2,020
Gran Bretaña	7,000 stands de exhibición
Francia	1,710 stands de exhibición
Participantes	42 países
Productos	Maquinaria, productos manufacturados, esculturas, materias primas
Objetos extravagantes	Un trono tallado completamente en marfil, el enorme diamante Koh-i-Noor encerrado en una jaula, una cama que despierta a su ocupante catapultándolo a una bañera de agua fría, una fuente que manaba agua de colonia entre otras muchas invenciones.



Imagen 32. Inauguración de la Gran Exposición Universal. Palacio de Cristal. 1851. ilustración anónima

La Gran Exposición tuvo como objetivo mostrar que la tecnología era la clave para un futuro mejor, una creencia que demostró ser una fuerza motivadora detrás de la Revolución Industrial. Su legado (*imagen 33*) ha apoyado a cientos de innovadores en los últimos 150 años a través de las becas de la Comisión Organizadora, un hecho que sin duda ha contribuido a que el Reino Unido se convierta en un líder mundial en investigación y desarrollo.



Imagen 33. La Gran Exhibición de 1851. Global Culture and Industry Comes to London. Ilustración anónima

Con las ganancias, La Comisión Organizadora creó mas de cinco instituciones de arte y cultura, museos e institutos de ciencia, además de una fundación de becas que ha mantenido durante todo este tiempo, de las cuales un total de 13 becados por la comision recibieron el Premio Nobel.

FERIAS CONTEMPORÁNEAS

Las primeras ferias norteamericanas, tanto en Canadá como en Estados Unidos, se fueron alejando silenciosa y decididamente del modelo de festival europeo hacia el desarrollo sistemático de la agricultura y la ganadería, ofreciendo al mismo tiempo formación, promoción de los recursos locales, de la industria local y de entretenimiento.

La competencia se convirtió en la piedra angular de la programación de una feria: el desarrollo de la juventud proporcionó un tema social. A finales del siglo XIX, en cada estado o provincia se celebraban una o más ferias o exposiciones agrícolas.



Imagen 34. The New York Crystal Palace 1853. ilustración.

imagen: medium.com

Recogiendo el éxito de la Gran Exposición de 1851, la primera feria mundial, un grupo de prominentes ciudadanos de Nueva York organizó la primera feria internacional de Estados Unidos en la ciudad de Nueva York en 1853 (*imagen34*). El palacio de congresos más grande y más antiguo de los Estados Unidos es el *McCormick's Place* en Chicago con más de 250.000 metros cuadrados de espacio de exposición, así como una sala de fiestas de unos 14.000 metros cuadrados, la mayor de la ciudad. Inaugurado en 1960, el edificio original fue destruido por un incendio siete años más tarde. No obstante, gracias a los esfuerzos de la ciudad y del estado, se construyó un nuevo complejo, el East Building, erigido en tiempo record e inaugurado en 1971. Debido al aumento de la demanda se inauguró una segunda estructura en 1986, y una tercera diez años más tarde.

A partir de 1867, aunque en diferentes escalas, las cinco ferias mundiales en París en el siglo XIX se llevaron a cabo en el gran Champ de Mars, ubicado en el centro.

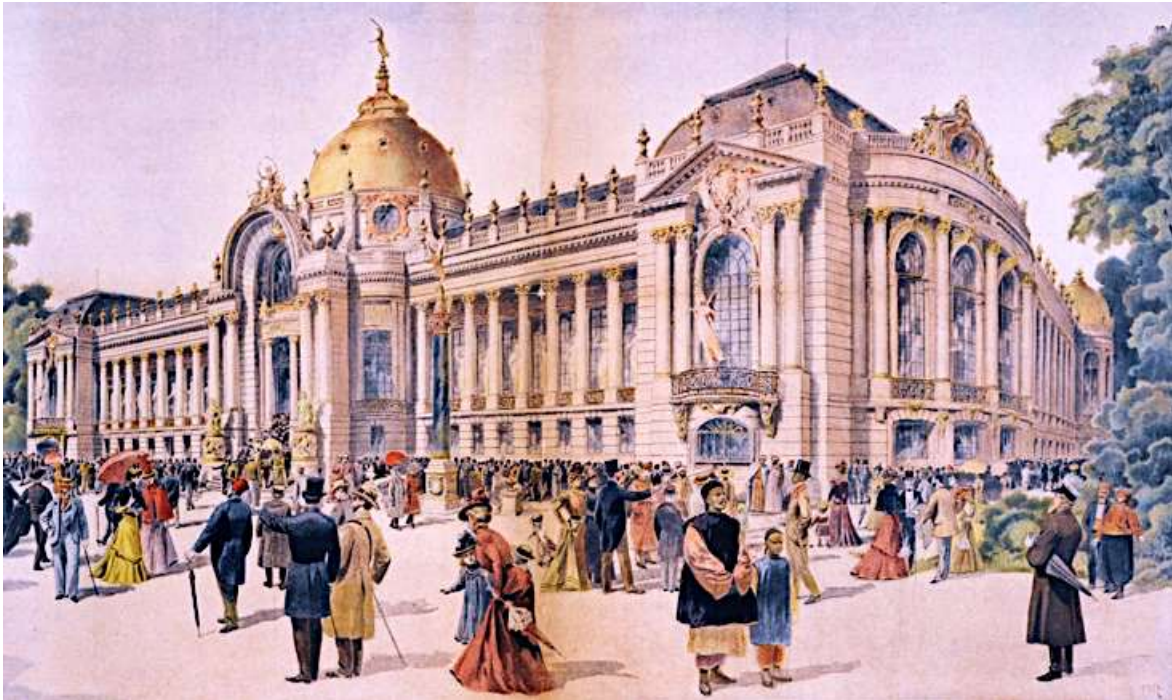


Imagen 35. Le Petite Palais. 1900. Ilustración de Meyer. imagen: Le Petite Journal

Mediante la inclusión de más y más áreas, la tierra total utilizada se expandió mucho más allá del *Champ de Mars* desde 1878 en adelante, y se disparó entre 1855 (16 hectáreas) y 1900 (108 hectáreas) en un factor de siete. Al agregar cada uno un nuevo monumento al tejido urbano: en 1878, el Palacio del Trocadero, que solo fue demolido en 1934, en 1889 la Torre *Eiffel* y en 1900 el *Grand Palais*, el *Petit Palais* (imagen 35) y el *Pont Alexandre III*, las ferias del mundo parisino sucesivamente contribuyeron al embellecimiento y carga simbólica de un sitio de memoria ya importante. / Albert Montheuil, *Les Expositions Universelles 1855–1900*, en: *L'Illustration* 54 (08/02/1896).

A pesar de la aparición de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones durante el siglo XX, en la actualidad las ferias continúan siendo una de las herramientas de promoción, formación, información y marketing más dinámicas y efectivas que existen. Dentro del contexto de la economía moderna actual, las ferias siguen uniendo a todos los sectores del mercado, proporcionándoles una oportunidad única para entablar contactos¹⁰.



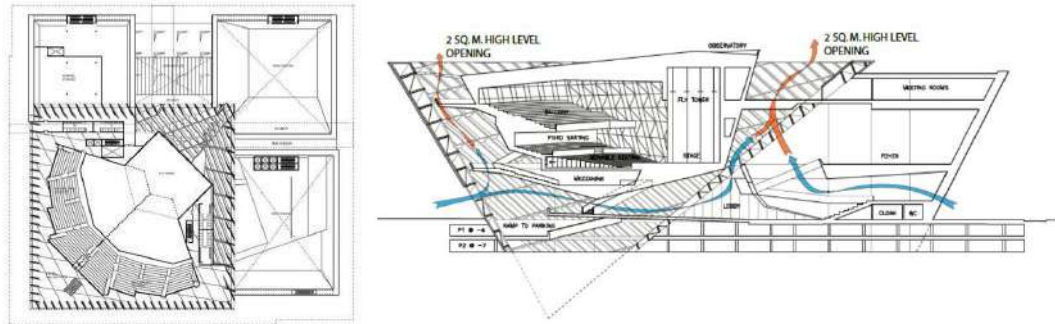
*Imagen 36. Centro Internacional de Convenciones de Bogotá. Del Grupo Saucier + Perrotte Architects. 2012
imagen: ecoopcion.wordpress.com*

Como ejemplo del lugar que se ha ganado este tipo de expresiones efímeras como detonantes del progreso en todo el mundo, y cómo se le destina presupuesto y un espacio permanente a lo pasajero, mencionamos el proyecto del nuevo Centro Internacional de Convenciones de Bogotá (CICB) publicado por el portal ecoopcion¹¹ como un proyecto (*imagen36*) que busca ser junto con todo el programa de

¹⁰ Manresa Eduardo (2005). La Historia de las Ferias. MF Online. Arquitectura y Marketing Ferial (Fecha de consulta, 7 de abril de 2020) ISSN: disponible en: <http://mundoferial.com/2019/08/06/la-historia-de-las-ferias/>

¹¹ Ecoopcion, blog de arquitectura dirigido por William Castañeda. Disponible en: <https://ecoopcion.wordpress.com/2012/04/24/saucier-perrotte-architectesfinalistas-en-el-concurso-del-cicb/>

actividades que ofrece, una obra emblemática y un ícono para Bogotá y para Colombia, con formas audaces que no solo se convierten en la pieza central del conjunto de ferias, exposiciones y convenciones, sino también en un catalizador de regeneración de la zona central de Bogotá y su futuro desarrollo urbano.



*Imagen 37. Detalles constructivos del CICB. Del Grupo Saucier + Perrotte Architects. 2012
imagen: ecoopcion.worldpress.com*

El nuevo Centro de Convenciones (*imagen 37*) se posiciona como el núcleo de un distrito con actividades integradas de negocios, artes y entretenimiento que además se localiza en el corazón del anillo INNOBO. El edificio representa la presencia de eventos de talla internacional, y a la vez se relaciona con la ciudad y la cultura de Bogotá. Como una capital cultural e intelectual, merece un ícono arquitectónico que muestre su lado cosmopolita al resto del mundo. Un ícono que, a través de su expresión arquitectónica vanguardista (*imagen 38*), encarna la belleza de la ciudad.



*Imagen 38. Vista interior de CICB. Del Grupo Saucier + Perrotte Architects. 2012. Render
imagen: ecoopcion.worldpress.com*

2.TIPOS DE ARQUITECTURA EFÍMERA

ARQUITECTURA NÓMADA

La arquitectura, en su origen, nació siendo efímera, y hoy ciertas tribus continúan con este estilo de vida. Hay proyectos teóricos que transfieren este concepto a la ciudad, como el *New Babylon*, desarrollado a partir de 1948 por Constant Nieuwenhuys (*imagen 39*). Una utopía a escala planetaria, que reclama el retorno a los orígenes nómadas gracias a la perfección de la máquina, que libera al ser humano de sus tareas (fabricación de alimentos, etc.). De esta forma, una nueva evolución del ser humano, el *homo ludens*, liberado de sus ocupaciones puede ser dedicado al arte y la felicidad. Para este logro, el mundo debe concebirse desde la libertad de las elecciones y, por lo tanto, de los movimientos.

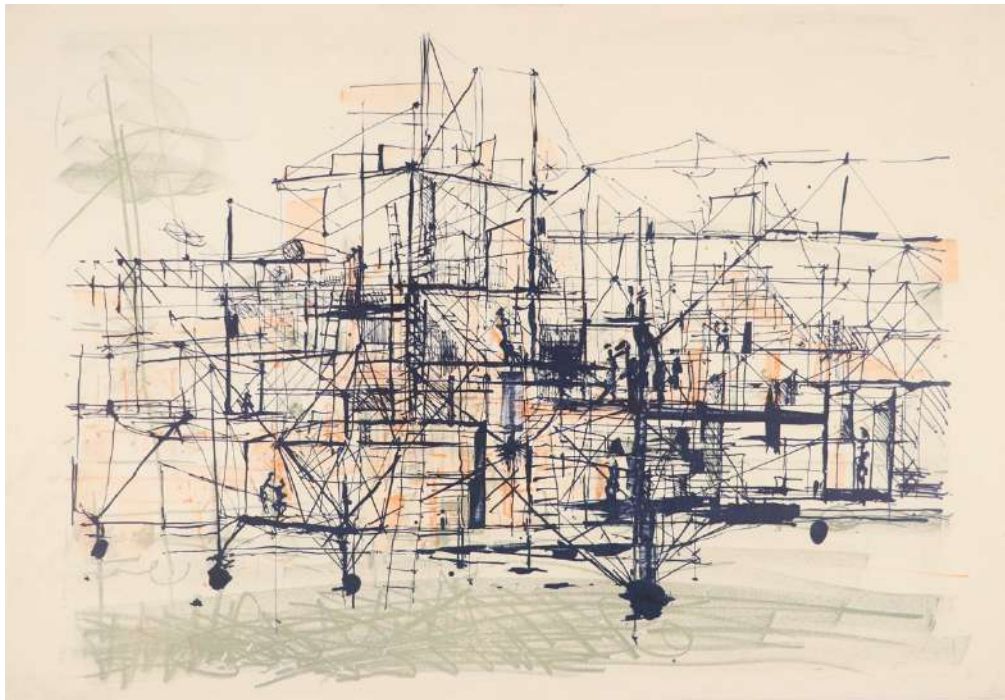


Imagen39. New Babylon (1948). Nieuwenhuys Constant. image. Google images.

New Babylon no se detiene en ningún lado porque la tierra es redonda; no conoce fronteras porque ya no hay economías nacionales, ni colectividades porque la humanidad está fluctuando. Cualquier lugar es accesible para todos y para todos.

El planeta entero se convierte en la casa de los habitantes de la tierra. Todos cambian de lugar cuando lo desean. La vida es un viaje sin fin a través de un mundo que se transforma tan rápido que parece diferente cada vez.

L'Architecture Mobile de Yona Friedman (*imagen 40*) y *Plug-in-City* de Archigram (ver imagen 5) son también ejemplos del enfoque de las megaestructuras que albergan este tipo de ciudades utópicas. El ciclo está cerrado.

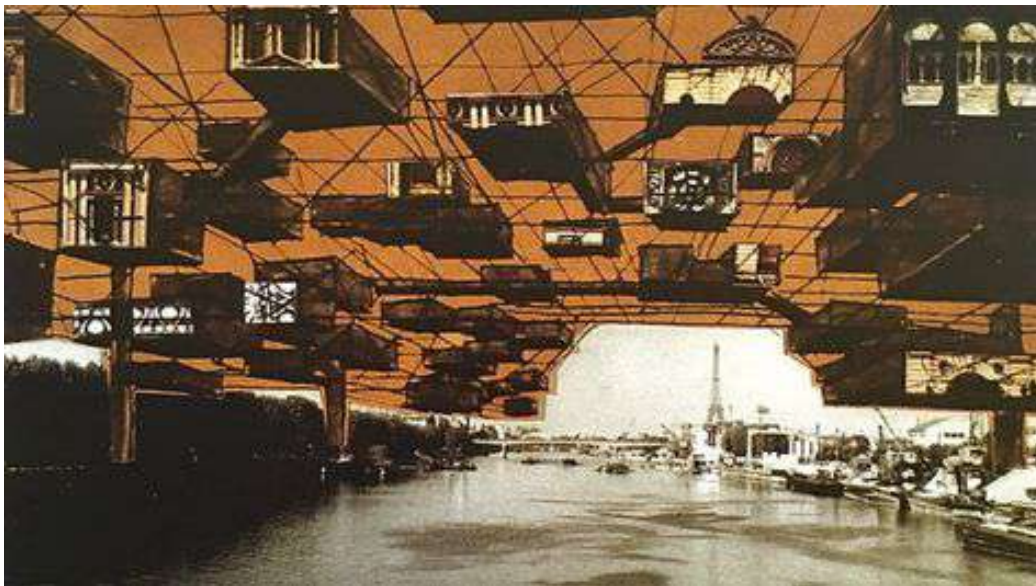


Imagen 40. L' Architecture Mobile. Ville Spatiale over the city of Paris (1958). Yona Friedman. image. Pinterest.

Si el ser humano se vuelve sedentario porque descubre los beneficios del cultivo, en los últimos milenios las máquinas lo liberan de esa tarea, por lo que puede poner su casa de nuevo en su mochila y viajar por el mundo.

Plug-in City es un proyecto que surge entre 1962 y 1964, como resultado de una serie de reflexiones que se centran en aspectos como la cultura del consumo desde el punto de vista de la obsolescencia y la sustitución (*imagen 41*), la aplicación de nuevas tecnologías a las nuevas estructuras urbanas y la variedad y flexibilidad de las partes en el conjunto.

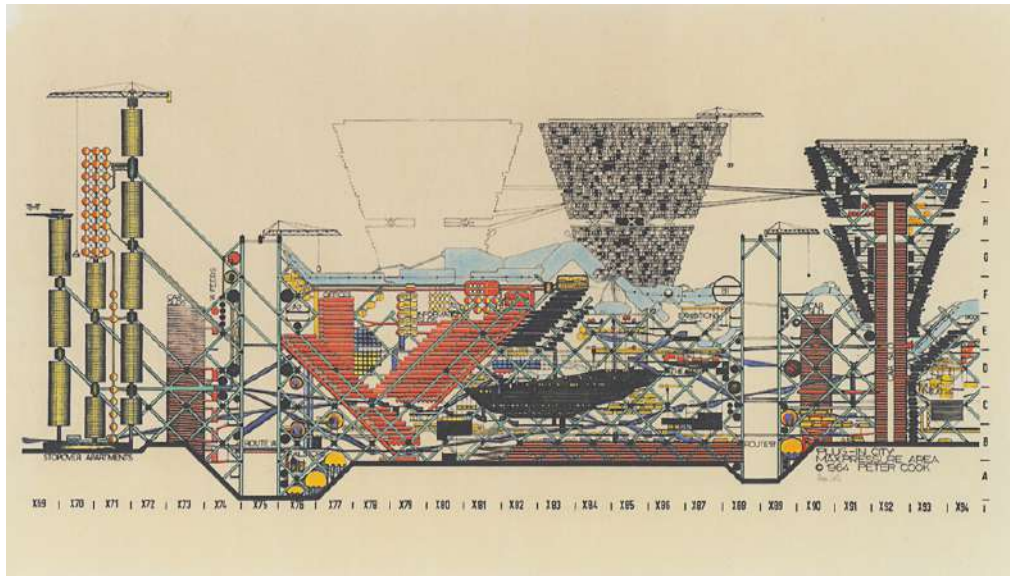


Imagen 41. Plug-in City (1964) de Archigram. Autor Peter Cook. imagen: proyectos4etsa.wordpress.com

El grupo se planteaba una forma de ciudad que respondiera a la nueva forma de vida basada en la cultura del consumo que surgía en ese momento. Si bien puede considerarse que el resultado es una utopía, alcanzada quizás debido al excesivo empeño en la consecución de una imagen futurista y demasiada confianza en las nuevas tecnologías, los conceptos empleados de estructuración de redes y sistemas, así como de usos dentro de la ciudad son del todo coherentes y aplicables a nuestras ciudades. Podemos observar con interés desde el punto de vista de la arquitectura efímera, la idea de sustituir los elementos obsoletos de la ciudad de una forma rápida, en especial en el momento actual en el que parece ser de gran necesidad una nueva concepción de la arquitectura, no como algo tan permanente sino con posibilidad de adaptarse rápidamente a una nueva situación

ARQUITECTURA OBSOLEScente

Arquitectura que es efímera debido a su temporalidad. Los tipos arquitectónicos que habían sido concebidos para permanecer, como la casa, ahora se sabe que pueden ser desmembrados y sus partes reutilizadas. Es el legado de la sociedad industrial que nos permite casas prefabricadas. Tal arquitectura y como propuso *Sigfried Giedion* en el Primer Congreso de CIAM (*imagen 42*).



Imagen 42. Cartel del CIAM VII celebrado en Bérgamo.(1949). imagen. Portal Urban Networks

“Conscientes de las profundas perturbaciones que la maquinaria aporta a la estructura social, la transformación del orden económico y de la vida social implica una transformación del fenómeno arquitectónico”.

A diferencia de la arquitectura nómada, la estructura del mundo mantiene su sedentarismo, pero se proyecta que los elementos que encontremos en su interior cambien a mayor velocidad: la última generación de dispositivos móviles, ropa de moda, comida rápida. Estos son términos establecidos en el inconsciente colectivo que nos induce a aumentar el valor del cambio y la velocidad. Es positivo, en esta

forma de concebir los tiempos de uso, que un valor ascendente sea también la ecología, ya que la reutilización de estas piezas obsoletas es el antídoto contra los vertederos. Existe una trivialización predominante en muchos aspectos sociales con el dominio de lo efímero, de lo desechable.

No solo somos tolerantes sino también entusiasmados con los trabajos de basura, las compañías de basura, los depósitos de basura, los muebles basura, las casas de basura, las familias de basura, los programas basura y los libros basura. Esta estrategia pasa por la eliminación de las cualidades de las cosas.

ARQUITECTURA DE EMERGENCIA

Arquitectura que es efímera debido a su economía de recursos. Con base en las construcciones inmediatas, la premisa fundamental es la respuesta rápida requerida para su realización. Que va a perder su uso, a ser desmembrado o a cambiar su lugar a falta de uso y/o interés. Lo importante es resolver una necesidad específica en un momento determinado de la manera más simple.

Puede estar relacionado con momentos de catástrofes naturales, como es el caso de la iglesia de papel o Templo de *Takatori* (*imagen 43*), una creación realizada por el arquitecto japonés Shigeru Ban para dotar de manera emergente de un templo a varios damnificados del gran terremoto de *Hanashin Awaji* en 1955, construida por voluntarios en sólo 5 semanas sin maquinaria pesada y a bajo costo.



Imagen 43. Templo de Takatori. Japón (1995), Shigeru Ban imagen. Portal www.ventanaenblanco.es

Su planta (ver imagen 44) está rodeada de una piel de láminas de policarbonato. Dentro, 58 tubos de papel (325 mm de diámetro, 14.8 mm de espesor, y 5 m de altura), fueron colocados dibujando una elipse basada en los diseños de iglesias de *Bernini*.

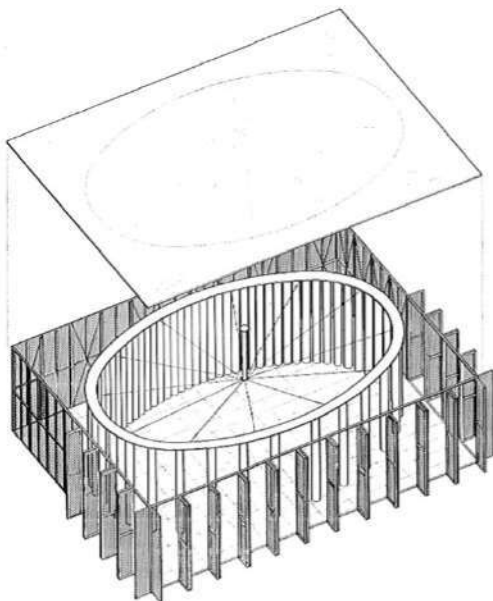


Imagen 44. Estructura del Templo Takatori. 1995 Shigeru Ban. imagen Portal www.ventanaenblanco.es

El espacio entre la elipse y el borde exterior de forma rectangular forma un corredor que sirve de soporte lateral. A la entrada de la elipse se amplió la separación entre tubos, y la fachada se encristaló totalmente para formar un vano continuo y unificar el espacio entre el interior y el exterior. Aunque fue diseñada como arquitectura efímera, la comunidad decidió conservarla como un símbolo de unidad y fraternidad, fue donada y trasladada a *Puli* en *Nantou* (Taiwán) a mediados de 2005.

El desarrollo de la arquitectura de emergencia desde la responsabilidad social del arquitecto a través de la experimentación y los nuevos (viejos) materiales marcan una nueva pauta en el criterio constructivo y urbanístico de las ciudades debido al bajo costo, la dimensión temporal, la baja tecnología, el diseño existente, el proyecto estructural, la gestión de residuos, la lucha con las regulaciones, el compromiso, la participación, la flexibilidad y el rechazo de la arquitectura de los medios.

3. PRINCIPIOS DE LA ARQUITECTURA EFÍMERA

Temporalidad. La vida, hoy en día, es impredecible. “Todos cambian de lugar cuando quieren. La vida es un viaje sin fin a través de un mundo que se transforma tan rápido que parece diferente cada vez”. Se entiende que la arquitectura efímera responde a un acto concreto y puede dismantelarse después de haber respondido eso. Siempre puedes volver al origen, a diferencia de las construcciones permanentes, en las que el lugar está condicionado.

Flexibilidad. El mundo cambia constantemente y cada vez más rápido. Este tipo de arquitectura se adapta rápidamente a las necesidades del lugar. Se puede modelar constantemente, al igual que las necesidades. La permeabilidad de esta arquitectura le permite ser ensamblada y dismantelada por los propios usuarios. Actualmente, cualquier país o ciudad es probable que encuentre diferentes situaciones de emergencia: situaciones que surgen de fenómenos meteorológicos extremos, pandemias o momentos en los que intervienen factores de disturbios políticos, militares o civiles. En este sentido, la arquitectura efímera tiene una tarea importante que resolver para conseguir refugios temporales y refugios para las víctimas de cualquier tipo, mostrando su carácter más solidario.

Innovación. Se trata de crear una arquitectura con soluciones innovadoras en términos de miniaturización, autoconstrucción y nuevos materiales. Se ha reflejado sobre todo en soluciones de emergencia debido a guerras o catástrofes naturales.

Condiciones tales como ligereza, economía, velocidad y simplicidad de montaje y desmontaje, almacenamiento, sostenibilidad mínima, condición de transportable, reutilizable y prefabricación, requieren el aspecto más innovador de la investigación arquitectónica.

Bajo costo. Concepto generalizado en los años 60 con cadenas de comida rápida. En esta sociedad de consumo han aparecido, en todas las empresas de medios de comunicación “Bajo costo” de servicios, comunicaciones, industrial, tecnológico, automotriz e incluso aéreo. En arquitectura efímera es uno de los conceptos prioritarios que permite y motiva operaciones rápidas para experimentar, investigar y proponer modelos y métodos constructivos que son más avanzados y visionarios de lo que la arquitectura tradicional nos permite.

Economía de recursos. Este tipo de arquitectura se adapta económicamente a las necesidades del lugar. Tiene en cuenta lo existente, ya sea por materiales cercanos o teniendo en cuenta el medio ambiente. La arquitectura no permanente no debe estar exenta de su entorno. El diseño estructural debería ser el más apropiado para optimizar los recursos.

Gestión de residuos. Hay muchos problemas económicos y sociales que cambian la forma en que se hacen las cosas. Hoy en día, muchos creen que la arquitectura debería optimizar los recursos y ser de bajo costo. Se puede lograr mediante el uso de materiales reciclados y reciclables, con construcciones reversibles. Una vez que el edificio no necesita los materiales pueden devolverse a la empresa o reutilizarse para otra construcción, evitando escombros.

Hazlo tu mismo. Autoconstrucciones reversibles donde los usuarios pueden decidir qué divisiones y conexiones quieren hacer de acuerdo con el uso que necesitan. Movimiento contracultural transferible a cualquier área de la vida diaria. Aunque también está asociado con los movimientos anticapitalistas, al rechazar la idea de comprar siempre otras cosas que uno puede crear o fabricar.

Desde la década de 1950, la capacidad de cada persona para construir su propia casa se pone a disposición de la sociedad, apoyada por la aparición de nuevos materiales como los plásticos, que se caracterizan por su ligereza y facilidad de transporte, además de simplificar las conexiones de diferentes partes. Cada persona posee su propio entorno, su propio hábitat. La posibilidad parece que el individuo se convierte en un nómada contemporáneo. Además, el usuario es quien decide si funciona y debe permanecer o si ha completado su tarea.



4. EJEMPLOS DE ARQUITECTURA EFÍMERA

Endless House. Frederick John Kiesler, 1924

Durante más de 30 años, el arquitecto vienés FJ Kiessler investiga, especula y experimenta en una arquitectura indeterminada, transformable, autoconstruida, autosuficiente, versátil, infinita, mutable y ergonómica. El proyecto *Endless House*, (*imagen 45*), donde el autor explora las posibilidades arquitectónicas de espacios en desarrollo infinito, capaces de adaptarse a condiciones ambientales cambiantes, nunca constantes, siempre en evolución, de configuración biomórfica. La arquitectura “Infinita como ser humano, sin principio ni fin”.

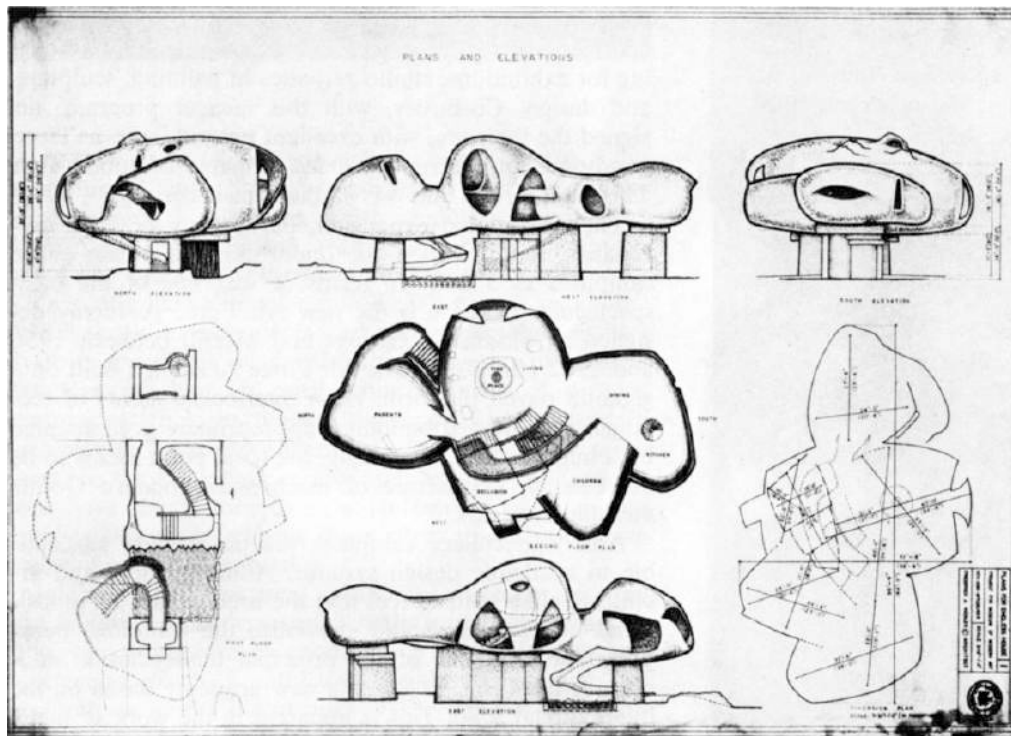


Imagen 45. *Endless House*. (1950-1959) Frederick Kiesler. imagen. www.arquetipos.arquia.es

Casa extraíble para playa. GATCPAC, 1932.

Un tipo de vivienda de madera, mínima, autoconstruida y desmontable para el período vacacional en Cataluña (*imagen 46*). La totalidad de la casa debe ser, ante todo, manejable: volumen, peso, superficie y costo reducido.



Imagen 46. Casa extraíble para playa. GATCPAC, 1932

imagen. jaimesuarez9810.blogspot.com

La casa puede ser ampliable y se suministra con los muebles indispensables, está destinada a vivir en armonía con el paisaje y la naturaleza sin dañar el entorno natural.

Maisons a Portiques. Charlotte Perriand y Le Corbusier, 1945.

Junto con *Jean Prouvé*, diseñaron y produjeron 400 pabellones (*imagen 47*) desmontables como refugios temporales para las víctimas después de la liberación de Francia durante la Segunda Guerra Mundial conocida como *Maisons a Portiques*.



*Imagen 47. Maisons a Portiques. Charlotte Perriand y Le Corbusier, 1945 imagen.
jaimesuarez9810.blogspot.com*

Ningún elemento debe superar los 100 kilos ni medir más de 4 metros para responder a la idea de un ensamblaje rápido y sencillo, sin ayuda técnica, que pueda ser transportado de inmediato en un camión. Las uniones y conexiones debían estar libres de tensión, incluso en el caso de una deformación técnica; las fachadas debían estar integradas por elementos intercambiables.

Pueblo en cartón. Guy Rottier, 1960.

Guy Rottier propone arquitecturas nuevas y sin precedentes, que corresponden a otra forma de vida, junto con nuevos materiales que comenzaron a invadir el mercado de la construcción (*imagen 48*).



Imagen 48. Village en cartón. Guy Rottier, 1960 imagen. jaimesuarez9810.blogspot.com

Sus propuestas tratan de la arquitectura del camuflaje, evolutivo, solar, efímero, de vacaciones, de recuperación. En su aldea en cartón propone un pueblo de vacaciones en celdas de cartón sin puertas ni ventanas. Todo el espacio es público y no ofrece “comodidad”. Los techos serán generados por los usuarios con el objetivo de que los veraneantes estén activos, se relacionen y se comuniquen entre sí.

Siguiendo los preceptos de la arquitectura efímera, para este proyecto y de manera drástica las casas serían quemadas al final de las vacaciones.

Plug-in City. Archigram ,: 1962 – 1966.

El proyecto *Plug-in City* fue mencionado anteriormente dentro de la arquitectura nómada, consiste en una estructura sin edificios, solo un gran marco en el que las cápsulas de la vivienda o del servicio podían instalarse en forma de células o componentes estandarizados (*imagen 49*).

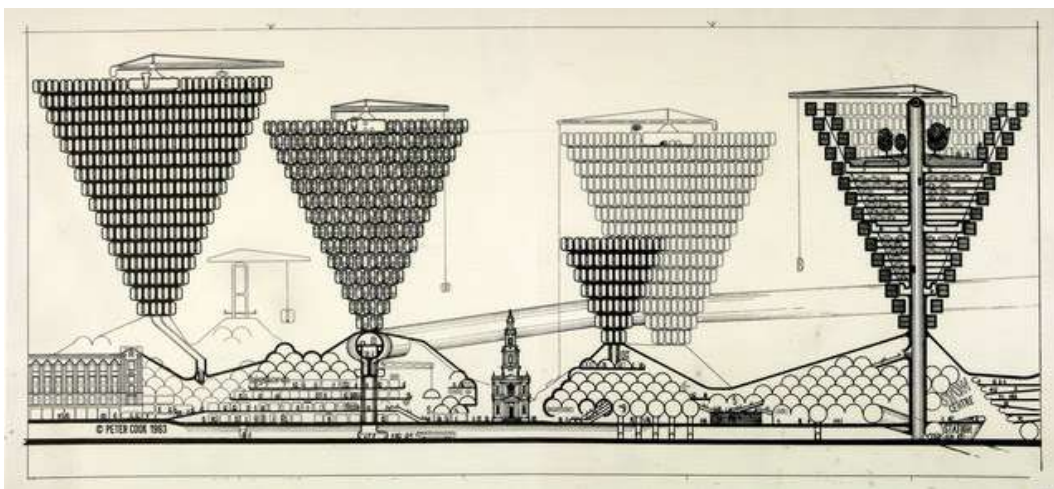


Imagen 49. Plug-in City (1964) de Archigram. Autor Peter Cook.

imagen: proyectos4etsa.wordpress.com

La *Plug-in City* se forma a partir de una gran megaestructura en red que contiene los accesos y servicios principales. En esta estructura se sitúan de forma temporal las diferentes unidades destinadas a cubrir las necesidades de la población y que se proyectan bajo los principios de flexibilidad y sustitución, de manera que cada una está pensada para una determinada durabilidad. Existe un sistema de grúas sobre raíles en la cúspide que manipulan los diferentes elementos en caso de ser necesario su reemplazo y abastecen la ciudad en toda su altura.

Cada elemento tiene una durabilidad; la estructura tubular con base de 40 años, en las cápsulas dicha duración varía de acuerdo con su programa, desde 6 meses para locales comerciales, hasta 5-8 años para dormitorios y salas de estar.

En la parte superior, un globo inflable se activa con mal tiempo.

Living Pod. David Greene, Archigram, 1966.

Es una cápsula de hábitat (*imagen 50*) que se puede insertar en una estructura urbana llamada *plug-in*, o se puede transportar y colocar sobre cualquier paisaje natural. Una arquitectura híbrida, hermética, pequeña, cómoda y tecnológica, constituida por el espacio mismo y por las máquinas conectadas a él; “La casa es un dispositivo para ser transportado consigo mismo, la ciudad es una máquina a la que te conectas”.

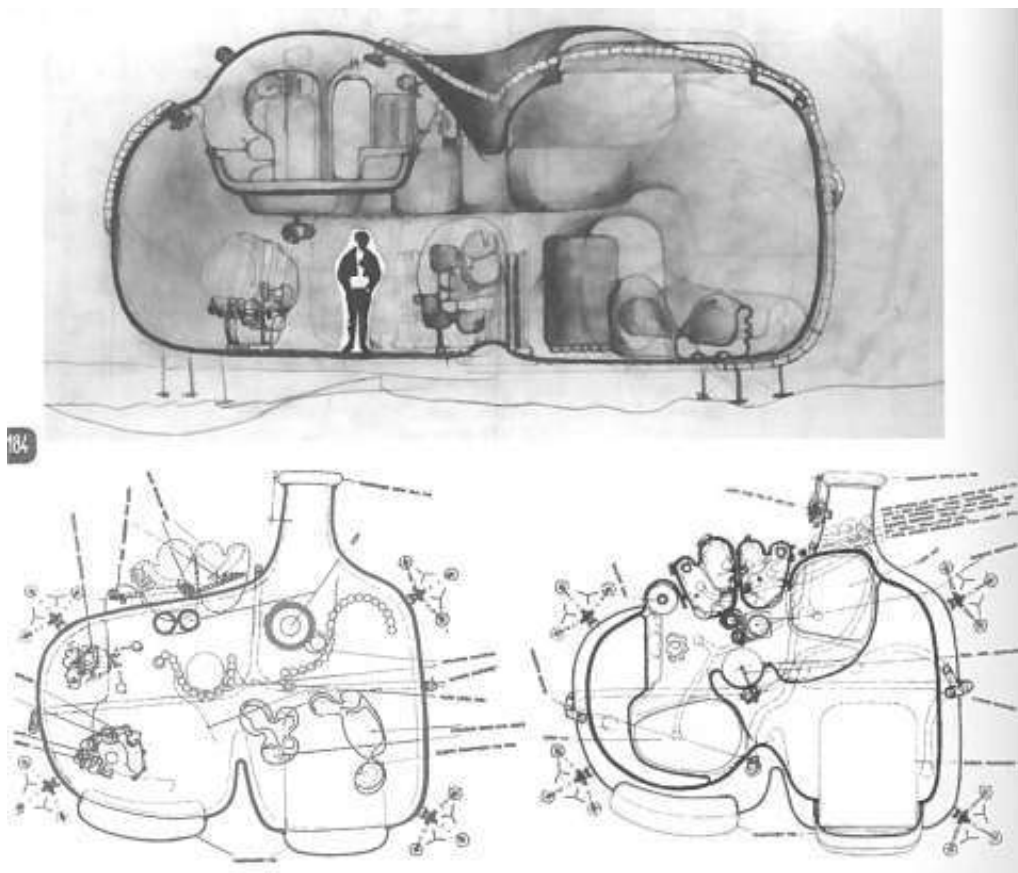


Imagen 50. Living Pod. David Greene (1966). imagen. A Guide to Archigram. Cushicleandsuitaloone3.wordpress.com

Aunque comparable a una cápsula *Living Pod* no tiene autonomía para ello, estos habitáculos pretendían pasar desapercibidos, se adaptan perfectamente al paisaje y contribuyen a cualquier entorno con un alto grado de apoyo tecnológico sin detrimento de la belleza natural.

Maní. Future Systems, 1984.

Refugio rural que está montado en un brazo hidráulico articulado estándar, la unidad es para dos personas (*imagen 51*), puede moverse en el aire, la tierra y el agua de acuerdo con el propósito, la actividad o el tiempo.

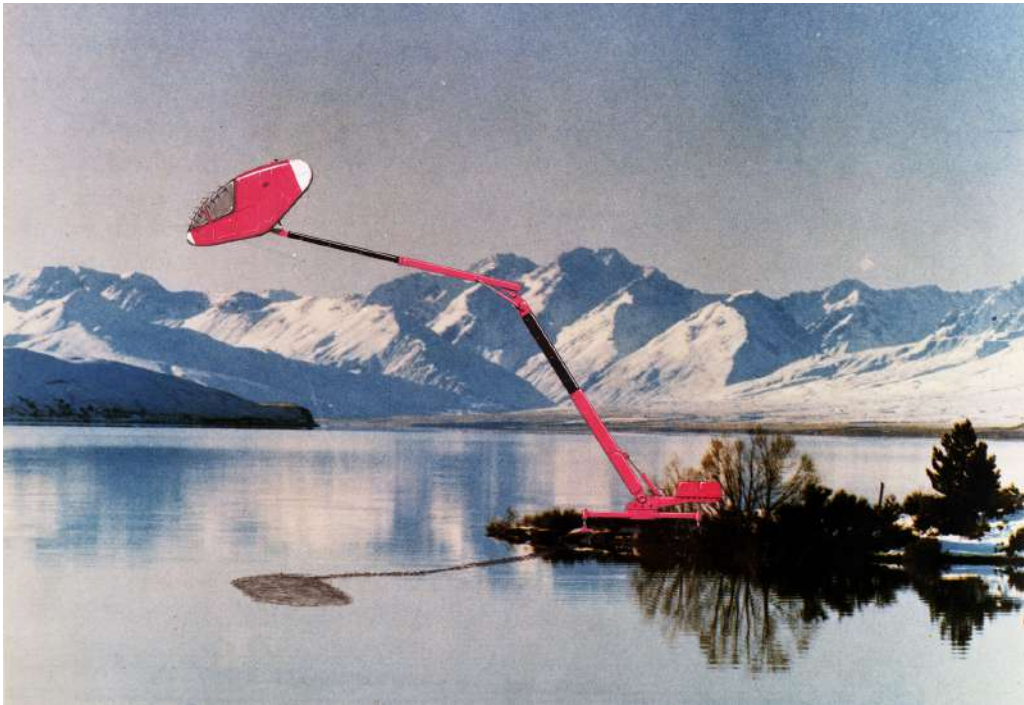


Imagen 51. Maní. Future Systems, 1984.

imagen Deutsches Architekturmuseum

Es una respuesta cinética a la vida, que permite a los habitantes controlar la apariencia u orientación de la cápsula de acuerdo con el estado de ánimo, la actividad y el tiempo, dejando atrás el punto de vista fijo de la vivienda estática.

Pao de las chicas nómadas de Tokio. Toyo Ito. 1989.

Es un proyecto de mediados de los años ochenta, un concepto de casa esparcida por toda la ciudad, donde pasa la vida utilizando los fragmentos del espacio de la ciudad en forma de collage. Para una chica nómada, la sala de estar es el café-bar y el teatro, el comedor es el restaurante, el armario es la boutique y el jardín es el club deportivo.



Imagen 52. Pao 1 y 2 de las chicas nómadas de Tokio. Toyo Ito. (1989)

imagen. ruespace.com

Su vivienda es una tienda, cabaña, o pao en japonés (*imagen 52*), que se puede trasladar de un punto a otro, y en cuyo centro está colocada la cama y otros tres muebles a su alrededor:

El mueble inteligente es un dispositivo para colocar el aparato destinado a obtener información de lo que ocurre en la ciudad y almacenarla. Es una cápsula de información para navegar por la ciudad. El mueble para el coqueteo, una combinación de tocador y armario ropero, el espacio urbano es un escenario y antes de subir a él, ella tiene que maquillarse y arreglarse. El mueble para la comida ligera. Una combinación de una pequeña mesa y de un armario para guardar vajilla y los utensilios necesarios para comer.

Casa básica. Martín Ruiz de Azúa, 1999.

Es un proyecto de Martín Ruiz de Azúa (*imagen 53*). Un volumen habitable de prestaciones básicas; plegable, hinchable, reversible (prototipo experimental en poliéster metalizado). Nuestro hábitat se ha convertido en un escenario para el consumo, en el que un limitado número de productos satisfacen una serie de necesidades creadas a partir de unas relaciones complejas y difícilmente controlables.



Imagen 53. Casa Básica. Martín Azúa (1999). imagen. arquitecturainflable.worldpress.com

“Propongo una casa casi inmaterial que se incha a partir del calor de nuestro propio cuerpo o del sol, tan versátil que dándole la vuelta nos protege del frío o del calor, tan ligera que flota y que, además, se puede plegar y llevar en un bolsillo. Una vida en tránsito sin ataduras materiales. Tenerlo todo sin tener apenas nada”.

Martín Azúa

Proyecto Pink. Graph Architects, 2008.

Producido por la Fundación *Make it Right*. Fue concebido como una herramienta conmemorativa e informativa para crear conciencia y activar la participación individual, lo que permitiría aliviar las necesidades de los afectados por el huracán *Katrina* en Nueva Orleans. Miles de personas quedaron desprotegidas y desamparadas, y el objetivo fue obtener fondos para la reconstrucción de las viviendas arrasadas. Ante el fuerte potencial visual y metafórico que tendría el instalar en la zona devastada un poblado de “casas” color de rosa (*imagen 54*). *Pink* fue la ciudad virtual de la esperanza, un híbrido entre arte, arquitectura, cine, medios de comunicación y estrategias para recaudar dinero.

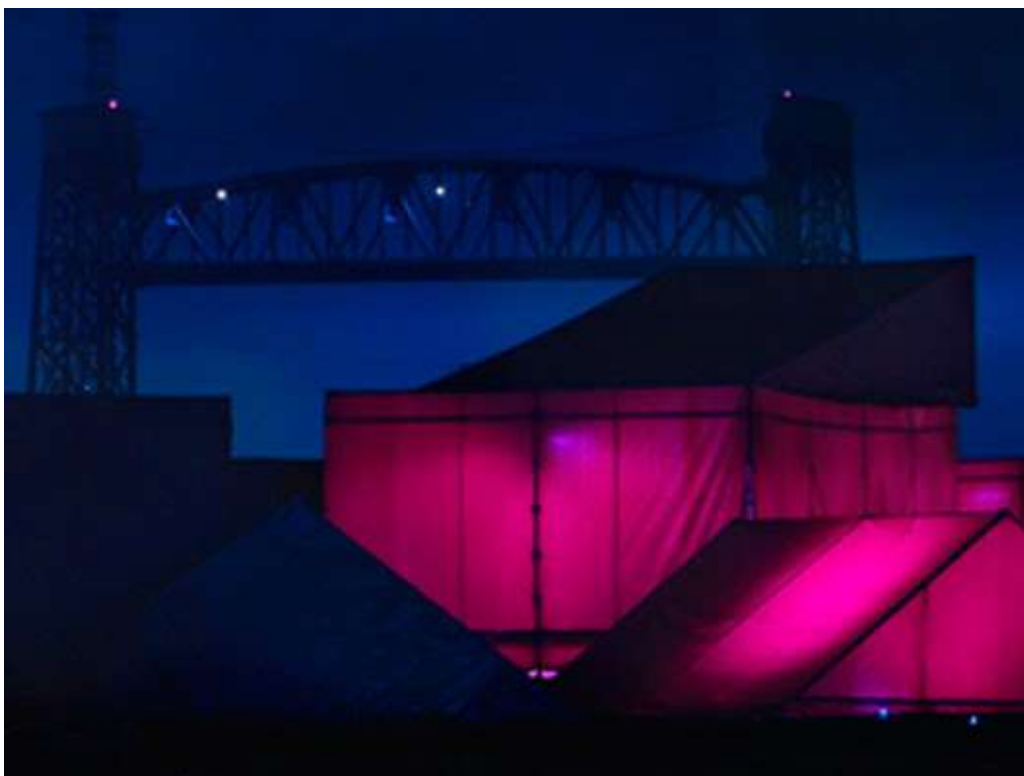


Imagen 54. Proyecto Pink. Graph Architects (2008) image. jaimesuarez9810.blogspot.com

Dado el fuerte potencial visual y metafórico que tendría el instalar en la zona, un pueblo de “casas” de color rosa, *Pink* fue la ciudad virtual de la esperanza, un híbrido entre el arte, la arquitectura, el cine, los medios y las estrategias para recaudar dinero.

Paper Log House. Kobe, Japón. Shigeru Ban, 1955.

Construcción elaborada para las víctimas del terremoto de Kobe (*imagen 55*). La base se compone por cajas de cerveza donadas y cargadas con sacos de arena. Las paredes están hechas de tubos de papel de espesor de 4 mm y 106 mm de diámetro.



Imagen 55. Casa de tubos de cartón. Kobe, Japón. Shigeru Ban. imagen. archdaily.mx

La cubierta es de lona con capacidad aislante y resistente a la lluvia una vez protegida con una imprimación de parafina, va unida a una armadura igualmente de cartón, que se puede quitar y separar en verano para permitir la ventilación.

El costo de los materiales para una unidad de 52 metros cuadrados está por debajo de los 2.000 dólares. La vivienda de emergencia tardó en construirse entre 6 y 10 horas

Estas casas de emergencia se han construido dos veces más, en Turquía en 2000 y en India en 2001. La unidad es fácil de desmontar, y los materiales pueden ser eliminados o reciclados fácilmente.

Palacio de las Bellas Artes. San Francisco, California. E.U.

Se construyó específicamente para la Exposición Internacional Panamá-Pacífico del año 1915. Diseñada por Bernard Maybeck, el Palacio estaba inspirado en las culturas y arquitectura griega y romana (*imagen 56*).



Imagen 56. Palace of Fine Arts. San Francisco, CA.(1915) Maybeck imagen. williamprogers.com

En dicha exposición había en total 9 edificios temporales, los cuales serían derribados al término de dicho evento; sin embargo, la Liga de Preservación del Palacio se opuso a la demolición de esta construcción. Así, hasta el año de 1964, el Palacio fue utilizado como estación de bomberos, central telefónica e incluso como aparcamiento para jefes de estado de la ONU.

En el año de 1964 se remodeló, primero reduciéndolo a su estructura metálica. Posteriormente se añadieron materiales más ligeros, al tiempo que más resistentes y durables, respetando todos los detalles de su construcción original.

Hospital Wuhan Huishenshan. China.

Como otro ejemplo del avance en el diseño de la arquitectura efímera dentro del área de emergencias, podemos valorar la reciente construcción del hospital de urgencias Wuhan Huoshenshan (*imagen 57*) de 1.000 camas en menos de diez días. Con 366.000 pies cuadrados (34.000 metros cuadrados) de dos pisos para atender urgencias de COVID-19 en la ciudad china de Wuhan, que comenzó a aceptar a sus primeros pacientes, a poco más de una semana después de que comenzó el trabajo de nivelación de tierras.



Imagen 57. Hospital Wuhan Huishenshan. China.

imagen. dw.com

Construido para tratar a pacientes con coronavirus, el hospital pretende tomar las bases a partir de la construcción anterior del Hospital Xiaotangshan de Beijing, finalizado en solo una semana en 2003. El proyecto final fue terminado por un equipo de 7.000 miembros.

La escala y la velocidad de la construcción han sido posibles gracias a unidades prefabricadas y miles de trabajadores que operan durante la noche.

Sin embargo, cuando se trata de diseño, los hospitales tuvieron que comenzar desde cero.

La instalación final de dos pisos (*imagen 58*) incluye 30 unidades de cuidados intensivos y salas de aislamiento.



Imagen 58. Hospital Wuhan Huishenshan. China.(2020)

imagen dw.com

El uso de materiales prefabricados y ligeros, fuente principal de uso en la arquitectura efímera, han hecho posible el solucionar un problema emergente de salud masiva, sin que esto quiera decir que la edificación “provisional” no pueda conservarse indefinidamente, otorgando un valor adicional a esta rama de la arquitectura

5. PROPUESTA DE ARQUITECTURA EFÍMERA

EXPO AGROBAJA 2020



Imagen 59. Captura de la página principal de la expo Agro Baja 2020.

ANTECEDENTES

Esta Exposición tiene una trayectoria de 20 años, y se ha posicionado en la región (*imagen 59*), y como una plataforma muy importante a nivel nacional donde se exhiben, promueven y comercializan productos y servicios; agrícolas, pecuarios, pesqueros y acuícolas, con la finalidad de fortalecer la cadena productiva del país.

Durante los tres días que dura la exhibición (*imagen 60*), se promueven productos y servicios que benefician a diversas áreas de la producción agrícola, pecuaria y de alimentos. Apicultura, Ganadería, Pesca, Acuicultura, Horticultura, Agroindustria, Maquinaria, Energías Alternas, Productos Alimenticios, Semillas, Metal-mecánico entre otros.

VISITANTES. Perfil del visitante

52% proviene de Baja California,

42% son procedentes de Sonora, Sinaloa y Jalisco en México y California y Arizona en USA y

28% visitantes asisten por primera vez.

54% hombres

46% mujeres

El 65% de ellos tiene entre 35 y 65 años de edad.

El 57% tienen universidad terminada o más.

26% carrera técnica o preparatoria

El 94% mencionó que AgroBaja cumplió o superó sus expectativas.



Imagen 60. Captura de pantalla. Beneficios de la expo Agro Baja 2020.

Dentro de las instalaciones, el patronato organizador ofrece distintos espacios de exhibición en apoyo a los usos y requerimientos por producto de cada empresa:

- Área de exposición de Bienes y Servicios
- Área de exposición de maquinaria
- Área pecuaria
- Pabellón de productos No Tradicionales

- Pabellón del vino
- Centro de negocios
- Sala de conferencias
- Rodeo

La empresa que nos ha contratado para el desarrollo del proyecto objeto de este trabajo, elige el Área de Exposición de Bienes y Servicios como la más apta para participar.

REGLAMENTO

A continuación transcribimos íntegro el reglamento que el Patronato organizador entrega a cada uno de los expositores, con el fin de que podamos tener una visión del movimiento y estructura de este tipo de eventos.

1. GENERALES

1.1. Este reglamento tiene como objetivo establecer los procedimientos operativos que regulen el buen funcionamiento de la exposición y que garantice a todos los involucrados el cumplimiento de las obligaciones de las partes.

1.2. Es responsabilidad del expositor hacer que todas aquellas personas contratadas por él, directa o indirectamente, cumplan y respeten las normas señaladas en este reglamento.

1.3. Podrán participar como expositor: todas aquellas empresas pertenecientes o complementarias a las actividades agrícola, pesquera, acuícola y ganadera.

1.4. AgroBaja se llevará a cabo en las instalaciones del Campo AgroBaja, situado en el kilómetro 7.5 de la Carretera a Mexicali-San Felipe, en Mexicali, Baja California, México.

1.5. La exposición estará abierta al público de las 10:00 a las 18:00 horas durante los días jueves 5, viernes 6 y sábado 7 de Marzo de 2020.

1.6. El Patronato de AgroBaja A.C. no se hace responsable del mobiliario, productos, implementos, objetos o documentos que permanezcan en el stand antes, durante o después del evento.

2. MONTAJE

2.1. Sólo se permitirá el montaje del stand a expositores que hayan cubierto el monto total de la renta del mismo.

2.2. El expositor podrá realizar el montaje y ambientación de su stand, los días lunes 2, martes 3 y miércoles 4 de marzo de 2020, de las 8:00 a las 18:00 horas y terminar totalmente sus trabajos de montaje y/o decoración 2 (dos) horas antes del inicio oficial de la exposición.

2.3. Queda prohibido al expositor colocar en los pasillos de circulación y fuera del área contratada; objetos propios de los interiores de los stands, como son: macetas, anuncios, señalamientos, mesas, publicidad aérea, entre otros.

2.4. Es responsabilidad del expositor dotar a sus respectivos stands del equipamiento que consideren necesario para la exhibición, demostración o venta de sus productos y/o servicios, así como de los elementos ornamentales que se requieran.

2.5. En caso de que los expositores deseen utilizar instrumentos o productos que rebasen una altura de 2.40 metros sobre el nivel del piso, deberán solicitar permiso al Patronato de AgroBaja, A. C., quien, en su caso, lo aprobará por escrito. En todos

los casos, el expositor deberá cuidar no afectar la estética o construcción de los stands vecinos.

2.6. Queda prohibido pintar, clavar, acuchillar o perforar sobre las paredes y mamparas, excavar o cortar la alfombra. En caso de utilizar globos o cualquier material inflable, éstos deberán contener gas inflamable (helio).

3. DURANTE EL EVENTO

3.1. Queda estrictamente prohibido para el Expositor subarrendar, prestar, ceder o enajenar total o parcialmente el espacio contratado, comprometiéndose a exhibir exclusivamente productos fabricados y/o comercializados ordinariamente por el mismo acuerdo manifestado en el contrato.

3.2. El expositor podrá repartir folletos, catálogos, muestras, propaganda impresa y artículos promocionales o publicitarios inherentes a su actividad, únicamente dentro de su stand.



6. EL CLIENTE

DESCRIPCIÓN GENERAL

¿Quién es?



Imagen 61. Imagen del logotipo de la empresa Micro Molienda. 2020. imagen: Imagix Creative Agency

Micro Molienda México (*imagen 61*) es una empresa mexicana de reciente creación con sede en el estado de Hidalgo y oficinas en Querétaro, Qro. Su principal actividad es la extracción y comercialización de Calcio y Magnesio en polvo con grado industrial de alto rango.

SUS PRODUCTOS

La empresa maneja dos productos básicos a saber:

1. Carbonato de Calcio. CaCO_3

Obtenido a partir de una caliza de alta pureza, procesada por vía seca y clasificada con un tamaño de partícula extrafino, no higroscópico. Sus características físicas: inodoro, insípido y libre de partículas extrañas. Es un producto que posee grandes propiedades físico-químicas, dándole gran variedad de aplicaciones en diferentes procesos químicos e industriales.

Usos y aplicaciones en la Industria

Industria farmacéutica

- Estética como cosméticos, cremas faciales, polvos para bebés y pastas dentales

- Laboratorios Medicinales para la elaboración de aspirinas y productos efervescentes, interactúa como diurético
- Industria de jabones, detergentes y productos abrasivos

Industria Alimenticia

- Suplementos Alimenticios y nutricionales en casos de osteoporosis o carencia de calcio o magnesio, así como también para evitar cálculos renales con dosis controladas de dicho suplemento

Purificación Sanitaria

- Como suplemento para sanitizar y purificar el agua

Industria de la Construcción

- Como rellenos en la fabricación de polímeros, todo tipo de plásticos y PVC o CPVC
- Como carga en la fabricación del caucho
- Elaboración de pinturas

2. Carbonato de Magnesio / Dolomita. $\text{CaCO}_3 \cdot \text{MgCO}_3$ - PM 180.30

Es una mezcla homogénea de Carbonato de Calcio con carburo de Magnesio. El producto es 100% natural y orgánico, no tóxico, que por ser muy soluble, se incorpora rápidamente al suelo y plantas. Se puede mezclar con otros fertilizantes. Es un corrector de la acidez (PH) y aporta magnesio Mg^{++} y Calcio Ca^{++} a los suelos agrícolas.

Usos y Aplicaciones en la Industria

Industria Química Industrial

- Elaboración de materiales refractarios
- Laboratorios medicinales para la elaboración de productos antiácidos por su contenido de Mg

Industria Petrolera

- Para sellar los micro orificios causados en las paredes del subsuelo al momento de la perforación y evitar que se derrame el crudo

Industria Agrícola

- Como suplemento aplicado en el campo, para eliminar el PH y acidez de la tierra, así como para el fortalecimiento de las propiedades de la planta
- Como suplemento para el forraje y alimento del ganado

Industria de la Construcción

- Estabilización del suelo
- Recubrimientos, estucos, mortero y concreto celular

¿Qué requiere?

Como se puede observar, el calcio y magnesio de alta pureza extraídos, procesados y listos para su venta y distribución, tienen múltiples usos y aplicaciones en diversas industrias. Al ser una empresa joven, de reciente creación, necesita generar una estrategia de conocimiento tanto de la marca como de sus productos, así como sus aplicaciones y beneficios.

¿Cuáles son sus objetivos?

Una campaña publicitaria y de comunicación a través de medios digitales, y la participación de la empresa en exposiciones temáticas afines a las áreas de aplicación del producto.

Siendo una empresa emergente, se ubica en la necesidad de que su participación en dichas exposiciones sea austera pero contundente, de bajo presupuesto pero impactante, aunque sea de reciente creación quiere proyectar una imagen fuerte y con autoridad en la materia. La participación dentro de la Expo AgroBaja 2020 en la ciudad de Mexicali B.C. es inminente y se requiere formular un plan de ataque que le permita a la empresa posicionarse en los diversos renglones que esta exposición ofrece.

7. LA ESTRATEGIA

OBJETIVOS

Lograr un posicionamiento de la marca entre el público y los expositores, aunque la identidad visual es importante, lo es en igual medida el lograr despertar interés en los visitantes. De igual forma lograr mediante el diseño de elementos de arquitectura efímera afines a los objetivos y presupuesto, lograr el montaje en sitio, de una propuesta novedosa que consiga otorgar valor y congruencia a la marca que nos está contratando.

Nuestra participación como integrante del bufete de diseño de Imagix Creative Agency, nos permitió colaborar dentro del acopio de información y estructura de la estrategia para la implementación del espacio dentro de la expo AgroBaja 2020 para el cliente Micro Molienda.

GENERACIÓN DE UN BRIEFING

Como parte fundamental para su realización, se generó un *briefing*¹² para el cliente, documento esencial para la elaboración de una estrategia, su importancia es crucial para lograr el éxito en cualquier campaña publicitaria.

Algunos de los temas que integran un brief o briefing:

1. ¿Cuál es la oportunidad y/o el problema que tiene ante sí el cliente?

¹² El *briefing* es un cuestionario elaborado por la agencia para que el cliente lo llene, y recoge información del mercado, el producto, el consumidor, la competencia, la distribución, los objetivos del marketing, los objetivos de la comunicación, el presupuesto para realizar una campaña publicitaria, etc.

Un breve resumen de porqué requiere servicios de publicidad, en este caso concreto la elaboración de un espacio comercial. ¿Cuáles son las ideas del consumidor que la publicidad del cliente debe corregir o enfatizar?

2. ¿Qué quiere el cliente que la gente haga después de ver su stand?

¿Cuál es el papel de la publicidad? Pretendemos que el visitante reaccione inmediatamente, que busque más información, que aprecie cómo un determinado producto puede cubrir sus necesidades, que tenga ese producto siempre presente, que cambie sus actitudes o que las refuerce? ¿Estamos buscando un cambio o queremos lo mismo, pero corregido y aumentado?

3. ¿Con quién estamos hablando?

Descripción exhaustiva del grupo objetivo. ¿Qué clase de personas son? ¿Qué hacen qué piensan? ¿Qué opinan? ¿Porqué están en ese grupo objetivo?

4. ¿Cuál es la respuesta clave que queremos lograr con el stand?

Utilizando el lenguaje del consumidor, ¿cuál es ese dato *único* más importante que nos interesa que la gente note, o sienta o crea, como resultado de la publicidad?

5. ¿Qué información o qué cualidades pueden provocar esa respuesta?

Podría ser una cualidad funcional y/o física clave : podría ser una necesidad clave del usuario, una necesidad emocional/psicológica que esta marca consiga cubrir.

6. ¿Qué aspectos de la personalidad de marca debería expresar la publicidad en el stand?. La esencia de la marca debe expresarse claramente en una sola frase. ¿cuál es esa combinación única de todas sus características que la publicidad del stand tiene que resaltar? ¿Se trata de un cambio de personalidad de marca o un reforzamiento?

7. ¿Existe algún condicionante para la elección de los medios a utilizar, del tamaño o de las características del stand? ¿existe alguna limitación en el presupuesto de producción que pueda condicionar las oportunidades creativas?¹³

CONCLUSIONES RESULTADO DEL BRIEFING

Algunos de los puntos que se deducen de la lectura del brief:

Al no ser esta una experiencia digital, pues no es facebook, no es instagram, no es una página web, el evento en sí mismo constituye una gran oportunidad para la empresa, en la que el vendedor deberá todos los elementos, el peso y la información de la marca para dar sustento a su discurso.

Se elaborará una estrategia comercial integral, que recurra como idea o concepto básico la humanización de la marca, donde se involucre al personal de venta capacitado, que hablará por la empresa acerca de los productos y servicios, así como los beneficios que ésta brinda a sus clientes mediante una sonrisa. Habrá que revisar y conducir cómo te atiende, cuál es su forma de generar empatía hacia los visitantes, usuarios y posibles clientes, así como posibles socios comerciales.

El personal que estará interactuando con el usuario deberá sentirse empoderado para asumir la responsabilidad de servir, dar respuestas y soluciones a los usuarios, de tal forma que esta interacción llevada a cabo dentro de un espacio acorde a la personalidad de la marca y su influencia

¿Qué se quiere rescatar de la participación de la marca en un evento como este?. Si bien *Micromolienda* quiere dar a conocer y vender sus productos, el espacio debe reunir los elementos necesarios tales como el apoyo de un refuerzo

¹³ José M^a Ricarte Bescòs. (2000). 5.1 *El briefing creativo utilizado por las agencias de publicidad*. Procesos y técnicas creativas publicitarias (49). Cataluña: Universitat Autònoma de Barcelona.

visual de la marca y la forma en que sus productos actúan con la realidad, accesorios vegetales, materiales naturales que hagan referencia a la característica natural de los productos, elementos todos que logren convencer al usuario, visitante, cliente y/o socio con el discurso de seriedad, poder, recursos y visión de la marca.

Para contactar exitosamente tanto a asistentes como expositores, tenemos el recurso del involucramiento mediante un correcto *storytelling* o elaboración de argumentos convincentes, y el intercambio de conocimiento puede ser esencial para crear valor y mantener una plataforma verdaderamente significativa para el intercambio.

La utilización de un Briefing de proyecto, nos ayuda a estructurar o generar una idea concisa de qué es lo que se va a trabajar evitando improvisaciones, y suposiciones, las demandas del proyecto serán claras, el brief ahorra tiempo y conflictos, permite una correcta justificación del proyecto en su concepto, ya sea orgánico, rústico, libre, tiempo de texturas materiales altas, etc.



8. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

En cuanto a la marca Micromolienda, dado que la lista de expositores incluye la participación de exponentes de diversos estados de la República y de otros países, llegando a congregar a cerca de 683 expositores y más de 55,000 visitantes; se requiere que la imagen de la marca de nuestro cliente ocupe un lugar importante en la jerarquía general del stand y que le otorgue la importancia necesaria para lograr una recordación en los usuarios.

En cuanto a los productos. Teniendo solamente dos productos estrella, se puede facilitar la división por áreas, de la promoción de cada uno de ellos, logrando diferenciar sus propiedades, usos y sub marca de cada uno, a saber:

Dolomita. Carbonato de Calcio.

Dolo Magnum. Mezcla homogénea de Carbonato de Calcio con Carbonato de Magnesio

COMUNICACIÓN

La comunicación debe ser dirigida tanto al sector productivo, como al sector agrícola, ambos productos tienen su aplicación en diversos usos

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Como se puede apreciar, el mercado meta de esta empresa es muy variado, y se requiere de una estrategia bien planeada y dirigida que le permita dar a conocer su marca, productos y beneficios. Para ello se propone la incursión de la empresa en el circuito de exposiciones temáticas que se desarrollan en nuestro país, como primera etapa y posteriormente abarcar otros mercados. En este tenor, se selecciona la Expo Agro baja 2020 que se desarrolla en Mexicali, Baja California durante el mes de marzo, donde se reúnen productores locales de diversos cultivos,

donde el uso de los productos de la marca pueden ser de gran interés y utilidad para los empresarios que participan.

Dicho evento ofrece espacios reducidos en renta y cuenta con una serie de regulaciones y reglamentos internos que demandan una gran precisión y asertividad a la hora de construir el punto de información y venta del cliente.

JUSTIFICACIÓN

En coordinación con áreas como marketing y diseño de la comunicación, habremos de realizar el montaje mediante arquitectura efímera, de un stand que refleje los valores que la empresa tiene como objetivo dar a conocer en este evento.

Y ya que el trabajo interdisciplinario garantiza el éxito de una propuesta de esta magnitud, habremos de tomar en consideración los criterios que nos habrán de compartir los especialistas en dichas áreas.

Por nuestra parte y como arquitecto, tenemos el reto de identificar todos aquellos materiales que pueden ser utilizados de manera eficiente para otorgar los valores de la arquitectura efímera al proyecto, tales como:

- Una apariencia sólida.

- Proporcionada.

- Llamativa.

- Desarticulable.

- Apilable por áreas de construcción.

- De rápido montaje y desmontaje.

- Estética y congruente en su conjunto son los objetivos finales.

9. EL PROYECTO

La ciudad de Mexicali donde se localizan los terrenos de la Exposición, se encuentra localizada en el extremo noroeste del Valle de Mexicali en frontera con Estados Unidos de América. La altitud de la ciudad es variable, esto se debe que zonas como Islas Agrarias, localizada al Oriente de la ciudad, está a 10 metros sobre el nivel del mar; mientras que Santa Isabel, una zona del poniente de la mancha urbana, está a 3 metros bajo el nivel del mar; sin embargo, la altitud promedio de la ciudad es de aproximadamente 3 metros sobre el nivel del mar.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda de 2010 efectuado por el INEGI, la población total del municipio era entonces de 936,826 habitantes, de los cuales 473,203 son hombres y 463,623 son mujeres. Mexicali tiene la tasa de crecimiento más baja del estado, 1.99, por lo que su tiempo de duplicación es largo, calculado en 36.65 años. La población total del municipio representa el 29.7 %, con relación a la población total del estado, la zona urbana de la ciudad tiene 759 537 habitantes siendo el 81.07 del total del municipio¹⁴.

El Centro de Comercio y Exhibiciones de Mexicali, conocido por los ciudadanos locales como el Campo Agrobaja, ubica su extensión en la carretera a San Felipe, Km 7.5 Colonia Colorado 2 , N° 21,700, en las afueras de la ciudad de Mexicali, Baja California. Su ubicación le permite conexión directa con vías importantes de acceso a la ciudad, y con la carretera federal 2D.

Características físicas del terreno: son aproximadamente 30 hectáreas de exposición, con 3 áreas de estacionamientos, 2 para visitantes el cual es totalmente gratuito y 1 exclusivamente para expositores.

¹⁴ Gobierno de Mexicali. Recuperado de: <https://www.mexicali.gob.mx/XXIII/municipio.php>



Imagen 62. Preparativos para habilitar las áreas de exhibición de la Expo AgroBaja. Imagen: elimparcial.com

Son 22 mil m² de pasto para exhibición de maquinaria (imagen 62) . Una carpa principal de 8400 m² con 400 stands. Un pabellón del vino con 1048 m² donde estarán presentes varias casas vinícolas del Valle de Guadalupe. Una carpa de 1800 m² en el pabellón de Productos No Tradicionales, resaltando los mejores productos de cada estado visitante. Además, con ayuda de los ingenieros agrónomos se tiene el invernadero por parte de la empresa de RDO WATER dónde se preparan desde el mes de diciembre distintas cosechas de tomate, chile, higo, col de bruselas y apio.

Su preparación incorpora una logística que contempla desde la siembra, fertilización, adecuación de invernaderos y temperaturas, hasta el día del evento.

El tiempo es muy importante para tener esta área de terreno lista con anticipación. La operación del campo empieza a partir de los primeros de noviembre con el sembrado del *rye grass*, que es el pasto que se destina para cubrir los 22 mil

m2 de exposición abierta, se mantiene el riego y corte desde diciembre hasta previo a la expo.

Para tener un mejor control de logística, hay un cronograma con actividades por semana, en cuestión de montaje, logística y proveedores.



Imagen 63. Habilitado de estructura para las naves efímeras que alojarán la Expo Agrobaja. Imagen: elimparcial.com

Una semana antes al evento comienza el montaje de expositores (imagen 63), ya casi listo para ser visitados por miles de asistentes en la mejor exposición agropecuaria del noroeste¹⁵.

¹⁵Preparando el Campo Agrobaja. Nota de El Imparcial de Mexicali. Recuperado de: <https://www.elimparcial.com/mexicali/mexicali/Preparando-el-campo-AgroBaja-2020-20200302-0025.html>

STAND. Espacio contratado

Se contrataron dos espacios contiguos, uno de 3x3 mts y otro de 4 x 3 mts, es usual que en este tipo de exposiciones se entreguen los espacios divididos con base en módulos prefabricados de aluminio (*imagen 64*) con el sistema *Octanorm*¹⁶, estos tienen una estructura de postes, travesaños y piezas curvas que van tomando forma uniéndose a través de los diferentes componentes de la gama de productos: tensochapas y paneles de acrílico, paneles de trovicel.

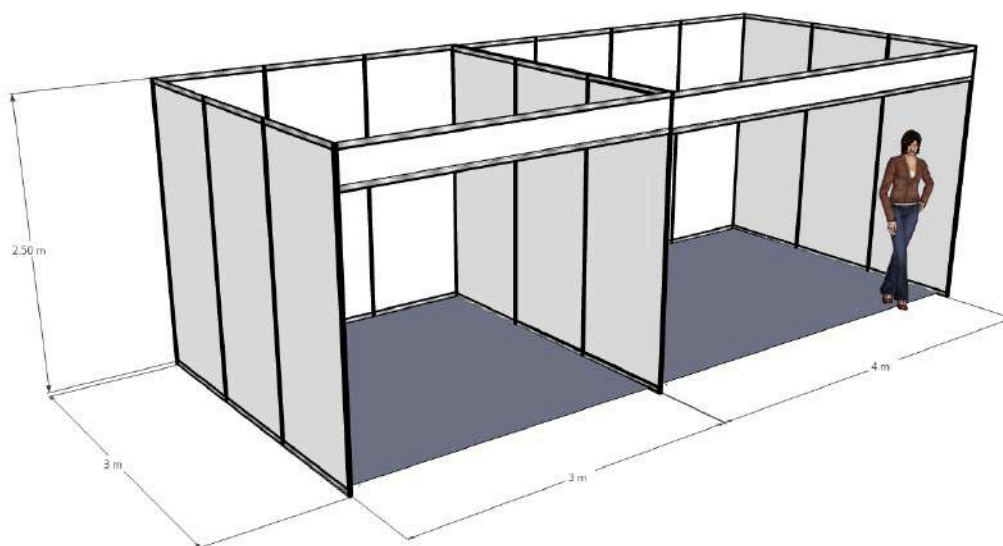


Imagen 64. Representación de los espacios contratados por el cliente 2020. imagen. Imagix Cretive Agency

Especificaciones del stand contratado en la Expo AgroBAja 2020:

- Tamaño del stand
- Stand cerrado 3x3
- Stand cerrado 4x3 contiguo
- Mamparería perimetral
- Alfombra
- Electrificación
- Peticiones del cliente
- Stand de un solo nivel

¹⁶ El sistema *Octanorm* fue creado por el diseñador y artista alemán Hans Staeger quien lo presentó por primera vez en la Feria *EuroShop* en Düsseldorf en 1968.

Espacio para exhibición de los productos

Espacio de almacenamiento

Espacio para atención personalizada a prospectos

Espacio para colocación de una pantalla de 50"

Presupuesto destinado: \$ 100,000

CONFIDENCIALIDAD

Debemos en este punto considerar la confidencialidad que el cliente y el caso requieren, siendo esta una cláusula contractual estipulada por ambas partes, nos reservarnos algunos datos como el costo y presupuesto del mismo. El costo mencionado es únicamente con fines ilustrativos. Mencionaremos que por ser Micromolienda una empresa emergente, el presupuesto destinado a la incursión de la Expo AgroBaja 2020, es limitado y bajo, por lo que el reto de alcanzar las metas señaladas es aún mayor.

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Siendo los productos de la marca de origen natural, deberemos contemplar la utilización de materiales de apariencia orgánica y natural.

A continuación enumeramos los elementos del programa arquitectónico

Marquesina: Construida en madera, su función será otorgar jerarquía a la marca principal de la empresa, dándole altura y sustento al logotipo, a la vez de enmarcar el espacio como elemento diferenciador

Plataforma para el piso: Sube el nivel del piso natural del recinto enfatizando la incorporación de los usuarios al espacio de la marca, la madera en formato rústico refiere el valor de lo rústico al natural.

Imagen impresa: Se realizará un arte por cada sub marca o producto para aplicar sobre un sustrato rígido de nombre coroplast para adosar superficialmente a las paredes posterior y laterales de *octanorma* propios del armado del stand

Bodega de materiales y guardarropa. Módulo interconstruido para alojar productos promocionales, guardarropa y equipo de presentación audiovisual

Mobiliario: Una mesa alta de las llamadas periqueras con tres bancos altos, una mesa de exhibición tipo credenza y una sala tipo lounge.

ELEMENTOS DE DISEÑO

Delimitación del espacio. Se decide la unificación de un sólo stand (*imagen 65*) de 7 mts ancho por 3 mts fondo ubicado en cabecera, es decir no se tiene colindancia en los laterales.

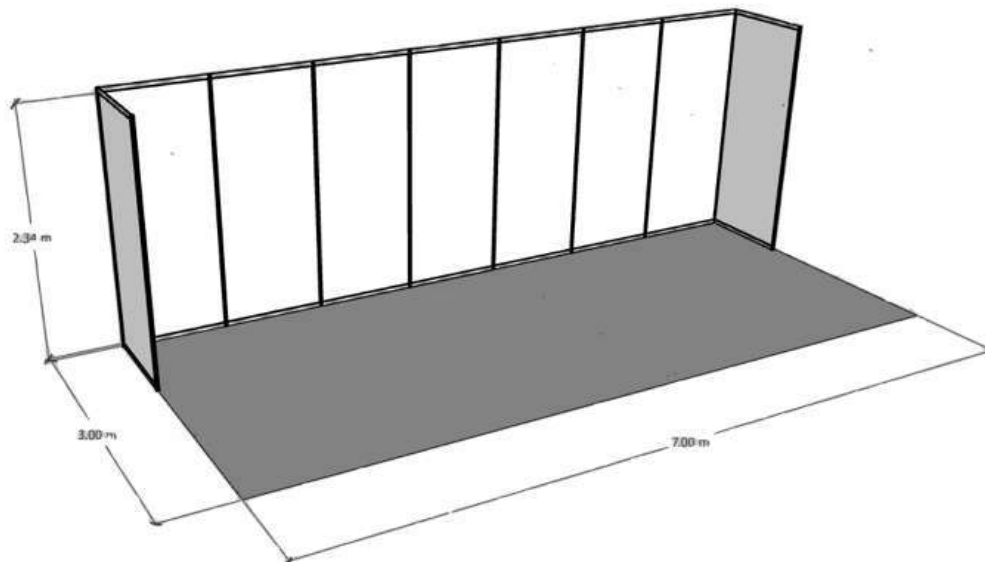


Imagen 65. Propuesta de utilización del espacio contratado. imagen: Imagix Creative Agency

PISO. Para cumplir con el aspecto orgánico y natural del stand, utilizaremos como base para el piso de madera, propusimos la utilización del módulo de madera para cimbra común (*imagen 66*).

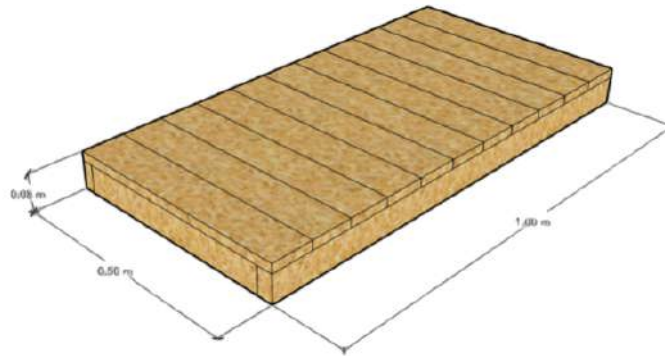


Imagen 66. imagen de un módulo de cimbra. imagen: Imagix Creative Agency

MAMPARERÍA. Secciones utilizadas

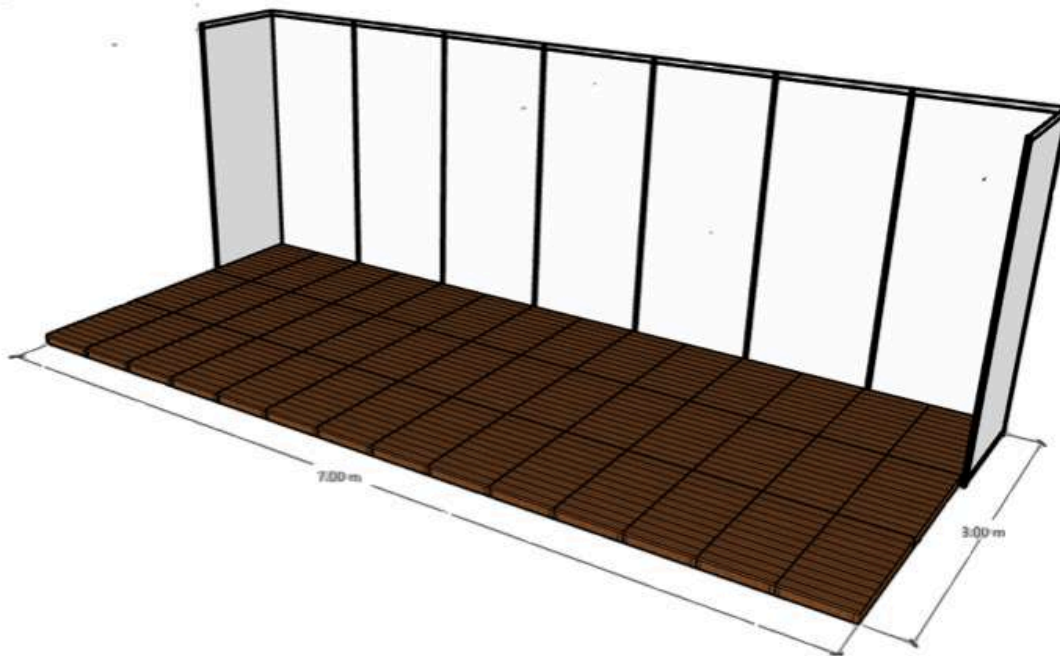


Imagen 67. configuración modular de la estructura del piso en el stand 3 x t mts. imagen: Imagix Creative Agency

Descripción: 42 tarimas de construcción nuevas sin cepillado (*imagen 67*), entintadas en sitio y superpuestas a la alfombra del recinto, sin fijación extra.

BODEGA. Se propone una sección hexagonal (*imagen 68 y 69*) montada en una estructura basada en un bastidor de madera enchapada en triplay de 3 mm con una puerta lateral y refuerzo al centro para soportar una TV de 55"

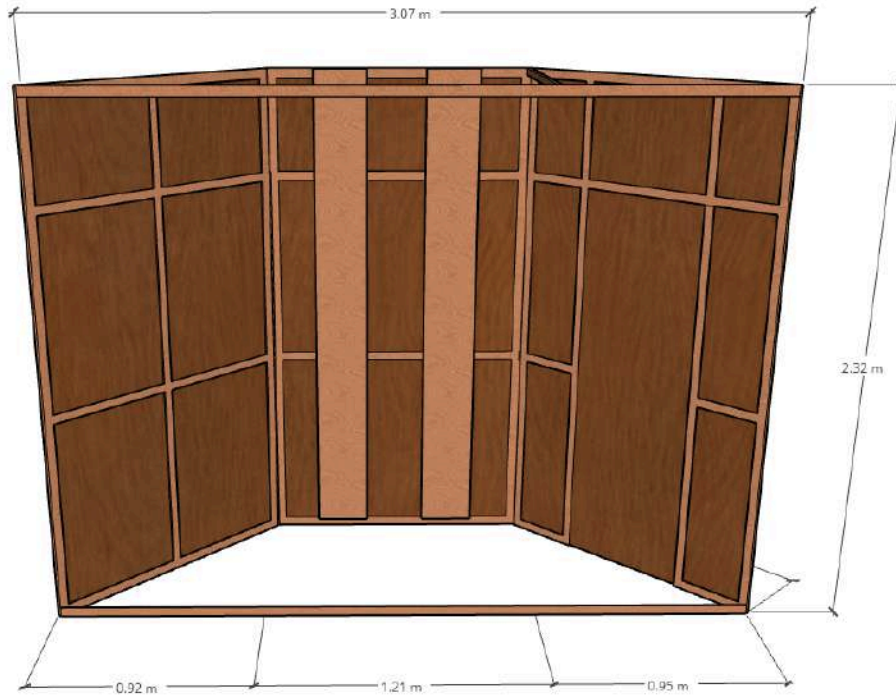


Imagen 68. Vista posterior del volumen correspondiente a la bodega Imagen: Imagix Creative Agency

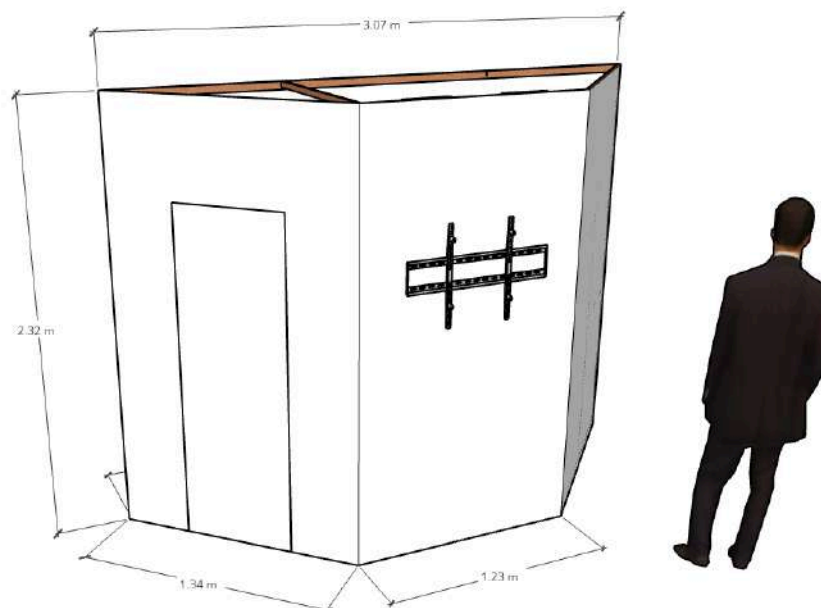


Imagen 69. Vista del volumen que da fachada a la bodega. Imagen: Imagix Creative Agency

MARQUESINA. Para la marquesina o header proponemos un cuerpo hueco utilizando un bastidor de madera enchapado en triplay (*imagen 70*), dividido en tres partes para facilitar su transporte, en la ilustración aparece completo.

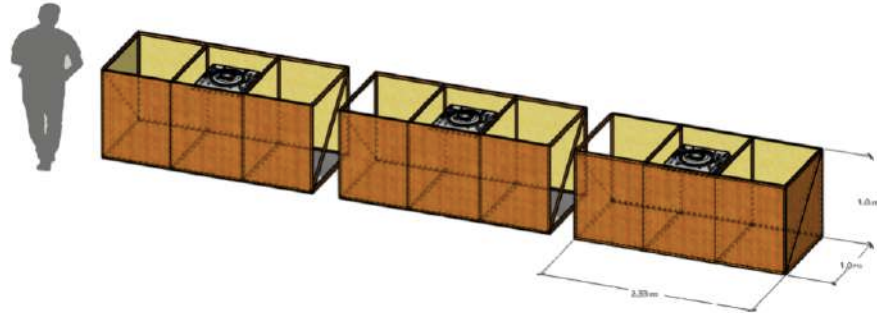


Imagen 70.. Vista traslúcida de las secciones de la marquesina o header. imagen: Imagex Creative Agency

Se busca que su apariencia represente una imagen de peso y fortaleza, tendría un falso plafón translúcido con iluminación cálida. El frente o fachada de esta estructura sirve de sustrato para la imagen digital autoadherible con el logotipo de la empresa, y estará soportado por los bordes perimetrales de la mamparería en sitio.

ARMADO. Uniendo los elementos (*imagen 71*), podemos visualizar un primer boceto de la volumetría general del stand.

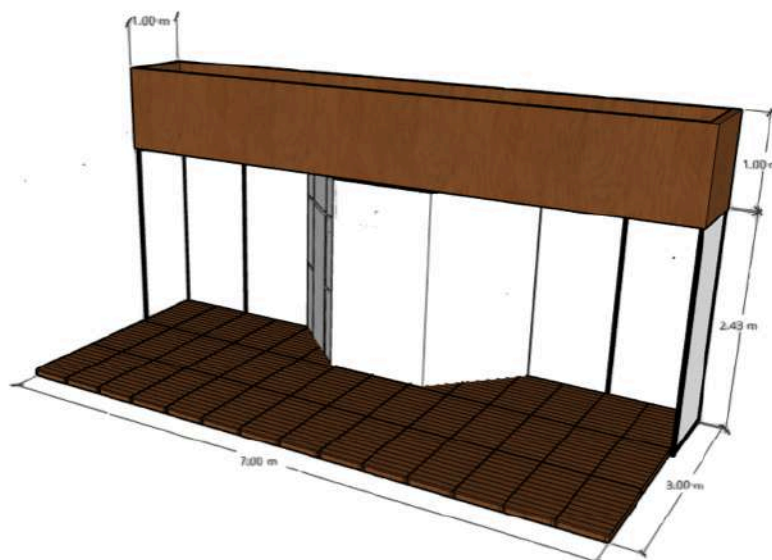


Imagen 71. Armado. 2020. Imagen: Imagix Creative Agency

BRANDING

Con el fin de lograr una definición en cuanto a la aplicación de un diseño de la comunicación, coherente y efectiva para el diseño del branding o impresión de gran formato, tenemos el siguiente croquis identificando las superficies disponibles (*imagen 72*).

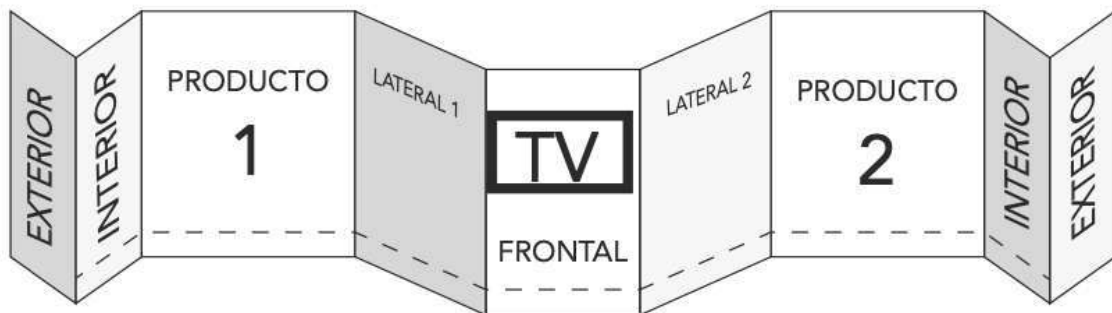


Imagen 72. Header o cabecera. 2020. Imagen: Imagix Creative Agency

Dichas superficies son mostradas con cotas definidas (*imagen 73*).

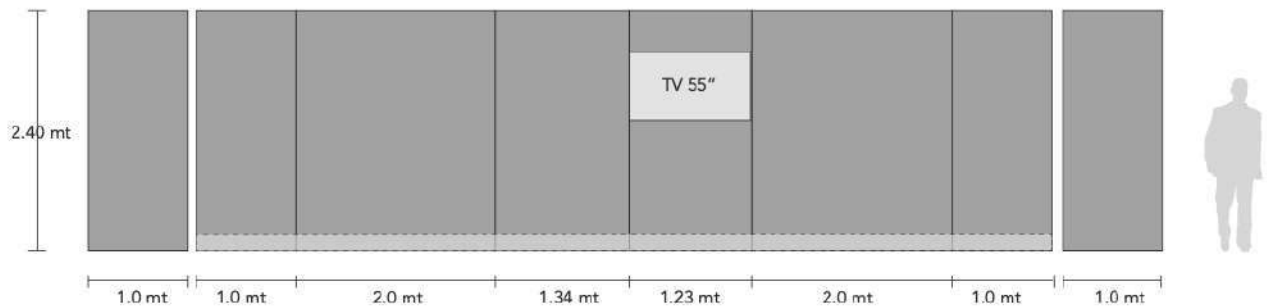


Imagen 73. Croquis mostrando las cotas de las superficies brandeables. 2020. Imagen: Imagix Creative Agency

DEFINICIÓN Y DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Imagen para el módulo central (imagen 74). De acuerdo a la imagen 67, tenemos un área central que une a los dos productos constituida por tres caras, dos laterales y un frontal. Se propone una imagen que denote el alcance de la marca en el área agrícola, que es el motivo de la exposición. De tal manera que este elemento hexagonal central quedarían armados de acuerdo a la imagen 69:



Imagen 74. Despiece de la imagen del modulo hexagonal central

La imagen, que lucirá como un todo una vez alpicada a los volúmenes privilegia el concepto verde de un área cuidada, un cultivo en pleno desarrollo con notables características de armonía, salud y crecimiento. La marca aparece en un costado, de tal forma que se note como una firma, una imagen institucional que genera una responsabilidad y soporte.

Imagen para el producto 1. Tomando el croquis 67, la imagen del producto 1 se ubica en el lateral izquierdo del montaje principal. La comunicación se dirigirá en ambos casos mediante el diseño de una infografía que denote las propiedades y beneficios del producto 1, en este caso sería MCC, Micro Carbonato de Calcio,

producto dirigido a la industria farmacéutica, a la industria de la construcción, a la industria alimenticia y a la purificación sanitaria. La propuesta quedaría así (imagen 75):



Imagen 75. Infografía del producto 1, lateral izquierdo. imagen: Imagix Cretive Agency

La imagen está encabezada por el logo del producto y su descripción, acompañado de las aplicaciones y un entramado de imágenes en monotono para no competir con el contexto general, destacando la imagen del producto encostado tal y como se distribuye a la venta.

Imagen para el producto 2. La siguiente infografía es equiparable a la primera, dedicada al segundo producto (*imagen 76*), haciendo énfasis en la marca y sus usos.



Imagen 76. Infografía del producto 2 en el lateral derecho. imagen: Imagix Cretive Agency

La paleta de color utilizada se basa en el manual de identidad y colores permitidos institucionalmente para cada marca. De igual forma tenemos la representación del producto descrito en los sacos que comercialmente se utilizan para su empaque, traslado y venta.

El diseño viene complementario y al espejo, de tal manera que visualmente tengan coherencia con el diseño del stand y reflejen un todo, más adelante podremos apreciar el conjunto ya brandeado y una imagen del stand montado al 100% tal y como quedó en la realidad.

Imagen para el flanco interior izquierdo y derecho. Con las dimensiones de un módulo de 0.90 x 2.40 mts y de acuerdo a la imagen 67, se resuelve complementar la imagen interior con un par de banners que reafirmen la imagen de la marca y la cualidad de ser de origen natural (*imagen 77*).



Imagen 77. Ambos laterales interiores destacando la pureza del producto. Imagen: Imagix Creative Agency

Imagen para el flanco exterior izquierdo y derecho. De igual forma presentamos la imagen de los banners situados en los laterales externos del stand, tomando en cuenta que los usuarios o visitantes tienen ese segmento como parte visual importante de la propuesta (*imagen 78*).



Imagen 78. Banners externos al stand. Imagen: Imagix Creative Agency

PRESENTACIÓN

Una vez impresos los elementos gráficos de gran formato, procedemos a su instalación individual sobre cada volumen habilitado y posteriormente al armado de las piezas para revisar su ensamble (*imagen 79 y 80*)



Imagen 79. Frente de la instalacion de brandeo. 2020. Imagen: Imagix Creative Agency



Imagen 80. imagen de laterales. 2020. Imagen: Imagix Creative Agency

AMUEBLADO

Dentro de los requerimientos básicos del cliente a la hora de operar el espacio, se contempla una mesa alta de las llamadas periqueras con tres bancos igualmente altos, una mesa de exhibición de producto (que para este caso tiene dimensiones mínimas ya que son solamente dos productos), y una sección VIP para cerrar tratos o brindar atención personalizada mediante una sala lounge (*imagen 81*)



Imagen 81. Perspectiva general del stand.2020. Imagen: Imagix Creative Agency

10. MONTAJE

Una vez en Mexicali, Baja California, nos llevó tres días de operación:

Día 1:

- Recepción del material de carga
- Traslado a la Expo
- Gestión de ingreso a las instalaciones
- Ubicación del espacio y toma de posesión
- Acopio del material en el lugar
- Revisión del inventario
- Armado de estructura del piso
- Armado de la bodega
- Armado de la marquesina

Día 2,

- Distribución y fijación de material de branding o impresiones
- Aplicación de recubrimiento en piso
- Electrificación de bodega y marquesina
- Instalación de equipo audiovisual

Día 3

- Detallado en piso
- Detallado en impresos
- Ingreso y operación del material audiovisual
- Recepción de mobiliario
- Recepción de material promocional
- Recepción de producto de la empresa
- Coordinación con personal de atención al público
- Entrega al cliente



Imagen 82. Vista lateral del montaje real. Fotografía . imagen: Imagix Creative Agency



Imagen 83. Vista lateral del montaje real. fotografía. imagen: Imagix Creative Agency

11. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO Y CONCLUSIONES

EQUIPO DE TRABAJO

Con el fin de ilustrar al lector sobre la forma de operar de este tipo de proyectos, podemos describir el equipo de trabajo que intervino en el mismo, de la siguiente manera:

Marketing. Un especialista en marketing definió los perfiles del mercado potencial, los porcentajes de penetration en el mercado meta y las posibilidades de contacto con líderes con influencia directa o indirecta en la toma de decisión de compra.

Comunicación. Un Licenciado en Comunicación toma los parámetros de los perfiles analizados por Marketing y diseña los mensajes que habrán de tender un puente entre llamar la atención y generar una inquietud con base en los intereses del usuario, colocando a la marca en situación de solucionador de problemas.

Arquitecto. Un arquitecto especialista en arquitectura efímera propone áreas y elementos físicos que atiendan a los requerimientos de la comunicación y de la funcionalidad que deberá atenderse en la exhibición, tanto en cuanto a otorgar la jerarquía necesaria a la marca, de acuerdo al espacio en renta disponible para ello, como en consideración a un grupo de vendedores atendiendo a usuarios interesados, espacio para guardar objetos personales como papelería y/o artículos promocionales, observando aspectos como la comodidad, practicidad, gusto estético y sobre todo, que se pueda modular, prefabricar, habilitar en dos días y desmontarlo una vez terminado el evento

Diseño de la Comunicación gráfica. Un especialista en diseño de la comunicación desarrolla gráficos e imágenes congruentes a los objetivos de comunicación justo tomando en cuenta los espacios y volúmenes desarrollados por la arquitectura

efímera, generando tipografías jerarquizando textos, justificando imágenes y texturas gráficas.

El objetivo final de este equipo de cuatro especialistas es el otorgar una personalidad propia a la marca que nos contrata, una imagen que sea congruente con sus principios, su oferta y su filosofía empresarial, de tal manera que los usuarios y posibles clientes tengan una pronta identificación y posicionamiento tanto de la marca como de los productos ofrecidos y los beneficios a lograr. Las reuniones de evaluación constantes entre los integrantes del equipo llevan a la consecución de una propuesta convincente que satisfaga las necesidades del cliente y que haga exitosa su participación en el evento.

El staff que opera el montaje y desmontaje del proyecto está conformado por:

- Un supervisor a cargo del catálogo de piezas, planos del montaje, permisos y administración de recursos y relaciones publicas
- Un técnico encargado de dirigir la distribución de piezas, cableado, armado y comprobar el correcto ensamble y sustentabilidad de las piezas
- Dos ayudantes operan la carga, el traslado y ensamble de las piezas de acuerdo al programa
- Dos edecanes femeninas presentan la oferta de la empresa y canalizan a los usuarios interesados con los funcionarios de venta
- Dos funcionarios de la empresa encargados de atención y venta de prospectos.

Total de equipo de Diseño 4 personas

Total de equipo de Staff: 8 personas.

CONCLUSIONES

El nuevo papel del arquitecto dentro de la arquitectura efímera se abre en diversas proporciones, Los actuales tiempos nos demandan una nueva postura ante un escenario global demandante de ideas que solucionen situaciones en calle, en parques, en sitios que han estado vulnerables por causa de alguna contingencia o emergencia, o grandes espacios que ayuden a contener a su vez otros espacios efímeros que requieren de cierta infraestructura de servicios.

Lo cierto es que estamos obligados a aprender de las circunstancias, de los materiales, de atrevernos a experimentar con lo que tenemos a mano, de los nuevos sistemas disponibles, de nuestra propia capacidad para abordar problemas con ingenio y creatividad para no depender de recursos que no estén a nuestro alcance.

Si bien la tecnología es una herramienta indispensable hoy en día para el desempeño de nuestro trabajo, sistemas de geo localización que nos permiten simular trayectorias de asoleamiento, flujos de ventilación, ahorro energético, aprovechamiento de recursos básicos, sistemas inteligentes que permiten a distancia el control de accesos, temperatura, iluminación, riego, sistemas de gestión de proyectos, administración de obra, etc. La arquitectura efímera nos inspira a lograrlo todo con ayuda de recursos básicos y elementales, recursos que deben resistir el paso de unos días, pero mientras tanto cumplir a cabalidad con el requerimiento impuesto.

En una sociedad en que todo puede llevar nuestro nombre y nuestra marca personal, en que todo es momentáneo, inmediato y a la vez pasajero, la arquitectura efímera ofrece un vasto nicho de oportunidades para el arquitecto que logre una interacción con el desarrollo social, económico y cultural, que provea servicios tangibles y útiles a una sociedad cambiante y a la vez demandante.

Debemos estar siempre listos para hacer frente a lo efímero y cambiante, tal como es la esencia misma de la vida.

BIBLIOGRAFÍA

Nieva, Francisco (2003) *Tratado de Escenografía* (2ª Edición). Madrid, España. Editorial Madrid Fundamentos 2000.

José Javier Azanza López. (2013). Fiestas y Lutos en Pamplona en los siglos XIX y XX. el arte efímero, entre la exaltación monárquica y los intereses de sus promotores. Príncipe de Viana, 258, 405-414.

Merino, Ester. (2010) Art. *Historia de la Escenografía en el Siglo XVII*. Herederos de Buontalenti: Giulio Parigi (1ª Edición) Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid.

El URL de este documento es <http://www.ucm.es/info/especulo/numero45/parigi.html>

Pablo González Tornel. (2017). Roma Hispánica. Cultura festiva española en la capital del barroco. España: Centro de Estudios Europa Hispánica. ISBN: 978-84-15245-58-2

Esther Merino Peral. (2011). Historia de la Escenografía en el Siglo XVII: Creadores y tratadistas. Historia y Geografía, 207, 1-11.

Hermione Hobhouse. (2002). The Crystal Palace and the Great Exhibition Science, Art and Productive Industry: The History of the Royal Commission for the Exhibition of 1851. University of Michigan: Athlone Press. ISBN: 9780826478412

Schoenefeldt, H. (2011). Adaptando invernaderos para uso humano: Experimentación ambiental en los diseños de Paxton para el 1851 Great Exhibition Building y el Crystal Palace, Sydenham. *Historia de la arquitectura*, 54, 233-273. doi: 10.1017 / S0066622X00004068

Peter Berlyn and Charles Fowler Junior. Ilustraciones de George Samuel Measom. (2013). The Crystal Palace: Its Architectural History and Constructive Marvels.. 10 de abril 2020, de Project Gutenberg Sitio web: https://en.wikisource.org/wiki/The_Crystal_Palace

Isaac López César. (2014). La aportación estructural del Crystal Palace de la Exposición Universal de Londres 1851. Una ampliación del enfoque histórico

tradicional. 11 de abril 2020, de Rita Sitio web:
http://openarchive.icomos.org/1511/1/RITA_Isaac_Lopez.pdf
ISSN: 2340-9711

Esther Fernández-Llorente. (2002). The Myths of the Crystal Palace. *Emergence*, 03, 28, 29, 30.

Luis R Méndez Rodríguez. (2006, 23-42). La Gran Exposición de Londres de 1851. Un nuevo público para el mundo. *Artigrama*, 21, 26 - 36.

Peter Berlyn and Charles Fowler, Jun. London 1749. Crystal Palace: Its Architectural History and Constructive Marvels. Project Gutenberg, Laverock Grabados: George Samuel Measom Disponible en: https://en.wikisource.org/wiki/The_Crystal_Palace

De Garcillán López-Rúa, Mencia (2015). Persuación a través del marketing sensorial y experiencial. *Opción*, 31(2), 463. (fecha de consulta 8 de junio de 2020). ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=310/31045568027>

Eduardo Manresa. (2005). La Historia De Las Ferias. 10 abril 2020, de MF Online Arquitectura y Marketing Ferial Sitio web: <https://mundoferial.com/2019/08/06/la-historia-de-las-ferias/#content>

Sanfelu Arboix, Ignacio Ricardo (1997) Tesis *La Arquitectura Efímera*: Los componentes efímeros de la arquitectura. Catalunya. Editorial Universitat Politècnica de Catalunya

María Pilar Poblador Muga. (2018). El recuerdo de lo fugaz: la arquitectura efímera en la época del progreso. *El Tiempo y el Arte*, 1, 127-154.

William Castañeda. (abr 24 2012). SAUCIER + PERROTTE ARCHITECTES...finalistas en el concurso del CICB. 14 junio 2020, de Eco Opcion Sitio web: <https://ecoopcion.wordpress.com/2012/04/24/saucier-perrotte-architectesfinalistas-en-el-concurso-del-cicb/>

Redacción. (2020). Preparando el Campo Agrobaja 2020. 29 junio 2020, de El Imparcial Sitio web: <https://www.elimparcial.com/mexicali/mexicali/Preparando-el-campo-AgroBaja-2020-20200302-0025.html>

Redacción GH. (2018). Municipio de Mexicali. 29 junio 2020, de Gobierno de Mexicali Sitio web: <https://www.mexicali.gob.mx/XXIII/municipio.php>

INEGI: www.inegi.org.mx