



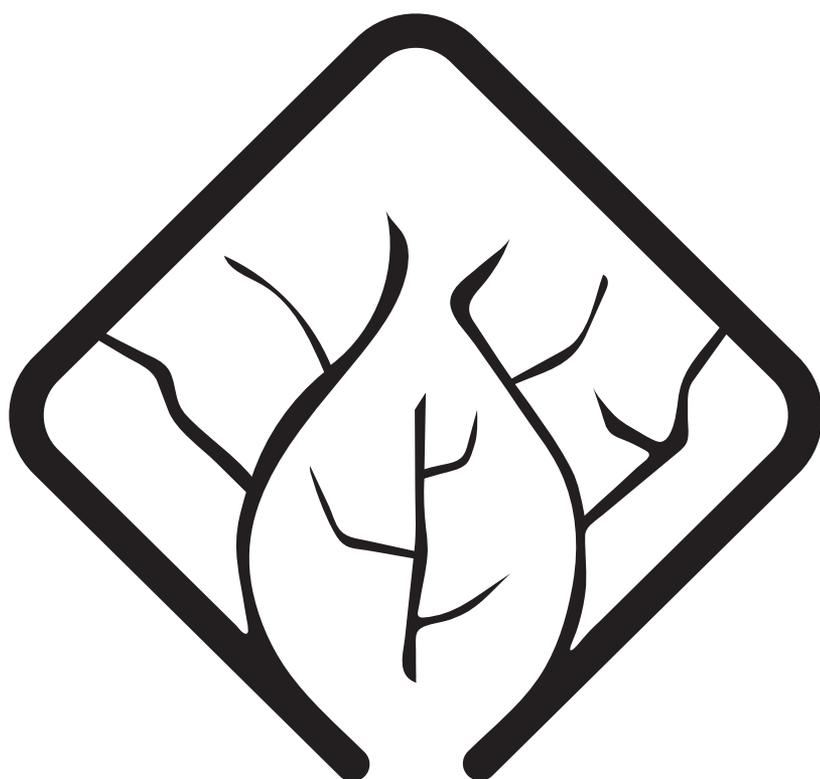
---

# RAÍCES

---

plazas, tradición y cultura





---

# RAÍCES

---

plazas, tradición y cultura

**Sandra Patricia Carvajal Cantor**  
**David Fernando Jurado Montoya**  
Compiladores

**AREANDINA**  
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

Carvajal Cantor, Sandra Patricia; Jurado Montoya David Fernando. Compiladores

Raíces. Plazas, tradición y cultura / Compiladores Carvajal Cantor Sandra Patricia, Jurado Montoya David Fernando, López Franco Sergio Luis, Molina Bonilla Luz Stella, Ochoa Laverde Juan Sebastián y Portilla Benítez Yubar Deivi.

Bogotá - Fundación Universitaria del Área Andina. 2018

ISBN (impreso): 978-958- 5462-23- 6

1. Educación. Investigación. Temas relacionados con la agricultura. 2. Cocina característica de medio ambientes geográficos específicos Étnica. 3. Alimentos Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá)

Director Colección: David Fernando Jurado Montoya.

370.7 – scdd22

Raíces. Plazas, tradición y cultura

© Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá, abril de 2018

© Sandra Patricia Carvajal Cantor, David Fernando Jurado Montoya, Sergio Luis López Franco, Luz Stella Molina Bonilla, Juan Sebastián Ochoa Laverde, Yubar Deivi Portilla Benítez, David Fernando Aros Palacio, Juan David Bohórquez Zamora, Carlos Andrés Buitrago Quevedo, Daniela Camargo González, Liz Tatiana Castilla Noriega, Claudia L. Chaparro González, Karla Liliana Coral Cortés, Deimer Andrés Duarte Quiroga, Oscar Germán Duque González, Luis Álvaro González Marín, Luisa Fernanda Gonzáles Ramírez, Erika Julieth Herazo Rodríguez, Cristian Camilo López Carreño, María Camila López Castañeda, Angie Karinna Marín Villamil, Heidy K. Martínez Alarcón, Betsy Daniela Martínez González, Rafael Santiago Méndez Gómez, Mario F. Mendigaña Quintero, Daniela Núñez López, Edilson Esteban Pardo Zambrano, Daniel Felipe Pava Piñeros, Mateo Steven Peña Guana, Lizeth Camila Pinto López, Brandon Esteban Pulido La Rotta, María Elena Quintana Villamil, Diego Felipe Roa Garzón, David A. Rodríguez Moscoso, Diana Paola Román Torralvo, María Fernanda Sierra Antonio, Juliana Trujillo Baquero, Andrea Vanegas Buitrago, Germán Esteban Velosa Torres, Angie Paola Villamil Cuellar, Vanessa Zea López.

ISBN (impreso): 978-958-5462-23-6

Fundación Universitaria del Área Andina  
Calle 70 No. 12-55, Bogotá, Colombia  
Tel: +57 (1) 7424218 Ext. 1231  
Correo electrónico: publicaciones@areandina.edu.co

Dirección editorial: Eduardo Mora Bejarano  
Coordinación editorial: Camilo Andrés Cuéllar Mejía  
Diseño y diagramación: David Fernando Jurado Montoya  
Impresión: Xpress Estudio Gráfico y Digital

Impreso en Bogotá, Colombia. Depósito legal según Decreto 460 de 1995.

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra y su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin autorización escrita de la Fundación Universitaria del Área Andina y sus autores.

## **Bandera Institucional - Bogotá**

Pablo Oliveros Marmolejo †  
Gustavo Eastman Vélez  
**Miembros Fundadores**

Diego Molano Vega  
**Presidente del Consejo Superior y Asamblea General**

José Leonardo Valencia Molano  
Rector Nacional  
**Representante Legal**

Martha Patricia Castellanos Saavedra  
**Vicerrectora Nacional Académica**

Tatiana Guzmán Granados  
**Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera**

Javier Ortiz Muñoz  
**Secretario General**

Eduardo Mora Bejarano  
**Director Nacional de Investigaciones**

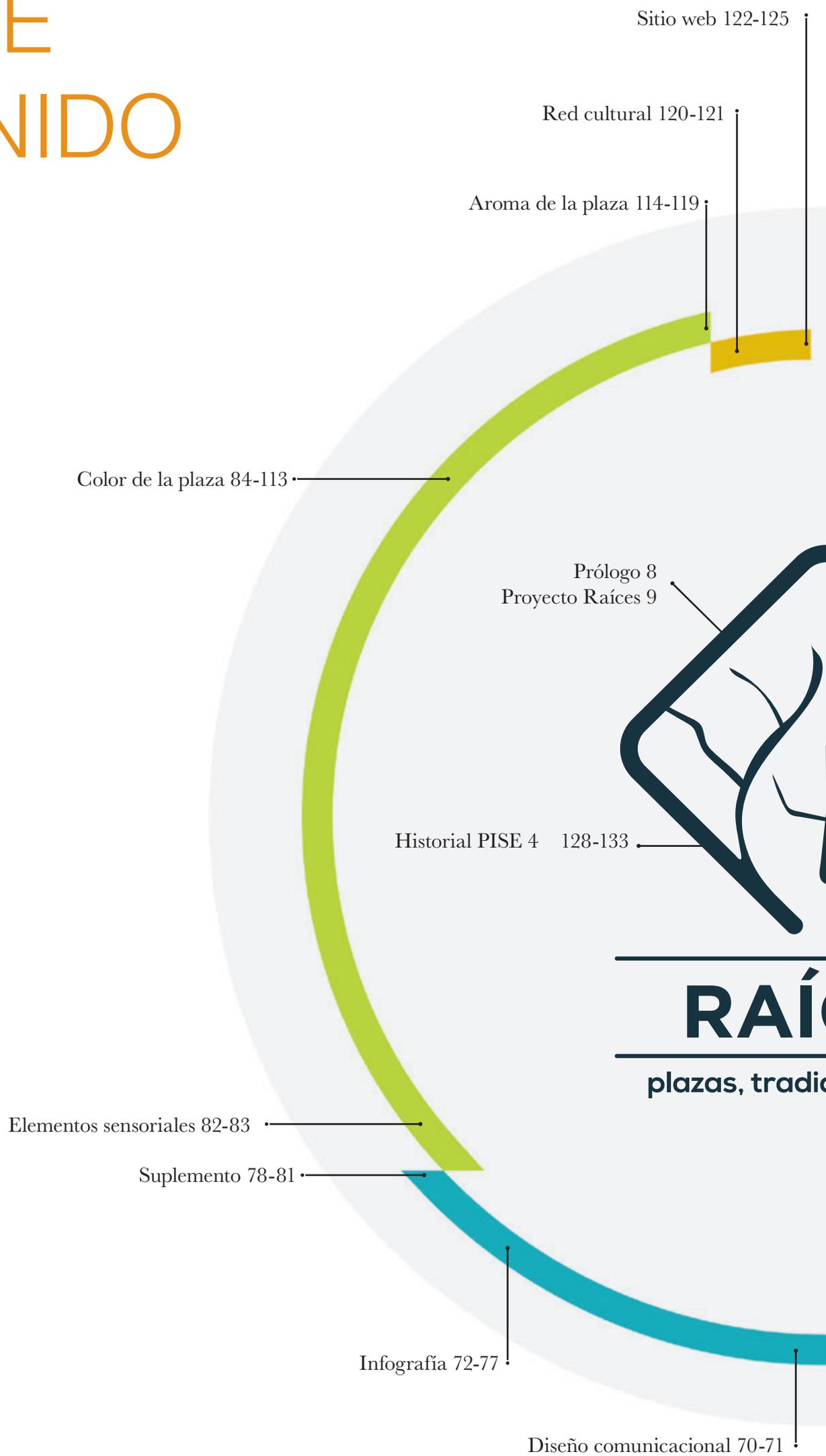
Camilo Andrés Cuéllar Mejía  
**Coordinador Nacional de Publicaciones**

Jorge Hernán Rosero Pulido  
**Decano**  
**Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes**  
**Sede Bogotá**

Juan David Peña López  
**Secretario Académico**  
**Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes**  
**Sede Bogotá**

Ana Ligia Galindo Panqueva  
**Directora**  
**Programa de Diseño Gráfico - Sede Bogotá**

# MAPA DE CONTENIDO



HISTORIA DEL ARTE GRÁFICO EN COLOMBIA

SISTEMAS DE ORIENTACIÓN GRÁFICA

DISEÑO DE INFORMACIÓN

FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

DISEÑO WEB

12 - 37

38 - 69

70 - 81

82 - 119

120 - 125

Atlas subjetivo 12-13

Mapa suave 14 -23

Territorio 24-27

Metodología PISE 10-11

Galería 28-33

Colección 34-37

Bibliografía 127

Sistema señalético 38-39

Sistema analítico I 40-43

CES

ciación y cultura

Diseño I 44-49

Señales I 50-55

Sistema analítico II 56-57

Diseño II 58-63

Señales II 64-69

# PRÓLOGO

Desde sus inicios como oficio se ha entendido el diseño gráfico como una disciplina orientada a la creación y transferencia de mensajes visuales contruidos por medio de estrategias gráficas previamente estructuradas y planificadas para dar respuesta a necesidades comunicativas, apoyadas en una variedad de herramientas, técnicas y medios tanto impresos como digitales. Esta definición podría dar a entender que la función del diseño está más enfocada a dar respuesta a las necesidades estéticas de la comunicación sin un involucramiento directo con el tipo de mensaje que se transmite y las audiencias a las que va dirigido. Sin embargo el rol del diseño gráfico es mucho más complejo en la sociedad actual, es más relevante que los diseñadores trabajen con comunidades, haciendo parte de equipos de trabajo con comunicadores sociales, administradores, sociólogos, antropólogos, entre otras disciplinas académicas para intervenir tanto en la creación como en la aplicación de estrategias de comunicación.

Esta publicación que me honra presentar recoge este espíritu. Los docentes que orientan las asignaturas de cuarto semestre del plan de estudios del programa de diseño gráfico se reunieron para definir una temática y un plan de trabajo común para un grupo de estudiantes. Se escogió como tema las plazas de mercado de Bogotá. Ésta selección no ha sido hecha de manera casual, hace parte de la inquietud del programa académico por enaltecer nuestro patrimonio cultural y que los estudiantes, a la vez que desarrollan sus competencias disciplinares, también conozcan un elemento urbano que se resiste a desaparecer a pesar de que nos encontramos en un contexto globalizador que busca unificar los usos culturales y las experiencias de consumo.

Para el desarrollo de este trabajo los docentes han escogido la estrategia pedagógica de aprendizaje basado en problemas orientado por proyectos por ser esta una metodología que hace que los estudiantes se conviertan en protagonistas de su propio proceso de aprendizaje y fortalezcan competencias como trabajo en equipo, capacidad de reflexión y autocrítica y promueve un espíritu creativo en el aula. A continuación el equipo de docentes realizó un contacto con el Instituto para la Economía Social (IPES), entidad del orden distrital que tiene entre sus funciones la administración de las plazas de mercado en Bogotá.

Los docentes establecieron grupos de trabajo para el desarrollo del proyecto, los estudiantes asumieron diversos roles para facilitar los proceso de investigación y planeación de la intervención. Cada equipo realizó trabajo de campo en las plazas de mercado identificando las principales problemáticas y planteando unas alternativas de solución. En este proceso fue fundamental el rol del docente en la definición de un producto de comunicación gráfica como resultado tangible del ejercicio.

Para finalizar se realizó una socialización del resultado del ejercicio con funcionarios del IPES, donde se destacó la pertinencia de la participación de los diseñadores gráficos en proyectos de comunicación con otros profesionales, la metodología seguida y el cumplimiento de los objetivos planteados por cada uno de los equipos de trabajo. Este resultado abre la posibilidad de continuar trabajando con el IPES en otros proyectos de comunicación gráfica.

Quiero finalizar estas palabras extendiendo un agradecimiento, en primera instancia, a cada uno de los estudiantes que participaron en el proyecto por ser testimonio del diseñador gráfico areandino que queremos entregar a la sociedad, a los docentes que realizaron la estructuración y puesta en marcha de este proyecto y al IPES por creer en un proyecto que finalmente se ha materializado en esta publicación. Considero que iniciativas como estas nos permiten ampliar los horizontes de nuestra profesión y contribuyen a visualizar el importante rol que tiene el diseño gráfico en la sociedad.

Jorge Hernán Rosero Pulido  
Decano Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes  
Fundación Universitaria del Área Andina - Sede Bogotá

PROYECTO RAÍCES. PLAZAS, TRADICIÓN Y CULTURA  
METODOLOGÍA PISE4  
PROYECTO INTEGRADOR CUARTO SEMESTRE

Fundación Universitaria del Área Andina  
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes  
Programa de Diseño Gráfico - Bogotá, Colombia.

El proyecto **RAÍCES. Plazas, tradición y cultura** nace de una experiencia conjunta entre docentes y estudiantes de cuarto semestre del programa de Diseño Gráfico de la Fundación Universitaria del Área Andina con el apoyo del Instituto para la Economía Social IPES. Este proyecto es el resultado de un proceso pedagógico denominado Proyecto Integrador de Semestre PISE, fundamentado en el aprendizaje basado en problemas orientado por proyectos (ABPOP) con el que se busca que los estudiantes a través del trabajo colaborativo tengan un acercamiento a problemáticas sociales y puedan dar soluciones desde el diseño a necesidades reales.

La estructura está establecida por la asignatura Sistemas de Orientación Gráfica que a partir de la lectura de un entorno social específico plantea objetivos pertinentes a la disciplina del diseño y da lugar al trabajo integrador con las asignaturas de Historia del arte gráfico en Colombia, Diseño de información, Fotografía publicitaria y Diseño web. En esta ocasión, contamos con un equipo de expertos en la temática de las plazas públicas de mercado de Bogotá, delegado por el IPES, entidad distrital que administra estos espacios y a quienes agradecemos por posibilitar el acceso, estudio y reconocimiento de la historia y las costumbres de las plazas. Así mismo, tuvimos el privilegio de contar con la calidez y amabilidad de los comerciantes, quienes mostraron interés a través de sus opiniones y agasajándonos con muestras de sus productos. A ellos en especial queremos dedicar esta publicación.

Este proyecto se puede explicar a la luz de varias fases. En la primera se conforman equipos de trabajo integrados por docentes, estudiantes y expertos para identificar, a partir de un tema seleccionado, variables que permitan la intervención del diseño y así obtener un escenario fértil para los procesos de documentación y planeación. Este primer acercamiento demanda del estudiante un interés activo independiente y grupal, así mismo una disciplina y ritmo de trabajo constante ajustado a un cronograma y a la asignación de funciones específicas dadas a las diferentes unidades de trabajo. De igual manera, se ve comprometida su experiencia académica en un semestre intermedio a su carrera, con lo que el estudiante, por medio de esta metodología, afianza sus bases profesionales y su proyección laboral. En la segunda fase se contemplan los procesos de planeación y diseño. Para ello, se requiere un acercamiento a los actores directamente involucrados con las plazas. Durante esta etapa se busca fortalecer el carácter social del estudiante, quien debe lograr un vínculo profesional con los vendedores y comerciantes, relación que permite definir a las plazas de mercado como un “ambiente de aprendizaje cultural”. La tercera fase corresponde a la implementación y evaluación de los procesos de diseño. En esta etapa los docentes realizan el empalme de los productos y prototipos de cada asignatura en paralelo con las labores asignadas a las unidades de trabajo establecidas.

Finalmente es importante resaltar que la trayectoria recorrida a través de proyectos integradores dentro de la formación académica amplía la visión de nuevos profesionales que gestionan su conocimiento de manera diferente con el fin de buscar nuevos escenarios que permitan definir el rol del diseñador gráfico en la sociedad. **RAÍCES, Plazas, tradición y cultura** desemboca en una producción que sintetiza y agrupa las acciones y experiencias del conjunto de personas involucradas es el fruto de muchas horas de esfuerzo, compromiso y pasión por el diseño.

Sandra Patricia Carvajal Cantor  
David Fernando Jurado Montoya

## METODOLOGÍA PISE

Juan David Peña López  
Secretario Académico  
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes

Durante los últimos años los contextos sociales y laborales para los cuales se forman los futuros profesionales se han ido transformando de manera significativa, generando nuevas condiciones y exigencias en el mercado laboral, escenarios que obligan a las instituciones educativas a la revisión de sus estrategias de formación explorando alternativas a nivel de intervención curricular que acerquen a sus estudiantes a la realidad propia del ejercicio profesional. En este sentido existen modelos pedagógicos que inspiran procesos de innovación curricular y que a su vez promueven la realización de experiencias educativas cercanas a los escenarios de desempeño, las cuales facilitan la articulación de los saberes disciplinares que se adquieren durante el ejercicio académico, con el desarrollo de competencias necesarias para responder a las demandas del mundo contemporáneo.

Dado lo anterior, en la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes, de la Fundación Universitaria del Área Andina se ha venido trabajando de manera conjunta con docentes, estudiantes y sector externo en el desarrollo de la estrategia de Proyectos Integrados de Semestre (PISE), buscando establecer metodologías para el trabajo académico que aporten a la formación de los futuros profesionales en el campo del diseño. Nuestra metodología PISE ha tomado como referente pedagógico el modelo curricular para el aprendizaje basado en problemas orientado por proyectos, el cual reconoce en su propuesta diversos elementos conceptuales que son relevantes abordar para alcanzar altos niveles de reflexión sobre la práctica educativa y el desarrollo de competencias para el desempeño profesional: *“The PO-PBL curriculum works with disciplinary content and competences; examples of competences include learn to learn, group work, define and delimit complex problems, and use different resources and theories to propose a solution and critical thinking”* (Hernandez. C., Ravn, O & Valero, p.3)

A través de un modelo como el PO-PBL *“The Project Oriented – Problem Based Learning”*, según sus siglas en inglés, se abordan conceptos relacionados con la interacción, la interdisciplinariedad, el pensamiento crítico, la ejemplificación, el aprender haciendo y la intermediación, lo cual es asumido desde nuestro equipo académico como elementos orientadores para la reflexión acerca de nuestra práctica docente hacia la búsqueda de una formación integral del futuro profesional.



Juan David Peña

*Diseñador gráfico, especialista en diseño de multimedia y magister en educación, trayectoria profesional se enmarca especialmente en el ámbito de la educación en diseño. Desempeñándose como docente y administrador académico ha venido apoyado procesos de innovación curricular principalmente en el campo del diseño gráfico, promoviendo habilidades para la estructuración y liderazgo de proyectos académicos relacionados con el trabajo en equipo y el manejo de relaciones interpersonales. Sus intereses investigativos se han enfocado en las transformaciones en los procesos educativos a raíz del auge de las tecnologías de la información y la comunicación y su influencia en la formación de los futuros diseñadores.*

## ATLAS SUBJETIVO

Asignatura: Historia del arte gráfico en Colombia

Profesores: Sergio López y Stella Bonilla

En el desarrollo del proyecto PISE se integran todas las materias del cuarto semestre y de allí se deriva su importancia, ya que esta integración lleva a tomar conciencia de las múltiples áreas en que el diseño gráfico interviene como medio de comunicación, información y señalización.

Si se concreta el análisis de la señalética implementada en las plazas de mercado de Bogotá, regidas por el IPES, podría surgir un interrogante que inicialmente puede confundir: ¿Qué importancia puede tener una materia como la historia dentro del desarrollo de un trabajo como el proyecto PISE?

En primer lugar, la historia es parte integral de cuanto nos rodea así como la integración de un sitio específico destinado al acopio, distribución y venta de toda clase de alimentos se hace indispensable dentro del crecimiento y desarrollo de los asentamientos urbanos. Estos sitios deben crecer en número y organización al unísono con el ritmo de crecimiento de las ciudades.

Para llevar a cabo el proyecto integrador PISE, el equipo conformado por los estudiantes de cuarto semestre de diseño gráfico debió visitar repetidas veces las plazas de mercado asignadas y hubo de comenzar por apropiarse de la historia de las mismas mediante la recopilación de información obtenida en entrevistas realizadas a los comerciantes de las mismas, que por su propia experiencia pudieron entregar su versión oral de la historia.

La historia como asignatura es más que nada una herramienta para desarrollar en los estudiantes la capacidad de investigación movida por la curiosidad, por la importancia de comprender un acontecimiento desde sus orígenes hasta sus detalles mínimos que pueden parecer irrelevantes pero que son siempre interesantes.

En el tema de las plazas de mercado los estudiantes presentan un compendio de detalles que pueden pasar por alto los visitantes de estos sitios. Queremos que la gente aprecie las plazas de una manera distinta, que vea lo que no se ve.

Una vez logrado el acercamiento inicial y luego de varias visitas dentro de las cuales se profundizó y se consumieron sus productos, se realizó un mapa suave. Mediante la charla se observó la manera en la que su local se encontraba organizado y decorado. Con la percepción visual obtenida, se realizó una ilustración de aquel comerciante y de su entorno laboral, sacando conclusiones acerca de lo que el ambiente observado nos deja saber de la historia del individuo en cuestión.

Todo el trabajo anterior permitió conocer la historia de los barrios a los cuales surte cada plaza, la idiosincrasia de sus habitantes y la historia gastronómica de la plaza, enriquecida por gran variedad de platos con nombres autóctonos e ingredientes exóticos con los cuales se elaboró un recetario.

Igualmente aparecerá en el trabajo del proyecto PISE una interesante galería fotográfica que muestra las tomas de altares, plantas y/o artilugios utilizados por los comerciantes para atraer a la clientela llamando a la buena suerte, costumbre por demás perteneciente a la remota historia de estos entornos.

He aquí una breve pero interesante demostración de la importancia de la historia, como materia integrada a un proyecto de diseño gráfico como el PISE.



Profesor Sergio López

*Maestro en artes plásticas y visuales de la Universidad Distrital de Colombia. Amplia experiencia en docencia artística con énfasis en escultura, cómic, fotografía y dibujo. Escultor con amplios conocimientos en modelos industriales decorativos en gran escala, principalmente utilizados en parques de diversiones. Conocimientos en grabado en linóleo, cerámica, animación en stopped-motion, maquillaje y efectos especiales.*



Materiales de aseo

Mensajes de don Abraham

Esponja natural

Bultos de papa que abastece la gran mayoría del local

¡ Levanta la cabeza!  
¡ Saude la tristeza!  
¿ Por qué treras que darle importancia a lo que dicen de ti?  
¡ Animo y adelante, eres hijo de Dios!

Televisor en el que solo se ve el canal Caracol

Canastos

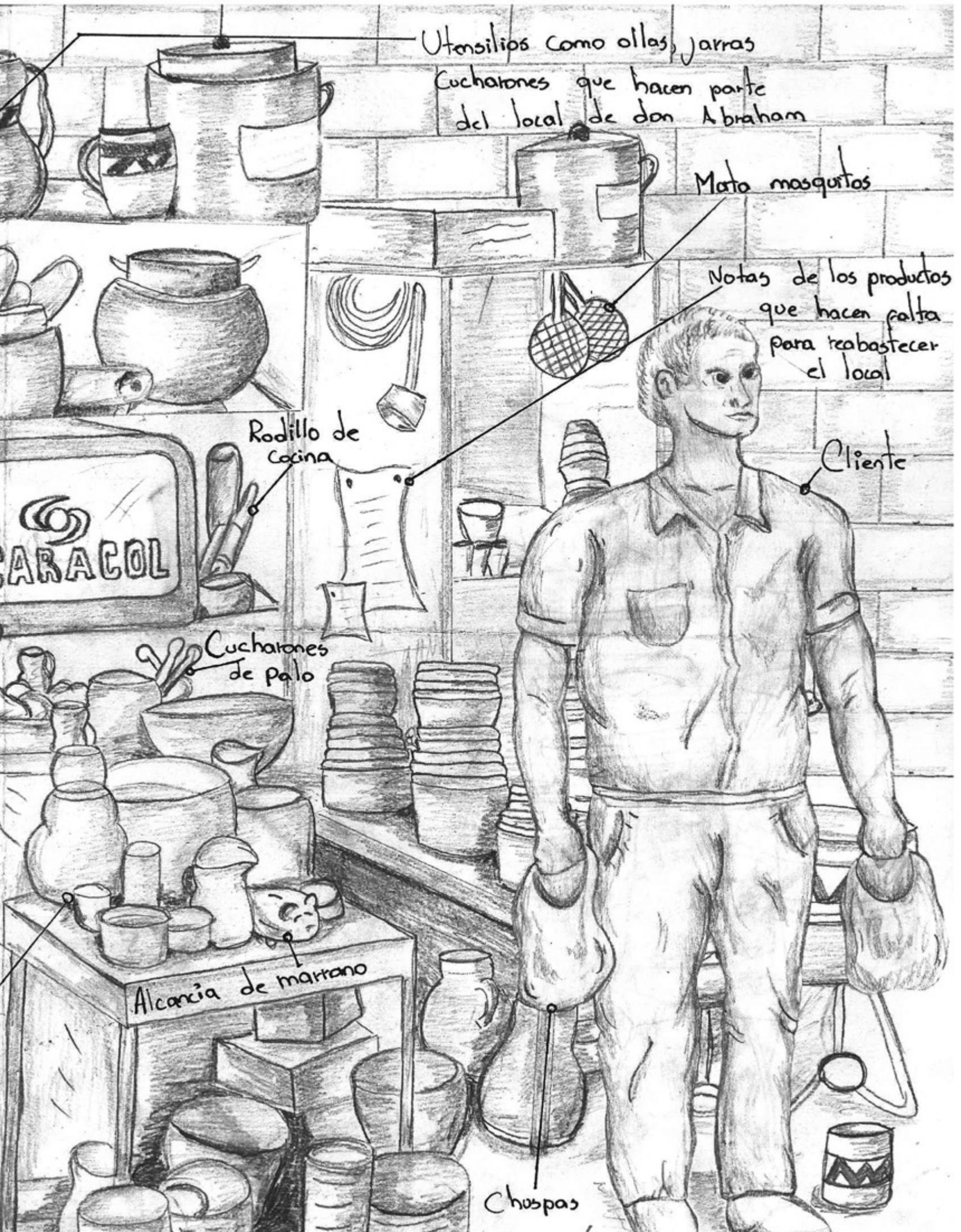
Don Abraham

Calendario

Materas

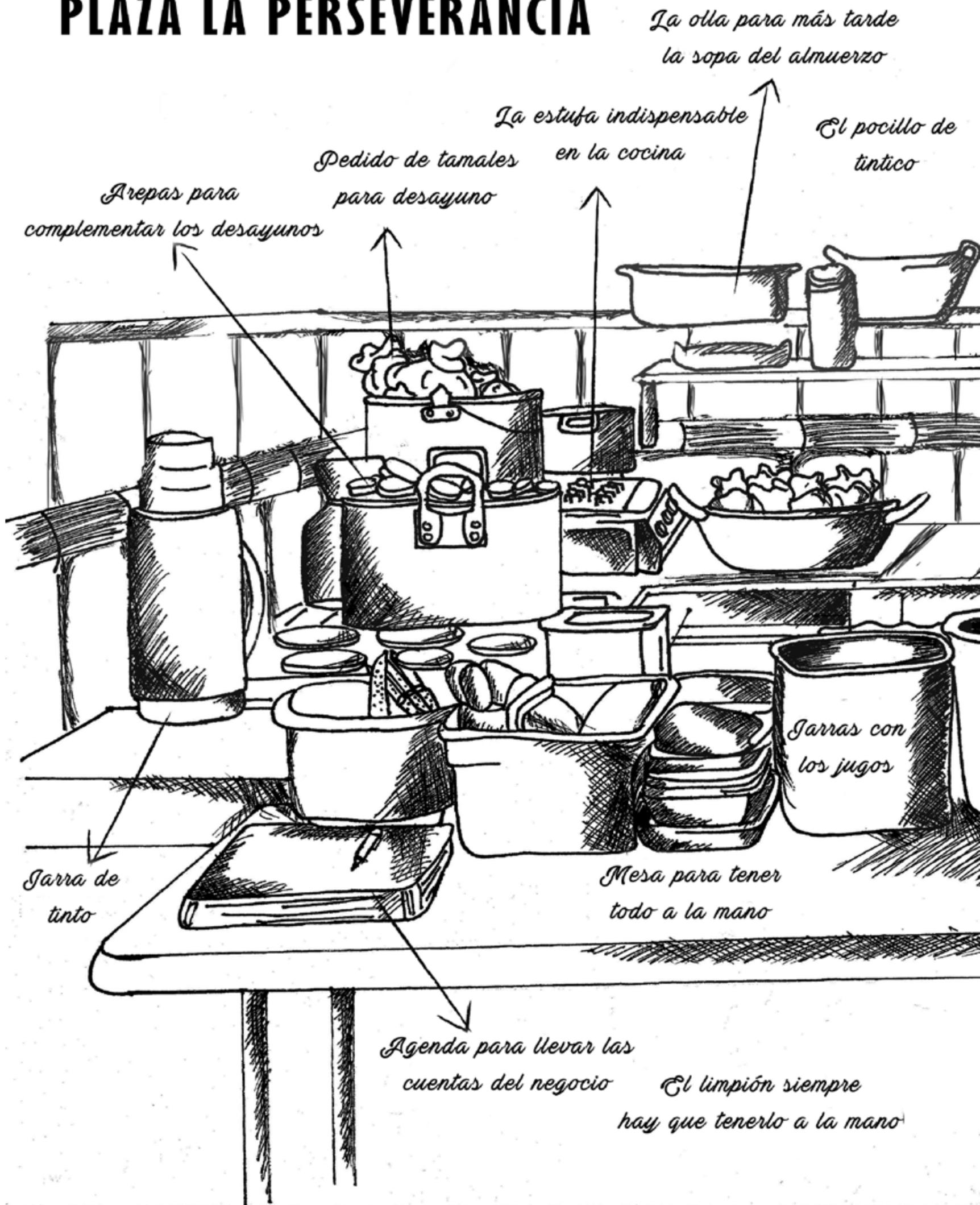
Artesanías de don Abraham

Cajas en los que urenen los distintos artesanías que vende



# COCINA

## PLAZA LA PERSEVERANCIA



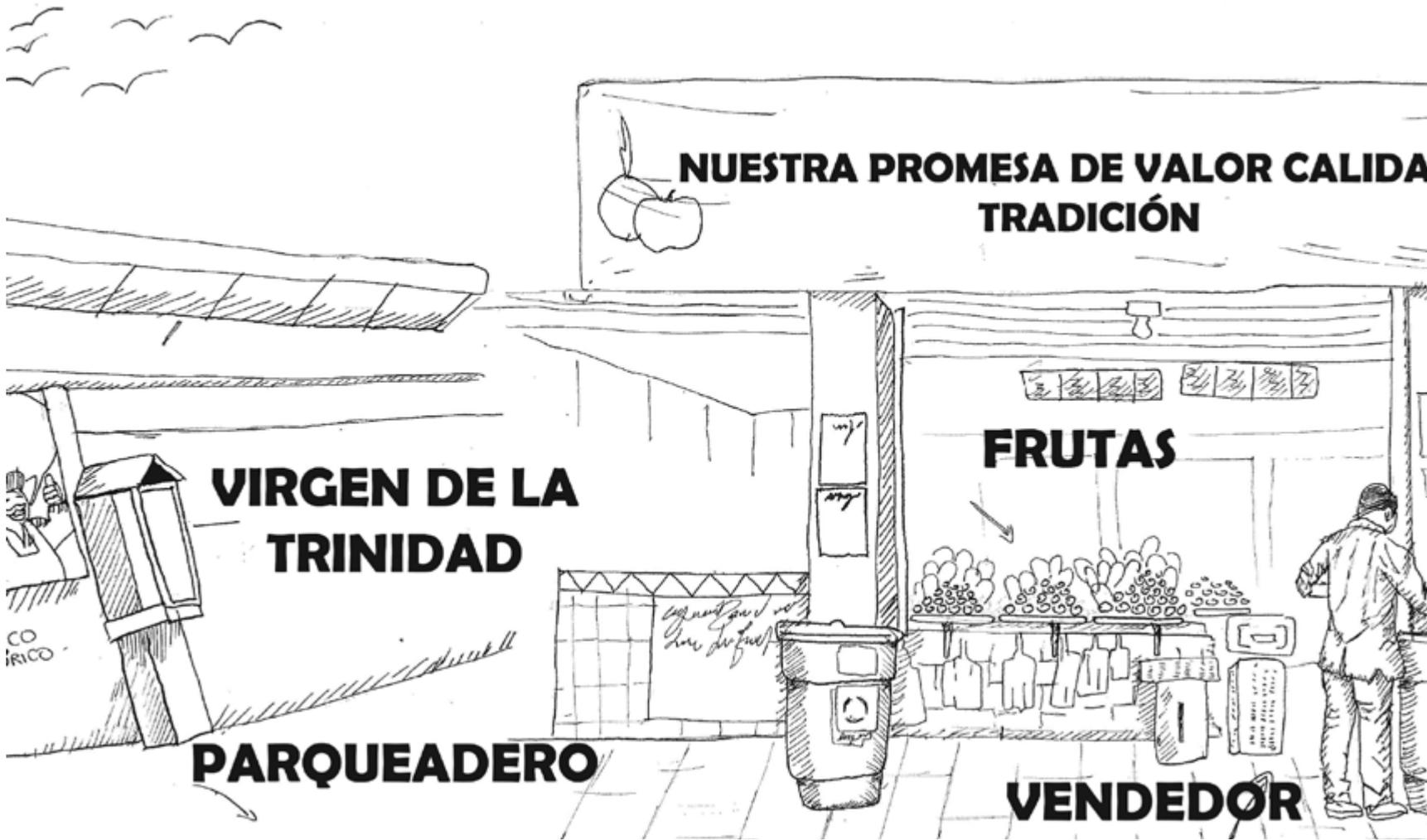


*Estar siempre informada  
de la hora para  
no tener retrasos*

*Microondas para  
calentar algo de afán*

*Señora María  
dueña del restaurante*

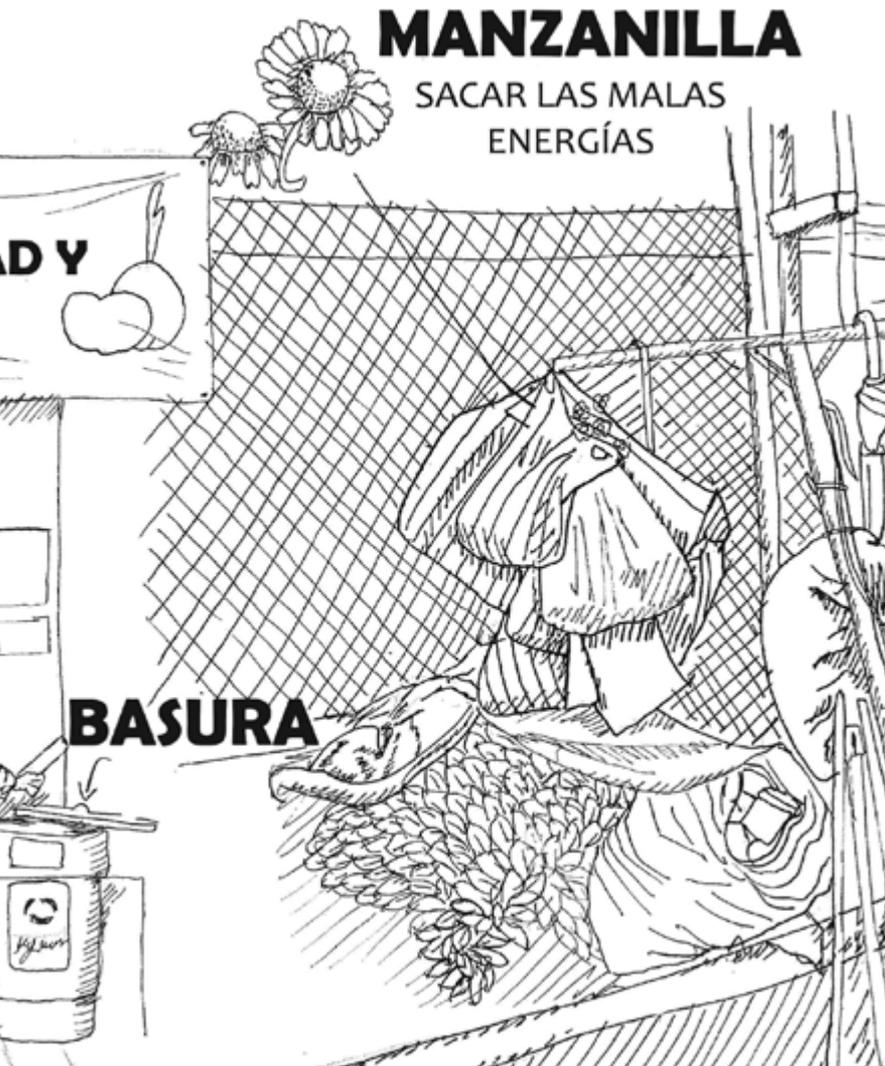
*Plato listo para  
servir el ajiaco*



# PLANTAS MEDICINALES



En el proceso que se realizó en Historia del arte gráfico en Colombia se buscó implementar la información por medio de registros fotográficos, ilustraciones, textos y objetos, para recrear el contexto de la plaza Trinidad Galán. El proyecto de historia muestra el diario vivir de los comerciantes de la plaza, su entorno familiar y también los productos que venden. El mapa suave que se implementó describe el entorno de una persona de la plaza, la descripción de cada producto y elementos que lo rodean.



**MANZANILLA**

SACAR LAS MALAS ENERGÍAS

**BASURA**

**HIERBABUENA**

SACAR LA DIARREA

**ALAGIMA**

ALAGIMA ACOMPAÑABA TODOS LOS DÍAS A SU MADRE AL TRABAJO EN LA PLAZA DE MERCADO. PASADOS LOS AÑOS ELLA HEREDÓ EL MISMO CARGO



**SÁBILA**

PARA EL CABELLO

**ALBAHACA**

DOLOR DE CABEZA



\*Adquirió el local por herencia familiar  
\*Motiva a entrar a trabajar por su padre

ÉXITO

\*Bases:  
-Interés  
-Voluntad

Local #90



\*Creencias Religiosas  
-Encomiendan su negocio  
y su Familia a Dios y  
a la Virgen Maria.

Varios símbolos  
religiosos pegados  
alrededor de su  
local



-Buen servicio  
-Calidad  
-Amigable

Ética de su  
negocio

Gracias a éstos  
logra conseguir el  
sustento diario de  
su familia

Gracias a los ingre-  
sos de su local logró  
comprar 10 taxis

Vendedor  
de frutas

Buen Producto  
Buena calidad

Razón de su  
Éxito



Los techos con tejas plásticas transparentes son los bombillos de la plaza.

Todo lo que está en el techo cuelga de unas fuertes cadenas oxidadas.

Los mejores adornos de la plaza unos zapatos colgados en el techo.

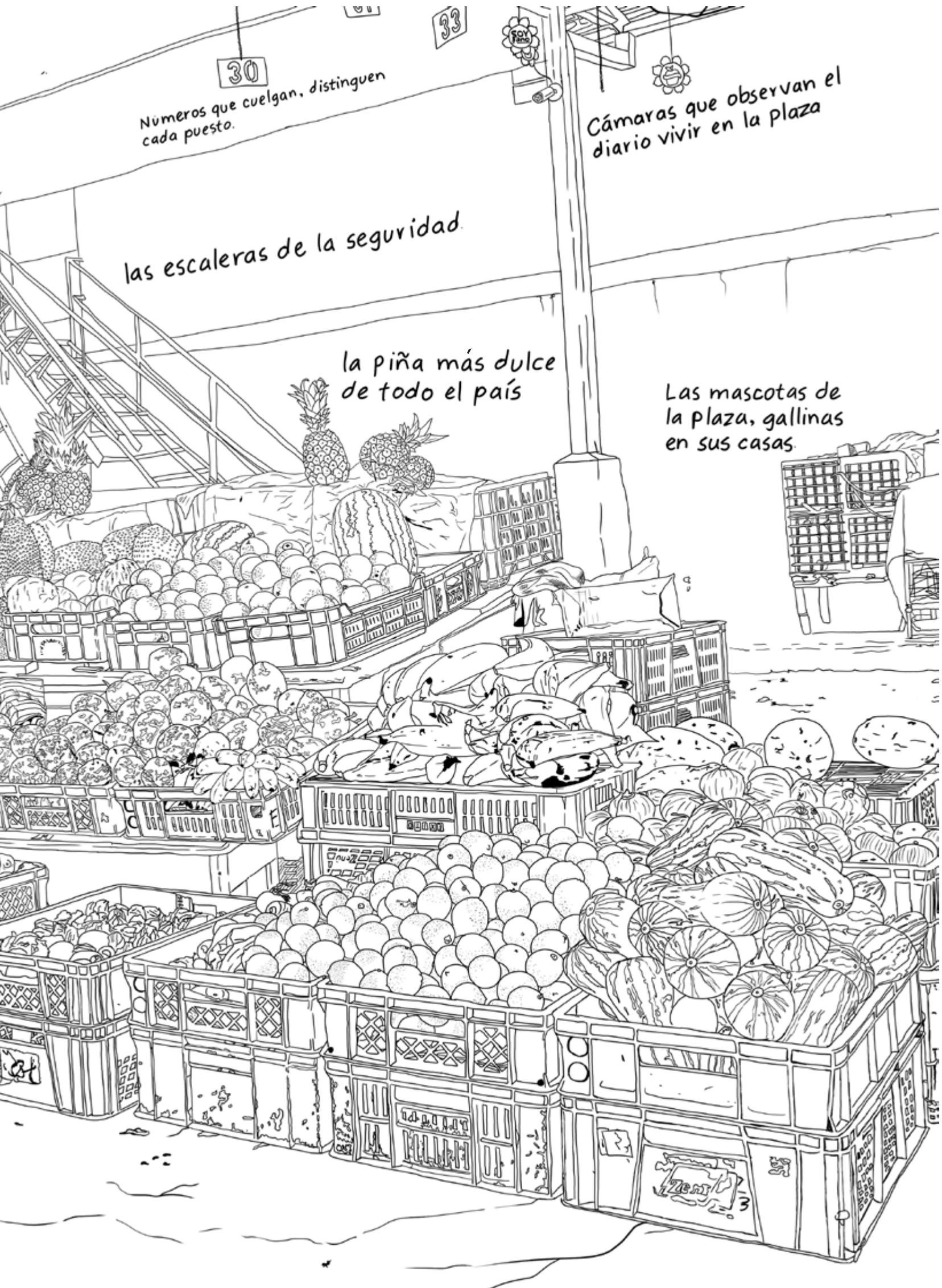
Ganchos utilizados para colgar cosas.

Doña Eloísa cuida que sus productos se vean bien para el cliente.

Todo será pesado para la tranquilidad de unos precios exactos.

Cada fruta y verdura, bien distribuidas en canastas, que ayudan a la decoración del puesto.

Los pisos desgastados con el tiempo siempre serán limpiados con la misma dama.



Números que cuelgan, distinguen cada puesto.

las escaleras de la seguridad.

la piña más dulce de todo el país

Cámaras que observan el diario vivir en la plaza

Las mascotas de la plaza, gallinas en sus casas.



TERRITORIO

# LUOTECA

Dentro de la plaza inicialmente se hizo una campaña de lectura para niños y adultos en la ludoteca de la plaza. Pero un tiempo después quedó en el olvido y varios niños no han podido disfrutar de los libros que hay.

El administrador de la plaza menciona que la ludoteca se encuentra bajo llave, tiene un vigilante de seguridad, también menciona sobre el proceso que se está realizando en las diversas plazas para volver a usar las ludotecas y poder recrear actividades donde los niños y comerciantes puedan participar.

Según el administrador este proceso, ya está iniciando en algunas plazas y muy pronto llegará a Trinidad Galán, lo cual permitirá volver a abrir el gran contenedor lleno de libros y añadir nuevos para fomentar más la lectura.

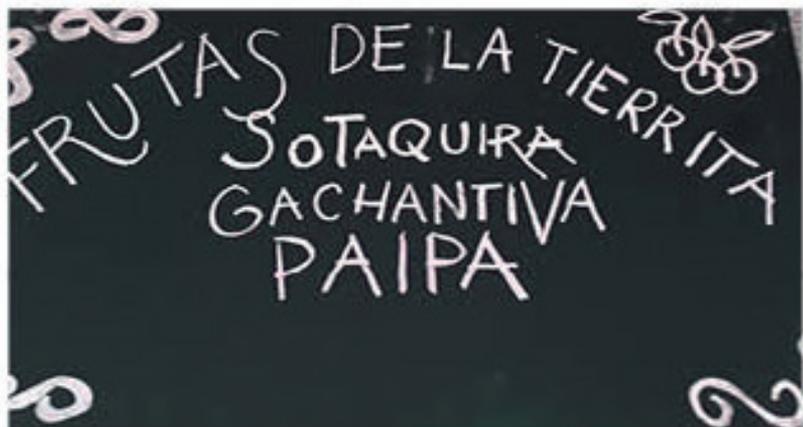
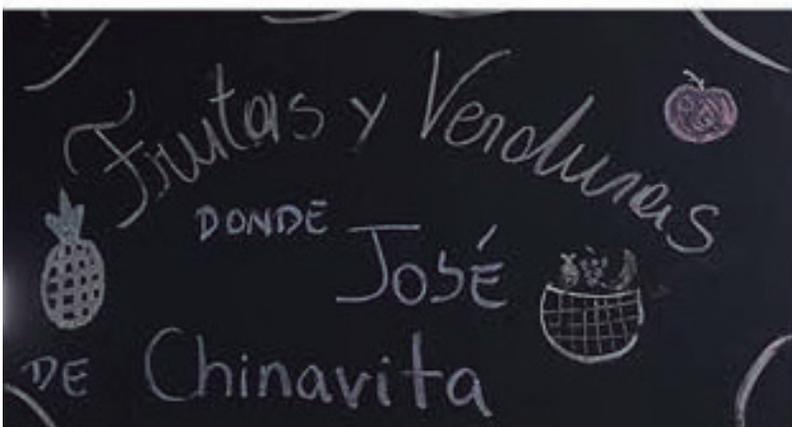
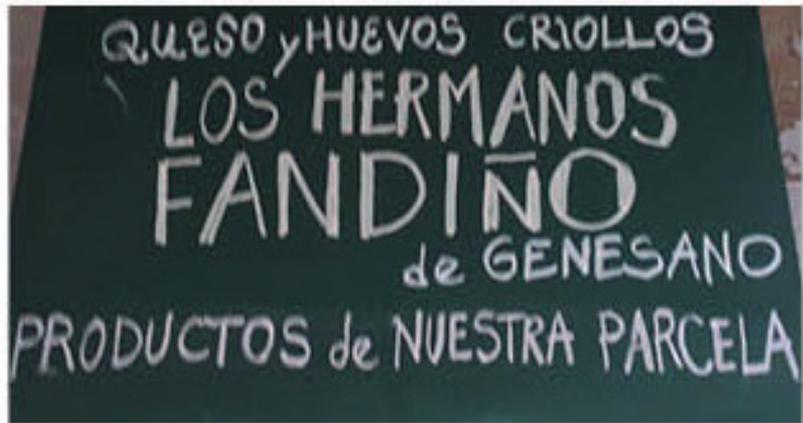
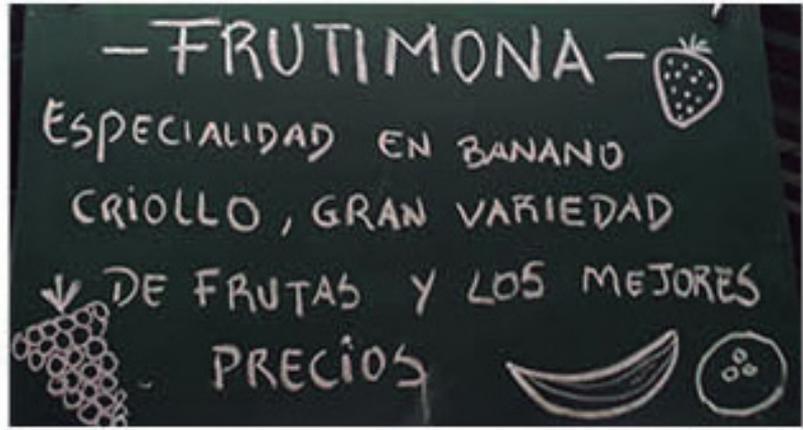
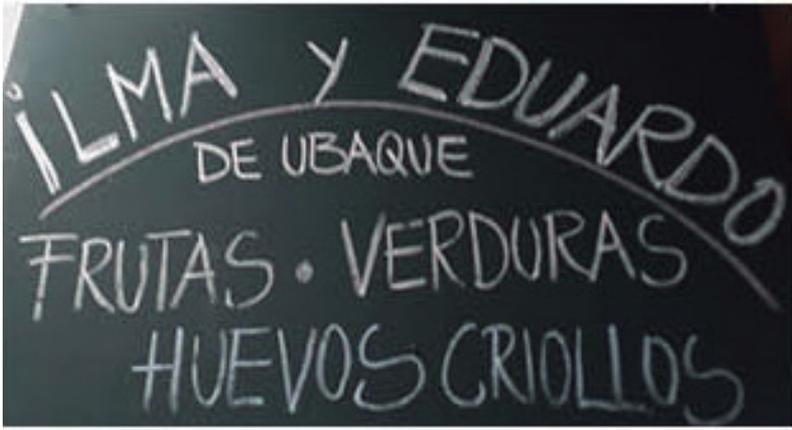
# BITÁCORA

Doña María es la yerbatera por excelencia de la plaza y es una de las personas más antiguas de **la perse**. Es en este momento en el que debemos rendirle un tributo a estas personas y demostrarle lo importante que han sido no solo para la plaza sino para la historia y las raíces de esta ciudad llamada Bogotá

# ZONA CAMPESINA

La colección de letreros presentada a continuación pertenece a la zona campesina de la plaza del **20 de Julio**. En estos letreros está escrito el nombre de quién atiende el puesto, el producto típico de este local y de dónde proviene, resaltando y delimitando así, tanto su territorio en la plaza, como el territorio

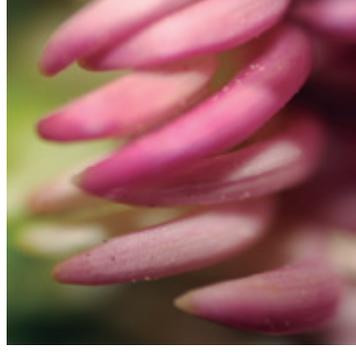
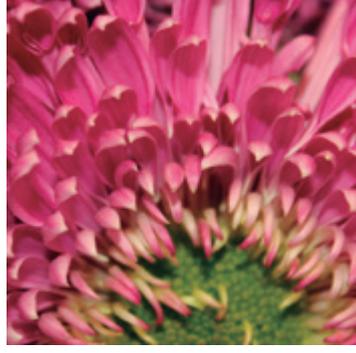
de donde provienen los productos que comercializan. La zona campesina está abierta solo los días sábados y domingos, puesto que durante toda la semana se cosechan los productos que se traen para vender en el fin de semana. Esta zona es una de las más destacadas dentro de la plaza.

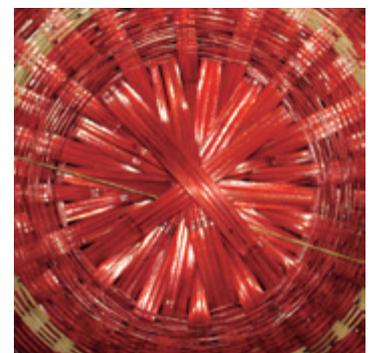
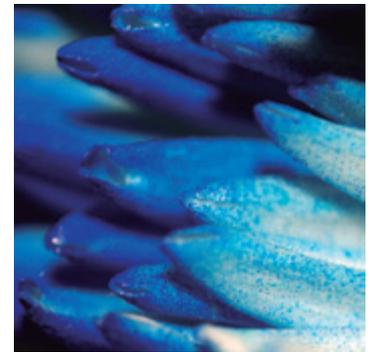
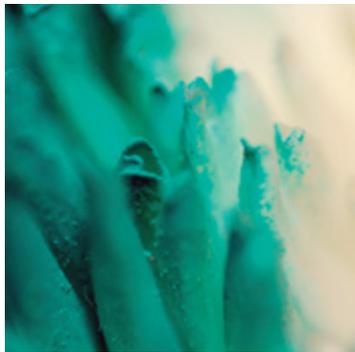
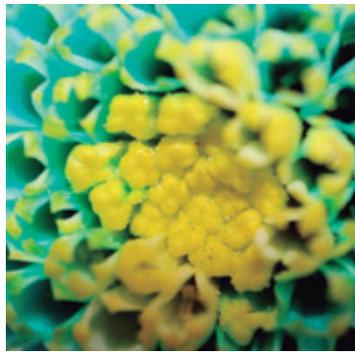
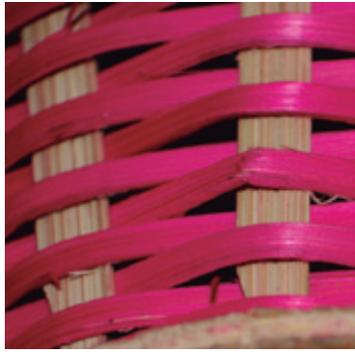


# GALERIA



Plaza Trinidad Galán

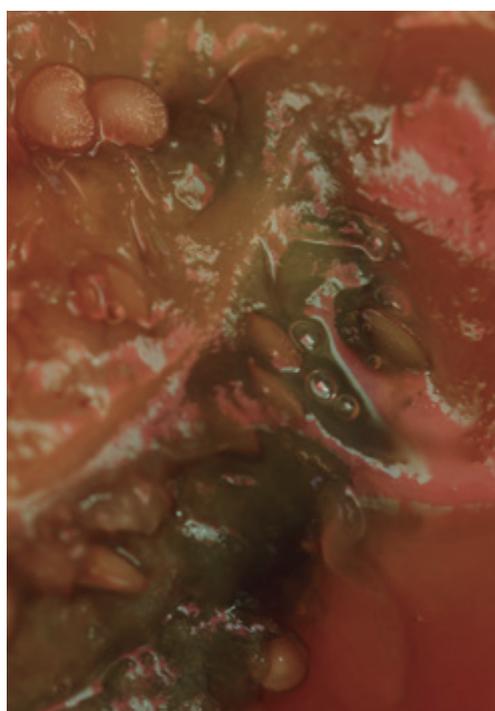
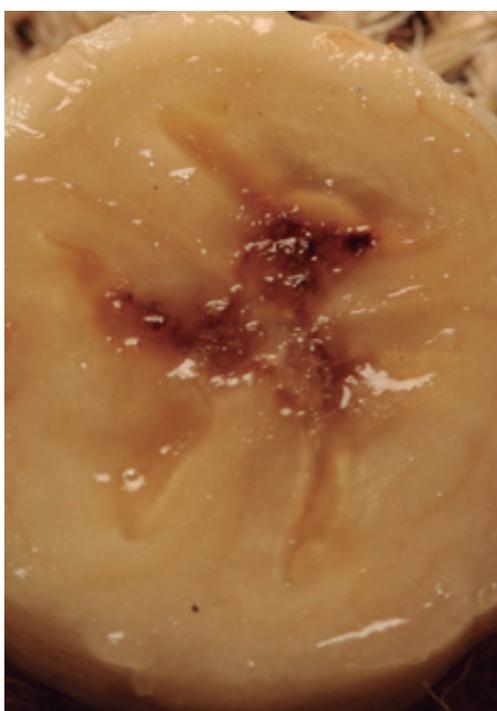
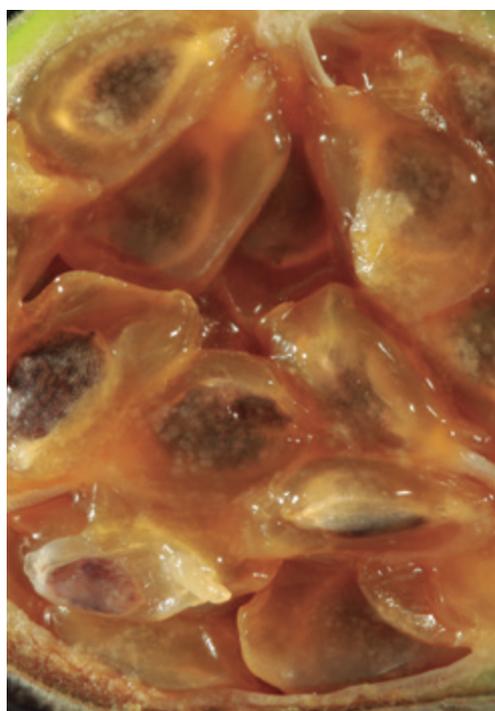
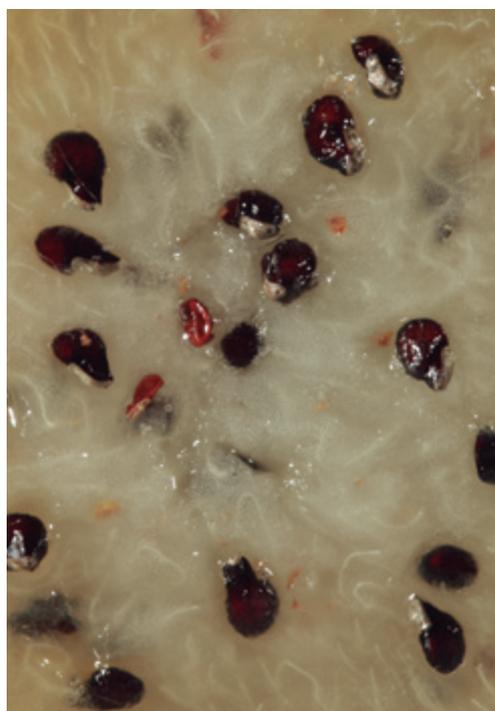


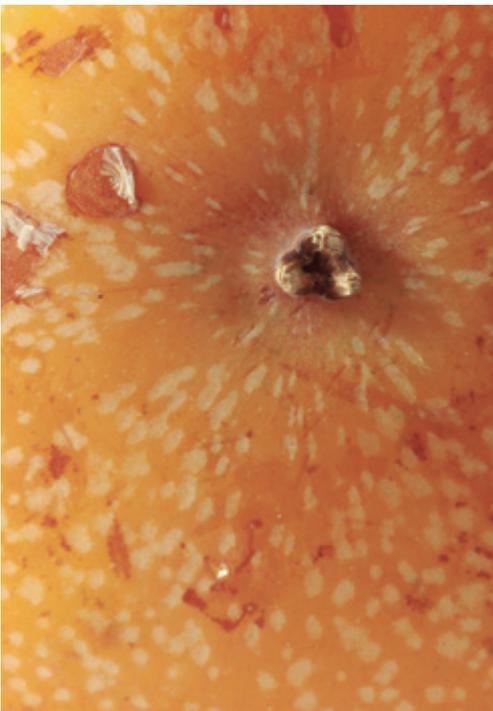
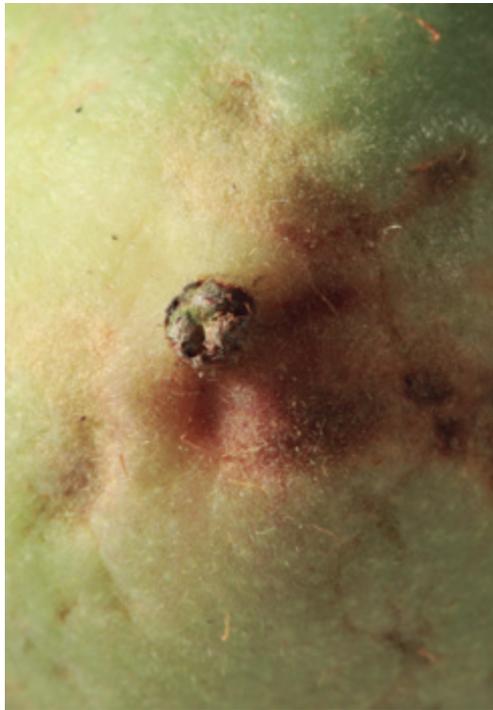
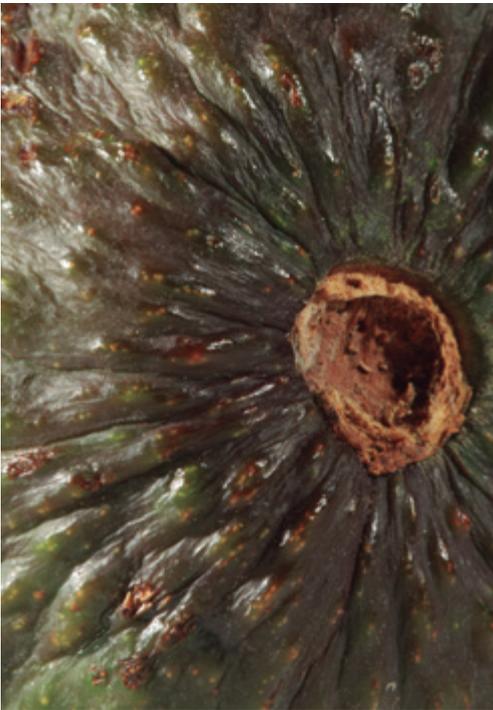


# COLOR

“agua, barro y basura crían buena verdura”

Refrán popular anónimo.





## TEXTURAS

“Los estímulos de los sentidos no son sólo gustativos, se puede jugar igualmente con el tacto (contrastes de temperaturas y texturas), el olfato, la vista (colores, formas, engaño visual, etc.), con lo que los sentidos se convierten en uno de los principales puntos de referencia a la hora de crear”.

Ferrán Adriá

# SOPAS EN BODEGÓN

“No existe plato desdeñado en la cocina cuando se realiza de manera auténtica”

Miguel de Cervantes



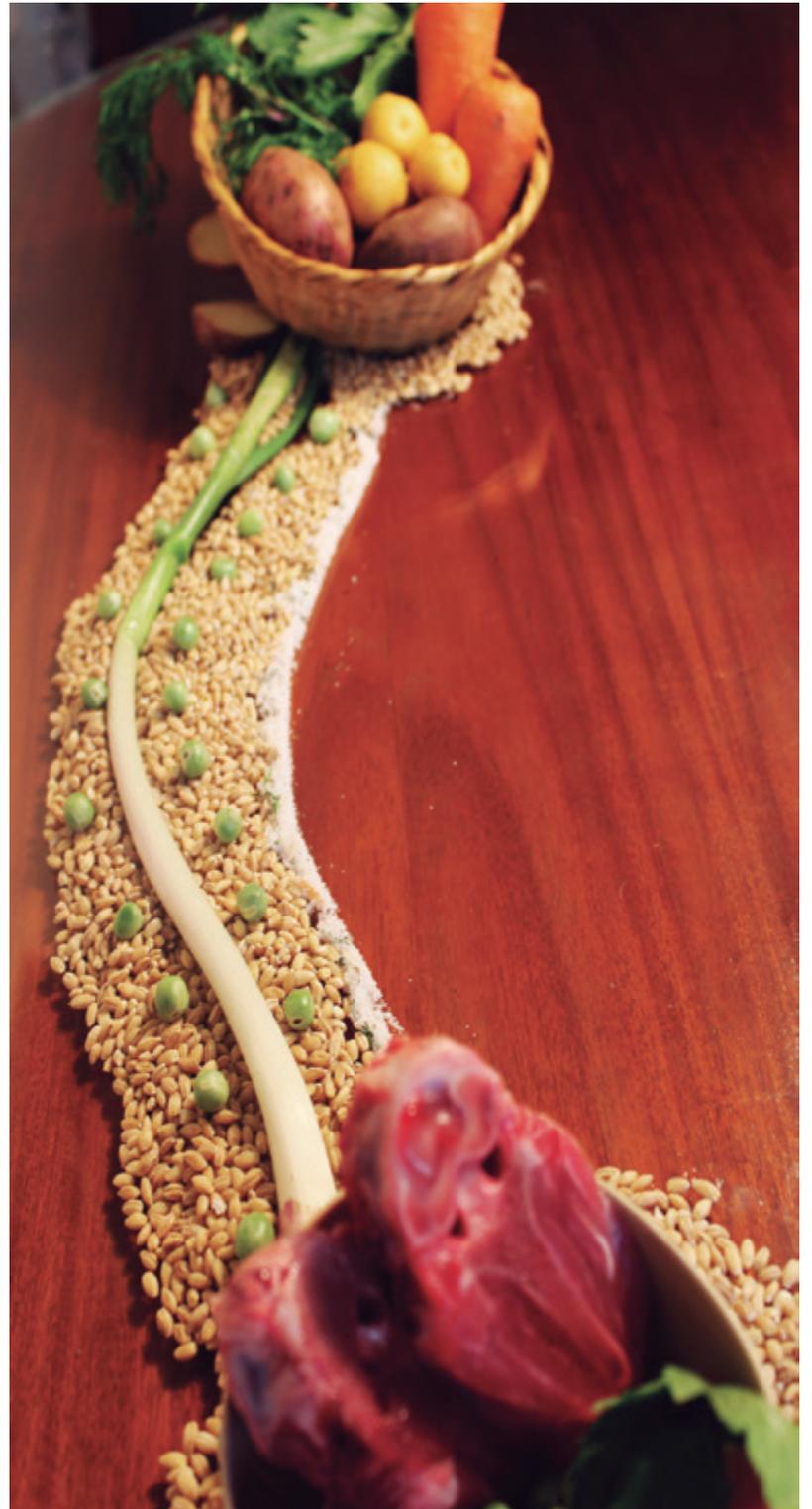
Sancocho de pescado



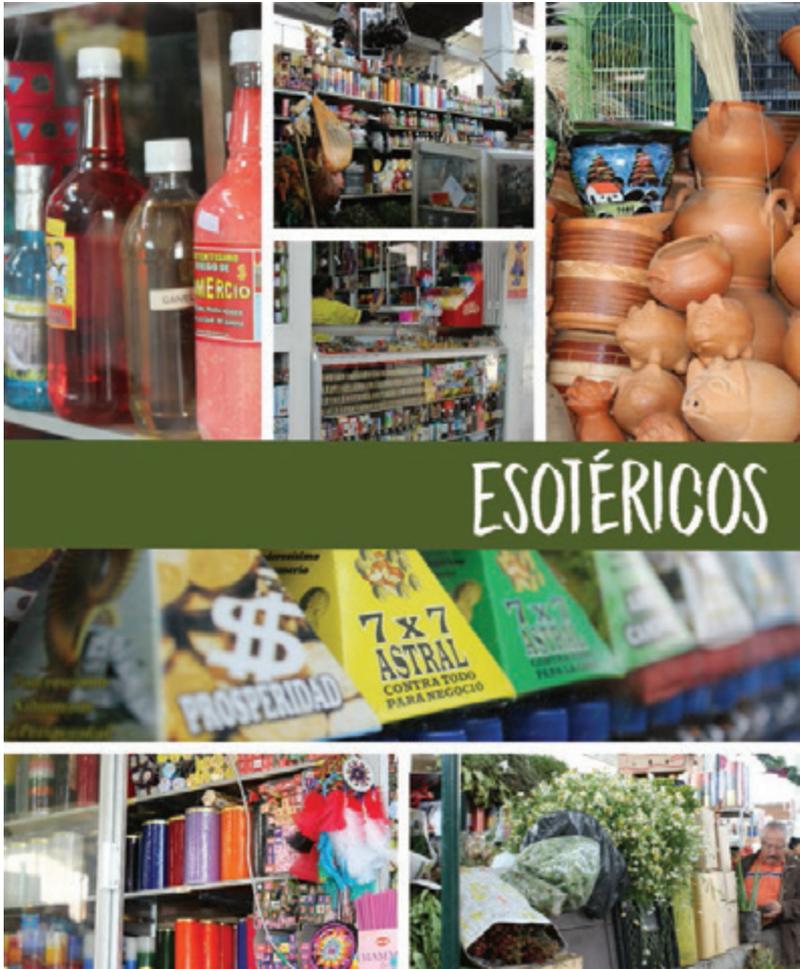
Ajiaco



Sopa de arroz



Sopa de cebada



# GALERÍA ESOTÉRICOS

Si de buscar el amor y la buena suerte se trata, allí en la plaza del **Quirigua** también hay historia, la de una permanente búsqueda de los seres humanos que ponen su fe en toda clase de embrujos, velas y artículos esotéricos para que la vida les cambie con el menor esfuerzo. Herencia de religiones africanas traídas por los esclavos, por inmigrantes caribes o prácticas indígenas.



## Para liberar energías

Lava muy bien tu casa, tu carro y tu negocio con agua caliente y jabón azul. Luego, trapea con ruda licuada, hervida en dos litros de agua. Complementa colocando tres inciensos en diferentes lugares de la casa.

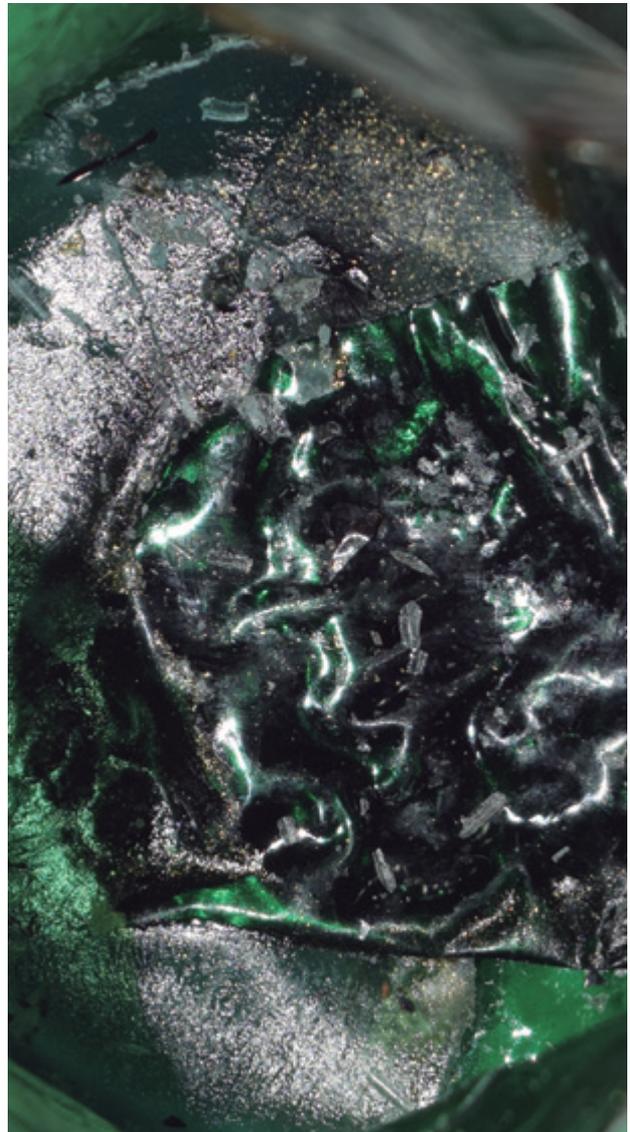
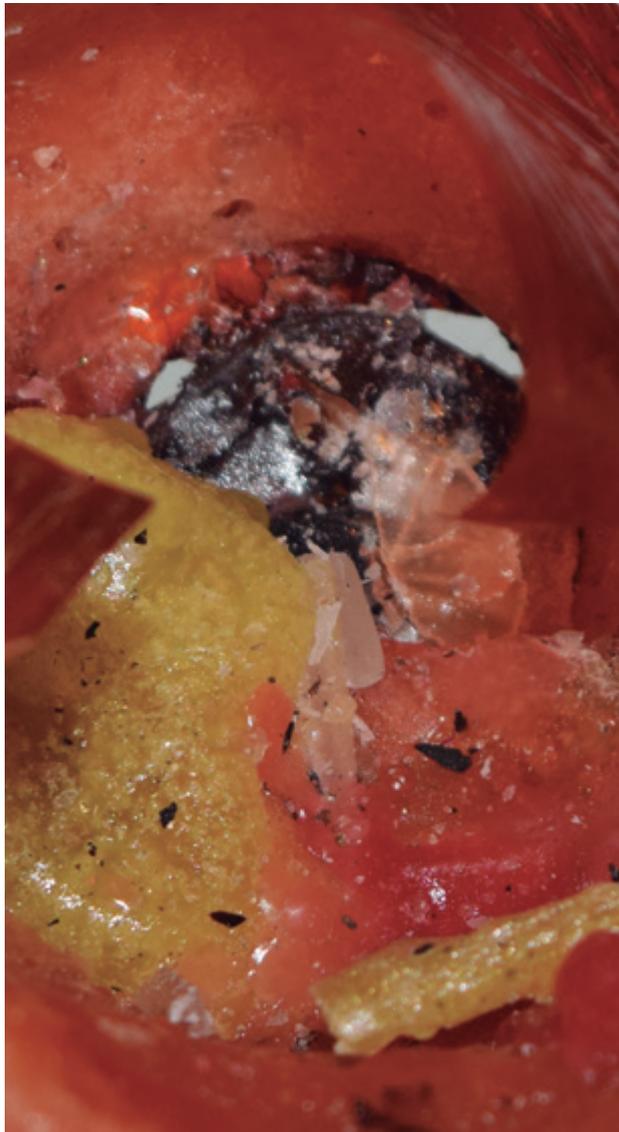
## Para atraer el dinero

Licua cuatro litros de agua, cáscaras de limón, naranja y mandarina. Toma 12 monedas de la misma denominación, viértelas en la preparación y con una cuchara, giralas hacia la derecha.

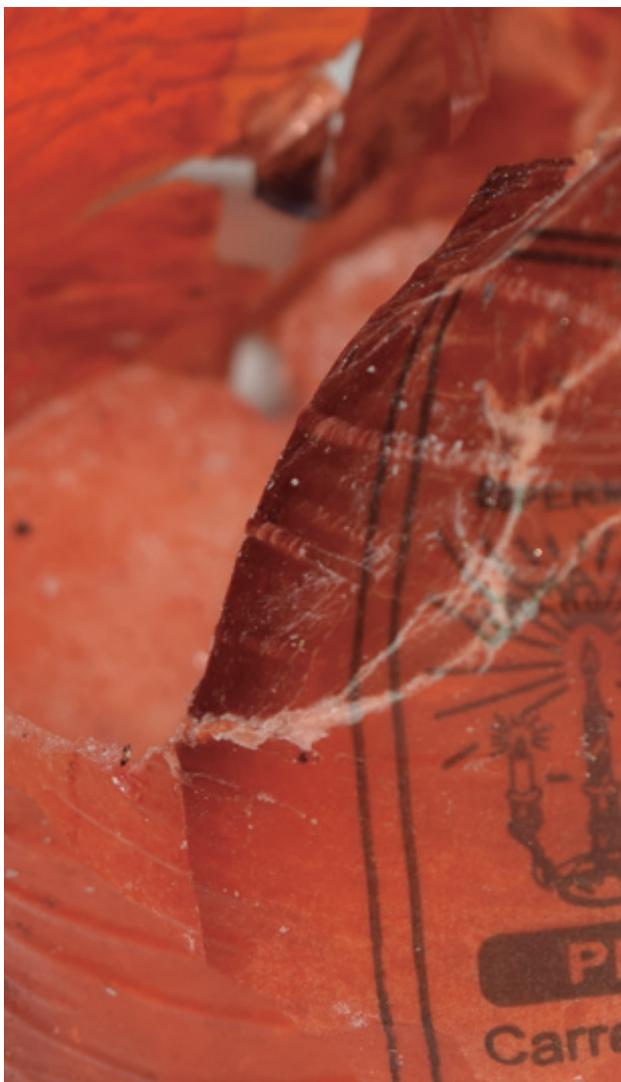


## Para atraer energías positivas

Coloca incienso en tu casa, vehículo o negocio. Limpia con hierbabuena licuada y canela en polvo disueltas en dos litros de agua. Hazlo de afuera hacia adentro.



Plaza 12 de Octubre



## RESTOS DE LA FE

“There’s a burning light  
in this town  
for every heart  
that’s broken down tonight...”

“Hay una luz resplandeciente  
en este pueblo  
para cada corazón  
destrozado esta noche...”

Traducción español  
fragmento original de Richie Sambora, 1998.

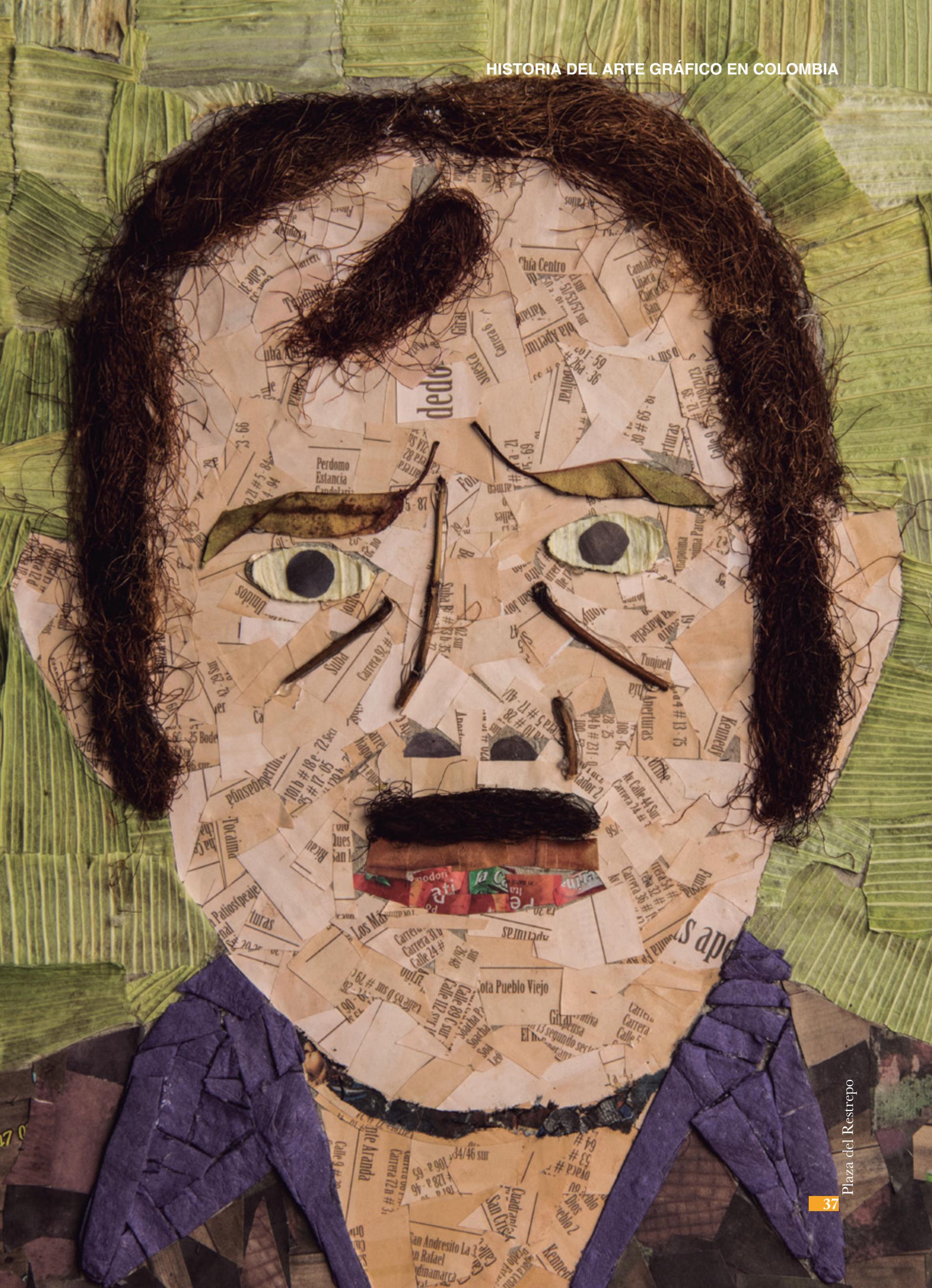
# ALIMENTOS SALUDABLES



Plaza 7 de Agosto

## RETRATO

El hombre del retrato es un comerciante de frutas llamado Raúl que amablemente accedió a colaborar con una entrevista y permitió tomar un registro fotográfico. Está elaborado con hoja de mazorca, cartón de huevos y ramas secas.



Plaza del Restrepo

## SISTEMA SEÑALÉTICO

Asignatura: Sistemas de orientación gráfica  
Profesores: Sandra Patricia Carvajal Cantor

Una de las áreas del diseño gráfico que requiere mayor grado de conceptualización, síntesis visual y desarrollo es la señalética aplicada a los diferentes sistemas de orientación ya que a través de diferentes medios y lenguajes visuales que deben ser de carácter universal, se busca optimizar el entendimiento la adquisición de información entre personas que pertenecen a ambientes y culturas heterogéneas que requieren tomar decisiones de desplazamiento, seguridad y localización en lugares específicos.

Permanentemente, el diseño gráfico demuestra su importancia en la sociedad haciendo que los artefactos diseñados estén al alcance de un mayor número de grupos sociales. La asignatura de Sistemas de orientación gráfica dentro del Proyecto Integrador de Semestre PISE, pretende que los estudiantes comprendan las implicaciones de orientar en términos gráficos a través de, primero la experimentación, y después, la elaboración de soluciones efectivas y funcionales que condicionan actos individuales y colectivos permeadas por un meticuloso estudio de los usuarios y su relación con el espacio.

Las propuestas gráficas presentadas surgen de las experiencias de los estudiantes en las diferentes plazas de mercado a partir del análisis de algunos aspectos como panorama de riesgos, la organización de los espacios, información de los puestos y sus productos, el desplazamiento y ubicación de los usuarios dentro de los espacios físicos, así como sus formas de lectura, entre otros.

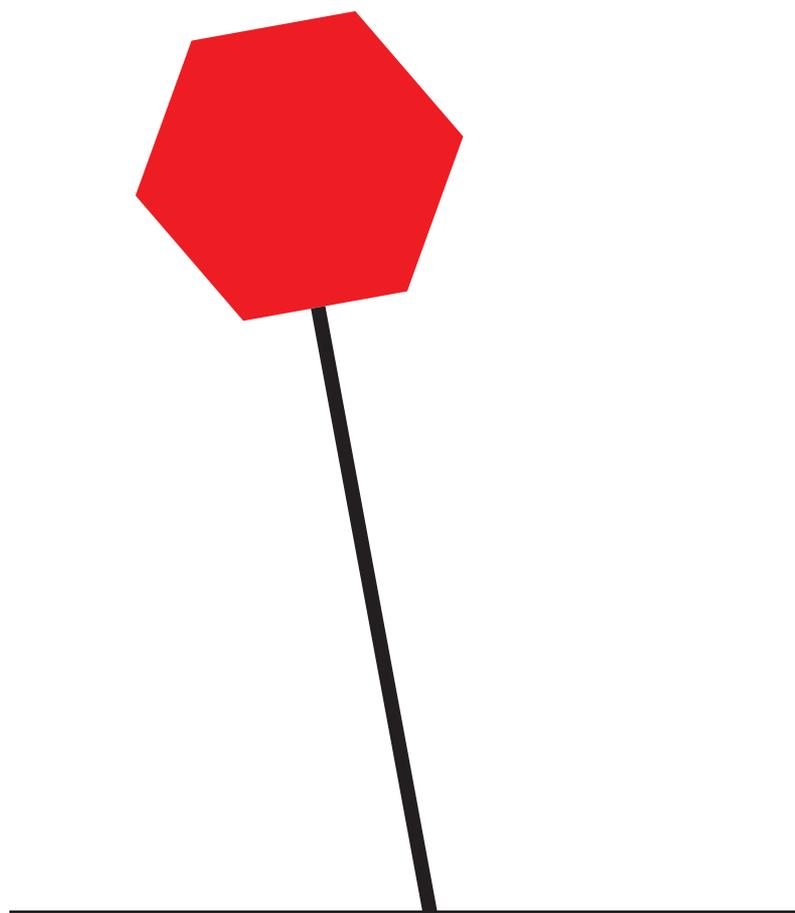
Se proponen dos alternativas de sistemas de orientación que funcionan para llevar a cabo procesos de seguimiento y posibilitar su situación geográfica por medio de la codificación establecida en caso de ser necesario, así como la visualización de pictogramas e identificadores cromáticos y tipográficos que de acuerdo a las características de los lugares, sus características ambientales y arquitectónicas pueden lograr una visibilidad, leibilidad y legibilidad por parte de quienes acuden a estos sitios. A través del diseño de las piezas señaléticas se aplican los conocimientos adquiridos, se contribuye a los objetivos planteados en el proyecto y se refuerza la intención de hacer de las plazas de mercado espacios con posibilidades de nuevas experiencias tanto para los habitantes de Bogotá como para los turistas nacionales y extranjeros.



Sandra Patricia Carvajal Cantor

*Profesional en diseño gráfico - Especialista en gerencia de diseño de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Maestría en diseño, gestión y dirección de proyectos. Especialidad innovación y producto. Universidad Internacional Iberoamericana UNINI Puerto Rico. Máster en desarrollo de proyectos de innovación y producto. Universidad Europea del Atlántico. UNEA Atlántico.*

*Experiencia docente y administrativa en educación básica y educación superior con formación en pedagogía, procesos de acreditación, registro calificado y flexibilidad curricular. Participación en procesos de vinculación de la educación media y la educación superior. Par académico del Ministerio de Educación Nacional. Ponente en eventos académicos relacionados con el diseño. Accionista y directora del área de capacitación y desarrollo de la empresa GESNEG Diseño & Construcción SAS. Proyecto de emprendimiento empresarial desde el año 2005. Experiencia en procesos de consultoría en gestión y desarrollo gerencial del diseño.*

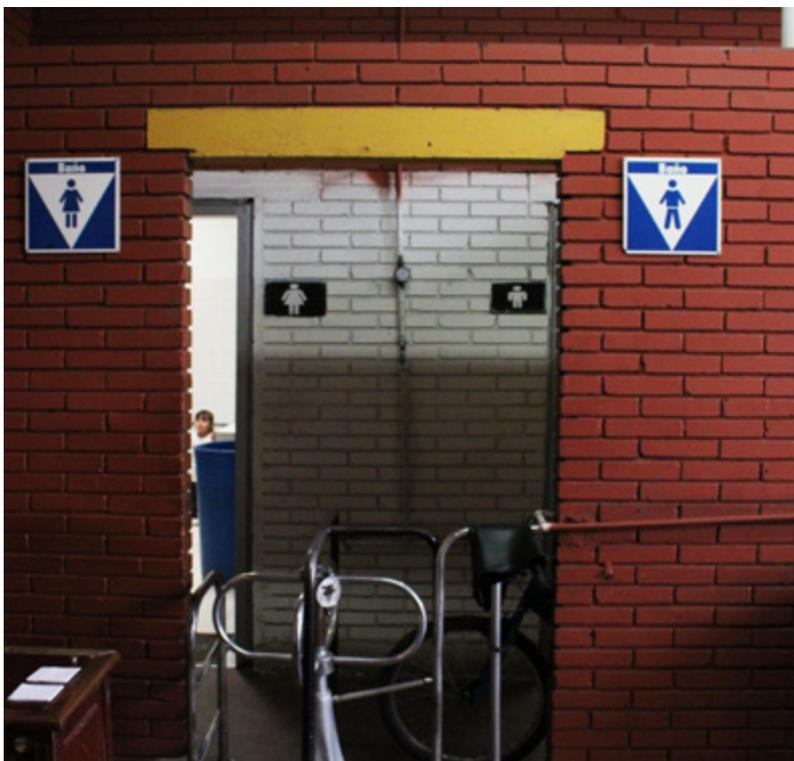


# SISTEMA DE RIESGO

Se realizó una investigación respectiva dentro de cada plaza de mercado encontrando déficit en el sistema señalético dentro de cada una de ellas.

## LA PERSEVERANCIA

La plaza arquitectónicamente cuenta con todos los requisitos estipulados omitiendo por ejemplo la zona campesina en donde encontramos algunos defectos como cables al aire que pueden ocasionar accidentes. Algunos techos se encuentran con grietas y goteras que generan riesgos para las personas de la plaza. No hay en los pasillos inclinados material antideslizante ni barandas para discapacitados.



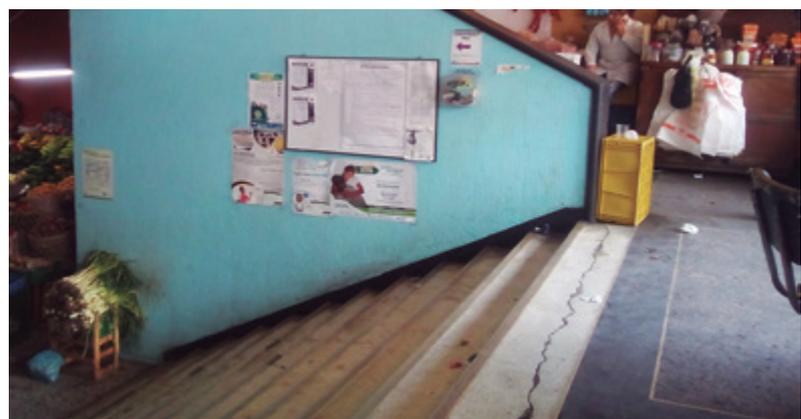
## TRINIDAD GALÁN

Algunas señales colgantes presentan una altura inadecuada para el usuario y un ensamblaje deteriorado presentando riesgo. La ausencia de otra clase de soportes hace que algunos espacios pierdan función, otras señales se encuentran en una mala ubicación y la información se da por perdida cuando es necesaria.

La identidad gráfica pierde unidad tanto en color, textos y pictogramas, sin embargo permite la orientación dentro de la plaza por secciones y puntos claves. Se necesita ubicar elementos de emergencia o puntos de encuentro antes situaciones de alta necesidad y seguridad. Tienen falencias a nivel de nomenclatura y orden.

## RESTREPO

La estructura interna de la plaza presenta grietas en las escaleras que dirigen a la zona de frutas. También se pueden ver en el techo, en sus salidas y en varias partes de la plaza.



## 20 DE JULIO

La plaza no cuenta con una correcta distribución, por tal razón las personas pueden no hallar la cantidad variada de productos en una misma sección.

Debería existir una adecuada señalización en la vía, que especifique la proximidad a la plaza. Además los discapacitados necesitan una mejor orientación y movilidad en los pasillos del establecimiento.



## KENNEDY

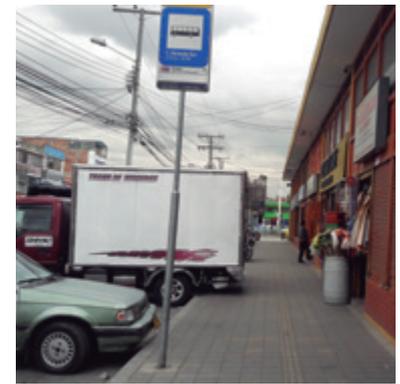
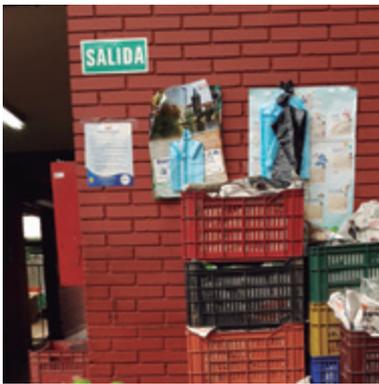
La señalización encontrada en la Plaza de mercado está en mal estado. Están mal ubicadas y no permiten que el usuario comprenda el lugar en el que se ubican los productos, necesitan mantenimiento general como limpieza, reubicación, repintada o ser reemplazadas.

## QUIRIGUA

La plaza del Quirigua tiene muchas falencias en cuanto información y comunicación se refiere, ya que la señalización está puesta en lugares diferentes y no es "intuitivo" encontrarla. A su vez estas señales están en diferentes sustratos, incluso en papel, y se encuentran sucias. Esto no da una buena imagen a un lugar que trata con alimentos.



# SEÑALES Y RIESGO



# LOS ROSTROS DE LA PLAZA

**Josefina - Restaurante**



Plaza 20 de julio

**Abraham - Frutas y verduras**



Plaza de Kenendy

**Alagima - Hierbas**



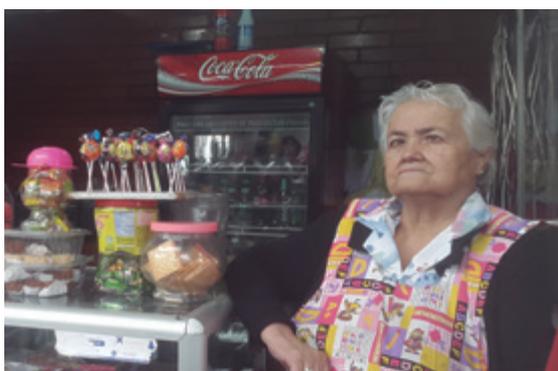
Plaza Trinidad Galán

**Raúl - Frutas**



Plaza del Restrepo

**Amanda - Mini mercado**



Plaza Quirigua

**María - Hierbas**



Plaza La Perseverancia

# CONCEPTO DE DISEÑO

El sistema señalético que diseñaremos responderá a necesidades como la identificación de los locales, secciones de la plaza, la organización de los espacios dentro de esta y la adecuada orientación e información para los usuarios.

Para la clasificación y la identidad de las plazas se realizará un pictograma de un personaje que se diferenciará por el producto principal de cada plaza. Para la organización interna de todas las plazas se realizará pictogramas y se diferenciarán por un mismo código cromático y numeración, esto aplicado a las secciones en común de todas las plazas y además se desarrollará esta misma distinción para secciones o lugares distintivos de las plazas.

Para la realización de las señales se buscará un estilo tradicional intentando acuñar términos populares y sin dejar de lado la tradición y la cultura que se encuentran en estos lugares. Con tonos planos, el uso de líneas orgánicas, tipografía palo seco que no sea tan rígida.

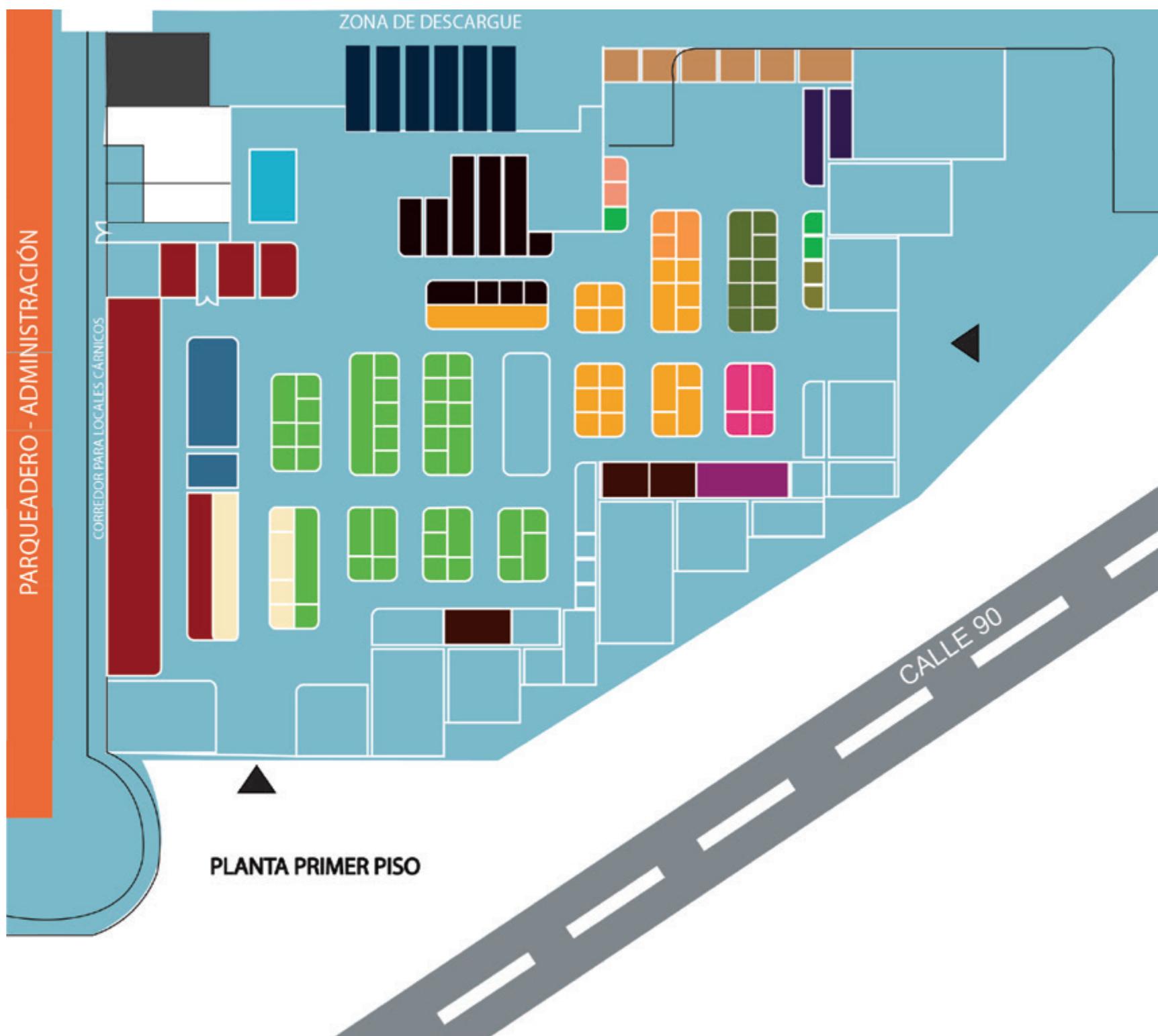
Según el lugar se utilizarán las siguientes señales:

- ° Pasillos (banderas)
- ° Locales (identificativas)
- ° Secciones (colgantes)

La utilización de estas señales estará a disposición de cada plaza, ya que todas tienen diferentes necesidades y diferentes condiciones arquitectónicas.

Se tiene que tener en cuenta, la limpieza, el orden, la visibilidad y el mantenimiento para la conservación y el buen uso del sistema señalético a implementar en las plazas.

Para realizar este proyecto se usará como herramienta una pauta modular que permita moldear una imagen que sea concreta y simplificada. Ésta responderá a los diferentes tipos de señales que estarán ubicadas en los puntos escogidos en el recorrido de la plaza. Por otra parte la fuente tipográfica debe responder a unas medidas estipuladas para que sea legible de lejos o cerca. Los colores corresponden a la interacción que debe tener el espectador.



## OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sistema de diseño para las plazas de mercado de Bogotá que dé respuesta a las necesidades comunicacionales, de orientación e información, con el propósito de transformar y mejorar el sistema visual de las unidades productivas populares, rescatando la identidad y los valores tradicionales tales como la gastronomía, distribución de productos de primera necesidad, la venta de artesanías y plantas medicinales comprendiendo que las plazas son lugares de intercambio cultural, económico, turístico y familiar.

# SISTEMA DE CODIFICACIÓN

El sistema de codificación permite mantener una organización que parte de códigos únicos que se establecen para la identificación de las diferentes plaza. Además de ello hay una clasificación en la cual se involucran aspectos como características sensoriales, sistemas de sujeción. Esto facilita en la estructuración del proyecto teniendo una base clara

para a partir de esta generar continuidad a lo largo del sistema establecido. Esto ayuda con la información generada en bases de datos en el momento de realizar trabajos de reubicación, mantenimiento y posibles rediseños dentro de las diversas plazas de mercado.

PLAZA	CODIGO
20 de Julio	20J
Trinidad Galán	Tg
Restrepo	Rp
Quirigua	Qj
Kennedy	Kn
Perseverancia	Ps

## 1. Plaza

Servirá para reconocer a la plaza Trinidad Galán. Será denominado por dos cifras compuesta por letras, en este caso las dos iniciales “TG”. Esto nos servirá para diferenciarla de las otras plazas incluidas en el proyecto PISE, que también manejará un código que las identifique.

SISTEMA DE SUJECIÓN (TIPO DE SOPORTE)	CÓDIGO
Orientadora	O1
Informativa	I2
Direccional	D3
Identificativa	I4
Corporativa	C5
Reglamentaria de seguridad	R6
Reglamentaria de prohibición	R7
Reglamentaria de prevención	R8

## 2. Soporte

Será denominado por dos cifras letra y número. Como se puede ver por la inicial según el tipo de señal, según el orden de la tabla. Esto sirve para identificar cuál será el tipo de señal que se implementará.

SISTEMA DE INSTALACIÓN	CÓDIGO
Adherida	I
Soporte	II
Banda	III
Colgante	IV
Estela	V
Rótulo	VI
Tótem	VII

## 3. Instalación

Será denominado por cifras en romanos, según el orden de cada instalación, según el orden de la tabla. Esto sirve para organizar el tipo de instalación de señalización.

CARACTERÍSTICAS SENSORIALES	CÓDIGO
Óptica	OP
Acústica	AC
Táctil	TA
Olfativa	OL

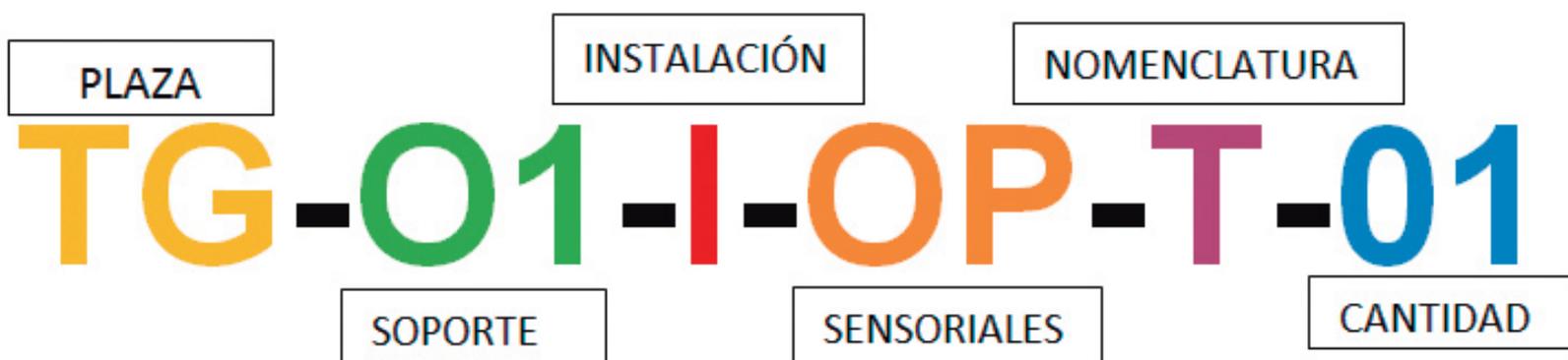
#### 4. Sensorial

Será denominado por dos cifras compuesta por letras, siendo estas la inicial de cada característica sensorial junto la siguiente letra de cada una de estas. Esto sirve para identificar la característica sensorial que se va a implementar en cada tipo de señalización con respecto a las capacidades del usuario.

NOMENCLATURA	CÓDIGO	CANTIDAD
Texto	T	1
Pictograma	P	2
Texto/Pictogramas	TP	3

#### 5. Nomenclatura

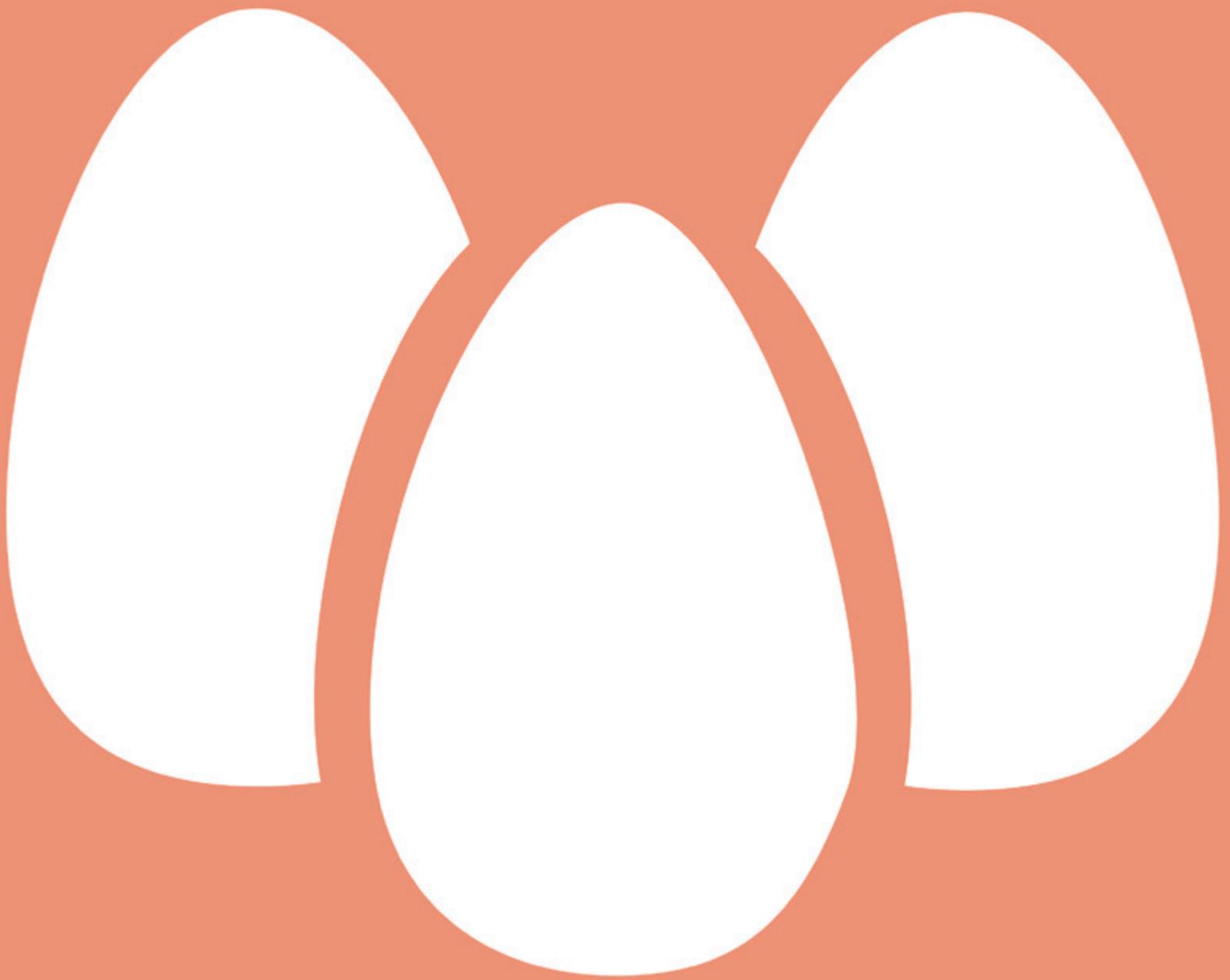
Será denominado por dos cifras compuesta por letras, siendo estas la inicial de: texto o pictograma “T, P y TP”. Esto sirve para categorizar el tipo de imagen o texto que será implementado en la señalización.

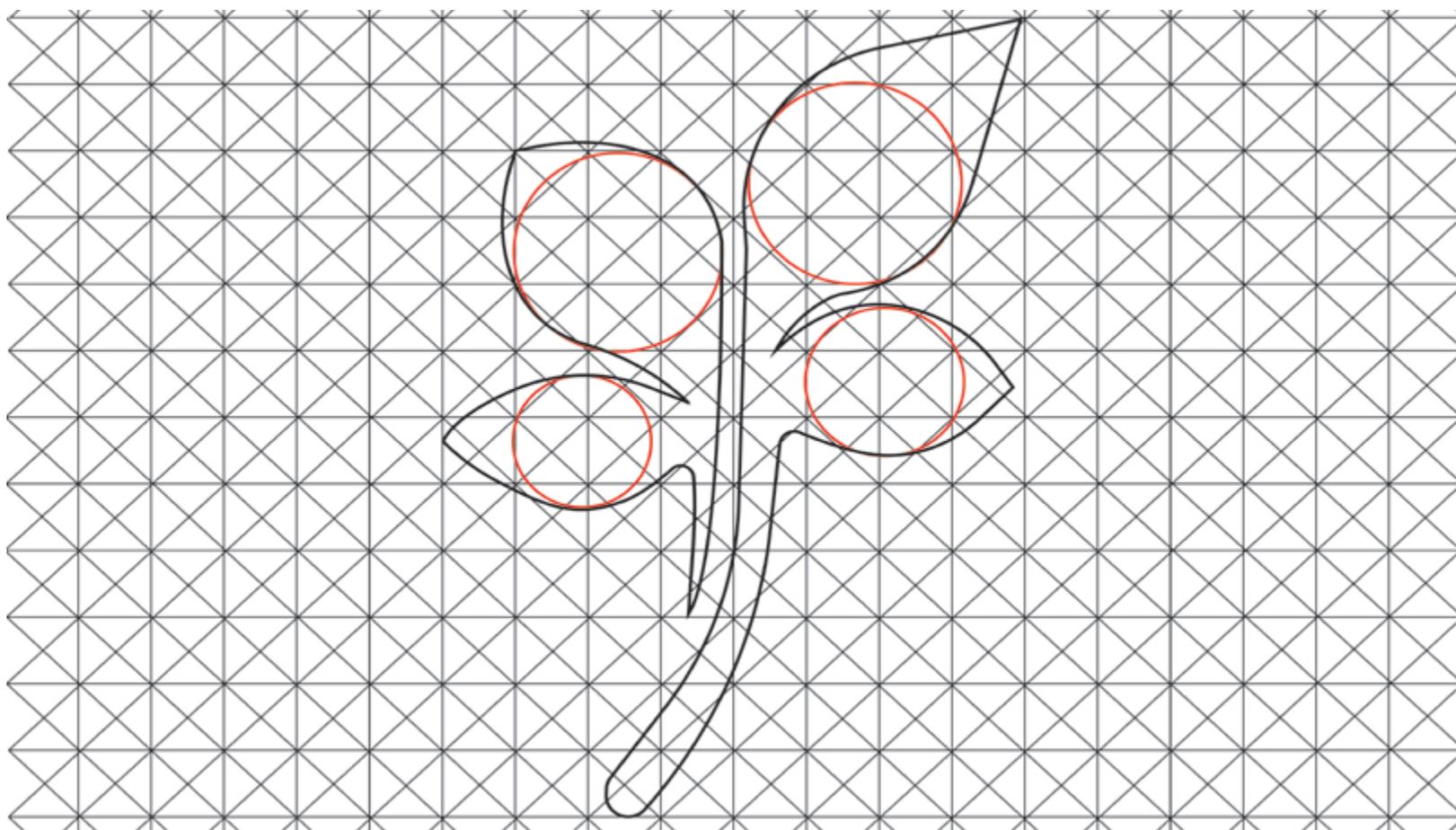




# PICTOGRAMAS

Tras una serie de análisis, planeamientos y organización se realizaron pictogramas que tuvieran una unidad gráfica sin perder visibilidad y legibilidad, manteniendo una única identidad en las señales. Al realizar la unidad gráfica se implementó una sola pauta y un solo estilo para las señales de las plazas. Estas señales son organizadas con paletas cromáticas realizadas específicamente para las secciones del lugar. Con esto se puede dar el mensaje de la identidad y unidad que tienen las plazas.

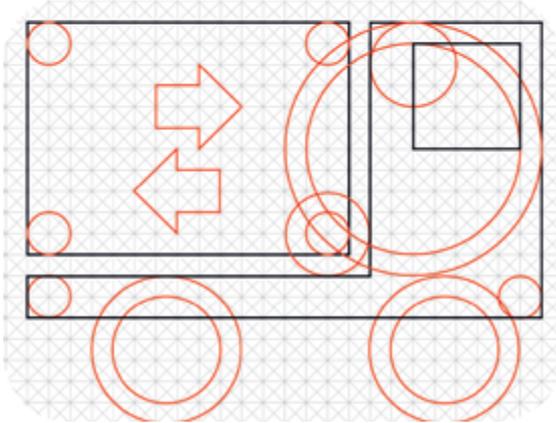
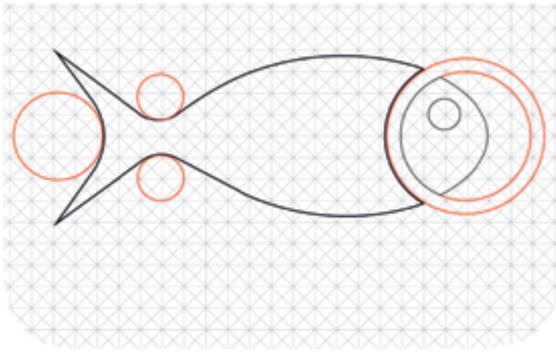




## PAUTA MODULAR

El sistema reticular que se ha elegido para este proyecto está construido con líneas verticales, horizontales y diagonales que permiten la unificación del estilo elegido manteniendo el distanciamiento entre los submódulos para dar paso a la ley de gestalt que por medio de los estímulos posibilita la organización de las formas en su totalidad.





## FUNCIONALIDAD

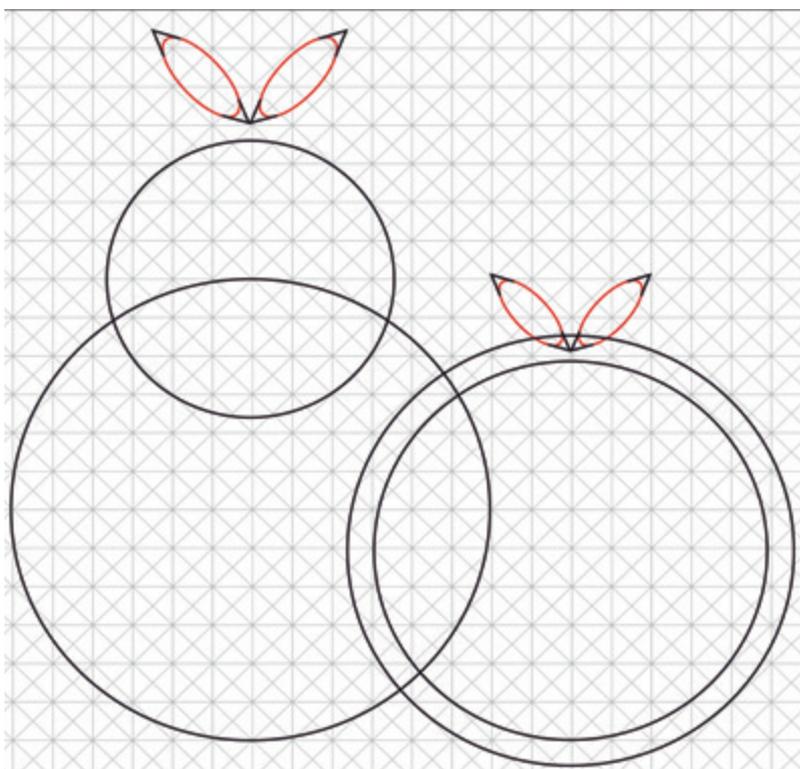


### DIRECCIONALES

Las señales direccionales indican las secciones básicas de la plaza como los baños, cafeterías, restaurante y pasillos.

### IDENTIFICATIVAS

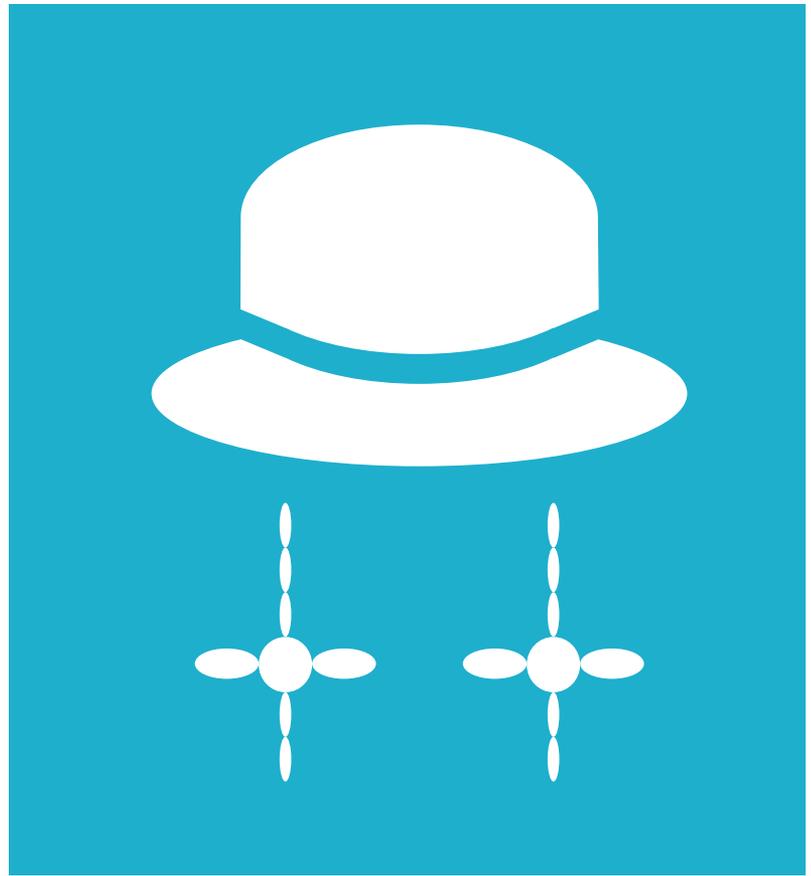
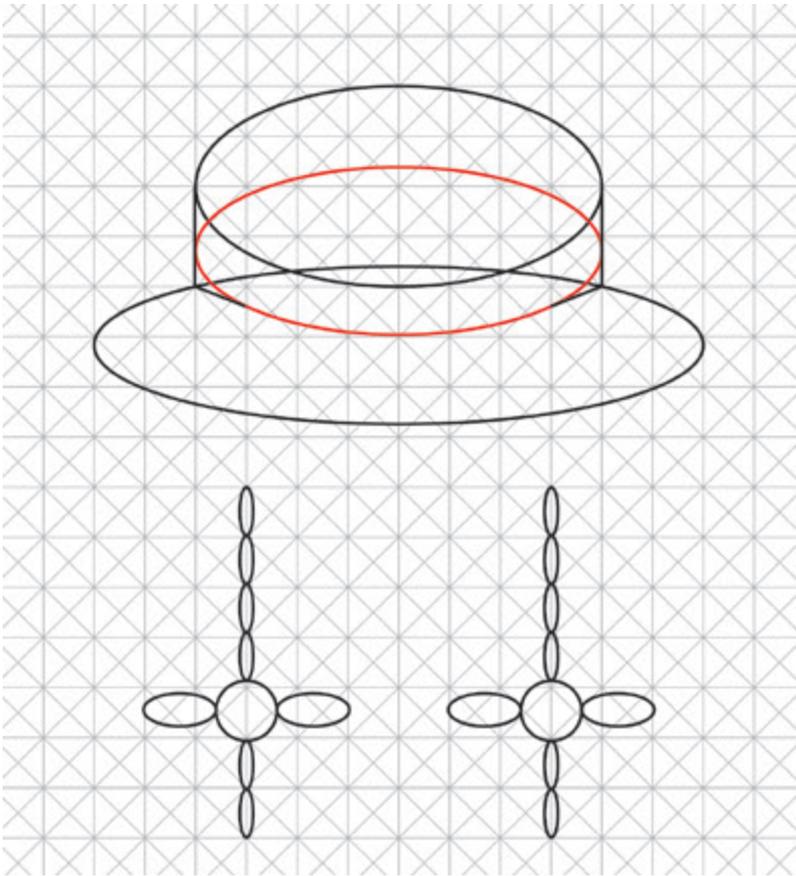
Señala los locales con su respectivo producto utilizando pictogramas.



**Frutas** =

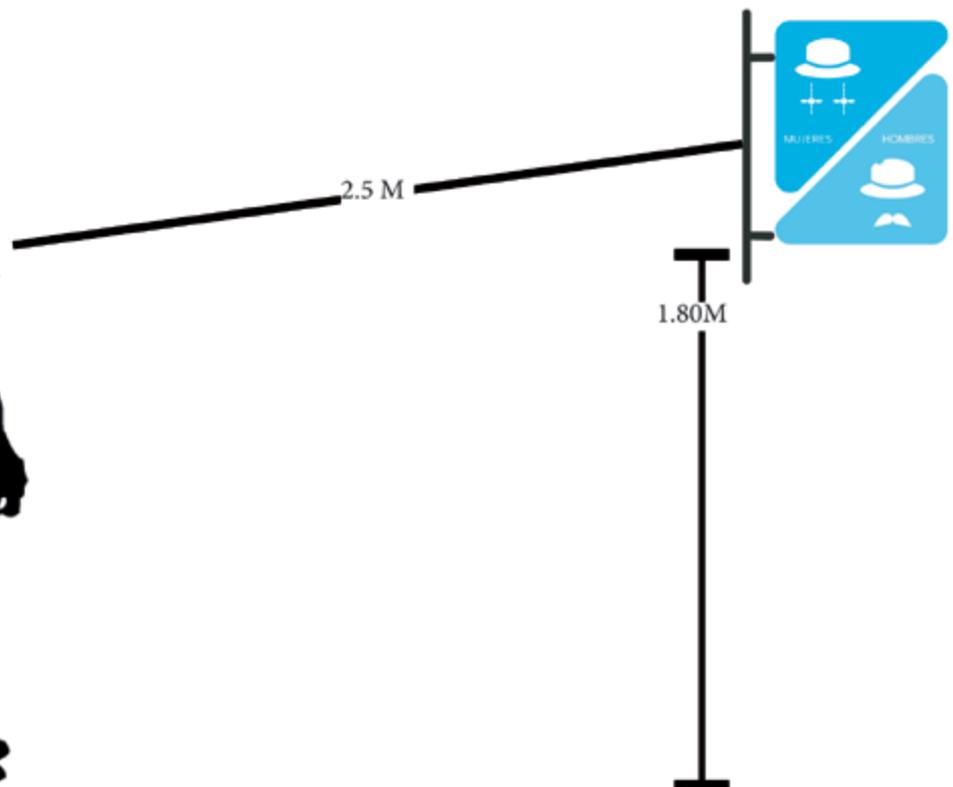
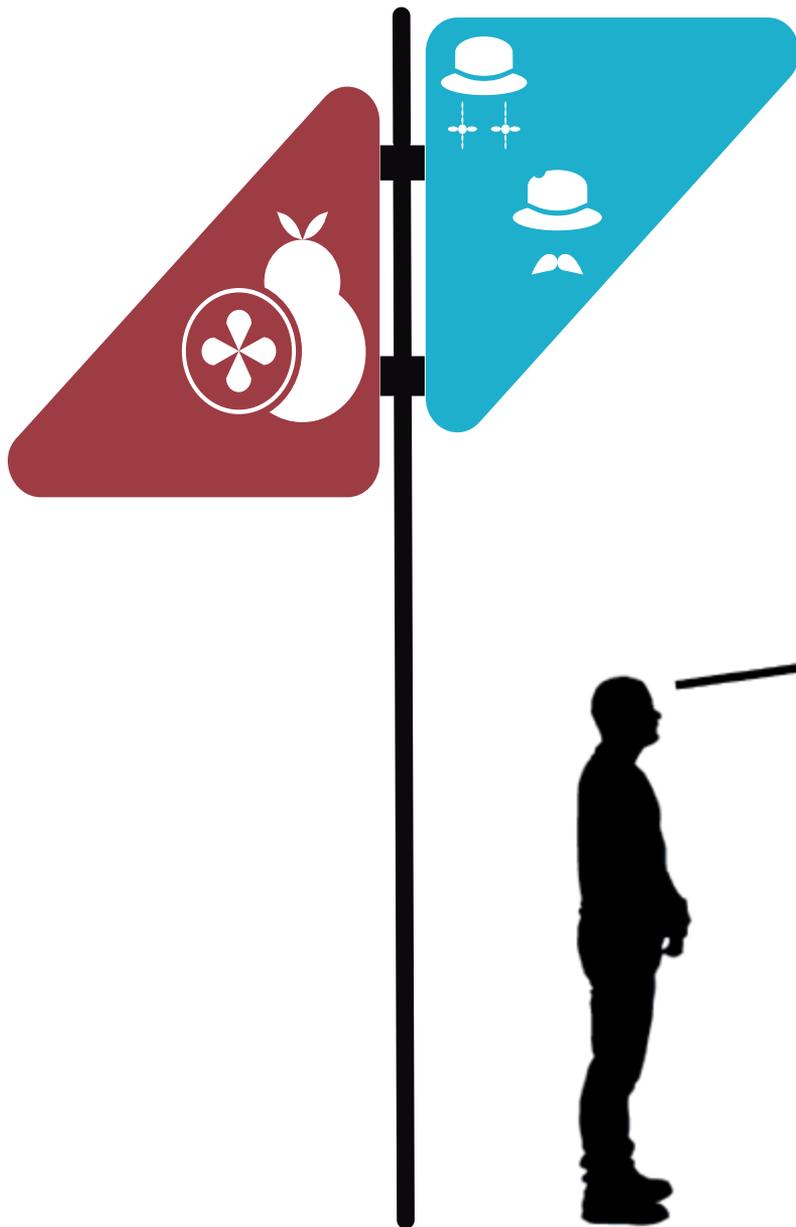


# SEÑAL COLGANTE - FRUTAS

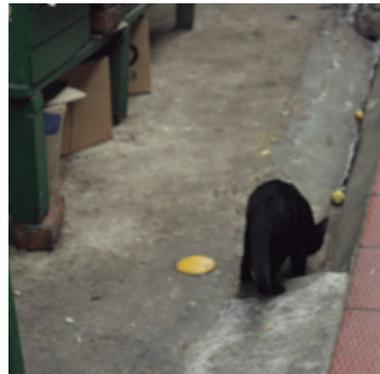


## DIRECCIONALES

Baños, frutas y verduras

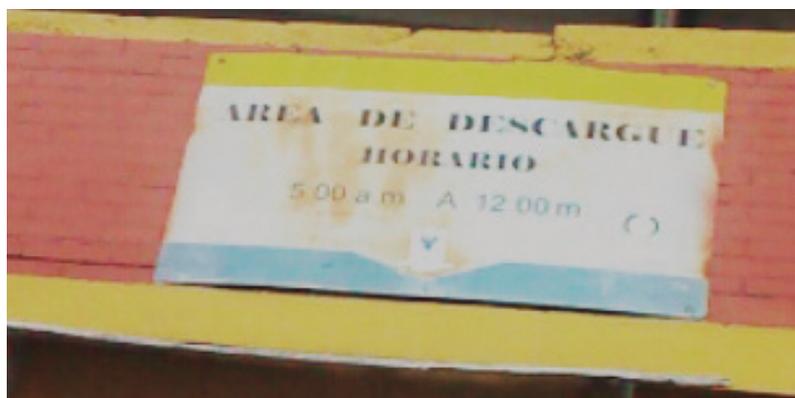


# SISTEMA DE RIESGO



### FERIAS

Observamos que la mayoría de puestos y locales no cuentan con una señalización que los identifique. Muy pocos locales cuentan con enumeración. En cambio, los puestos no cuentan con ningún tipo de señalización. Esto puede generar que la gente no se oriente correctamente y pueda encontrar un local en específico. Además observamos la necesidad de crear un sistema de orientación por zonas.



### 7 DE AGOSTO

Tienen un trabajo de diseño de señalética y orientación gráfica. En la plaza se evidencian señales de salidas de un material plástico débil y algunas en acrílico.

Cada sección está identificada con su nombre, pictograma y enumeración de los locales o puestos. Claro está que las señales no están en un estado bueno, se encuentran sucias algunas rotas deterioradas, lo que dificulta su lectura.

Tienen una intención de identidad gráfica y las secciones se identifican por colores, pero estos colores no pertenecen a una misma paleta lo que hace que se vea desordenado y de diseño sucio y poco recordable. Estas señales se encuentran en un estado regular.

### 12 DE OCTUBRE

Esta es una plaza que tiene muy pocas señales, pero aun así éstas se encuentran en buen estado.

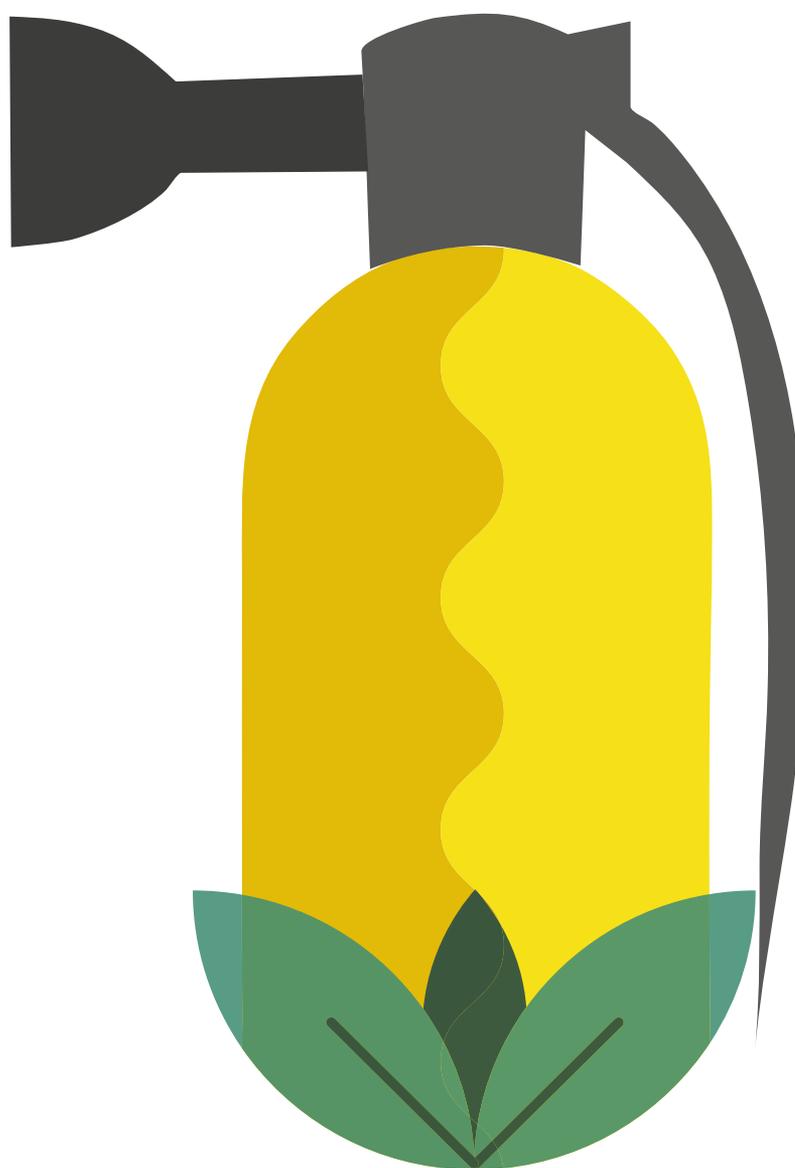


# CONCEPTO DE DISEÑO

El diseño de la identidad visual de las plazas se ve influenciado por la cultura autóctona campesina y por las necesidades que las plazas presentan en cuanto a señalética. Las señales en su totalidad se componen de elementos visuales planos y ligeros. Fueron elaborados a partir de la síntesis gráfica para su correcto entendimiento y contienen elementos que responden a las necesidades corporativas. La composición

de la retícula facilita este diseño señalético y se compone de figuras geométricas esenciales para cumplir los objetivos gráficos y para aprovechar formas orgánicas visiblemente agradables para crear un sistema unificado. La paleta de color busca comunicar alegría y la identidad de las plazas con tonos vivos y complementados entre sí.





# OBJETIVO GENERAL

Contribuir a las diferentes dinámicas de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá, a través de la intervención de acciones de diseño que den solución a las necesidades de comunicación e información, con el fin de incrementar su uso por parte de la ciudadanía, generando vínculos de apropiación e identidad, sentido de pertenencia y satisfacción entre usuarios locales y extranjeros con la plaza.



# SISTEMA DE CODIFICACIÓN

El sistema de codificación tiene como fin dar un código para las señales que se van a utilizar en el sistema señalético en las plazas de mercado. Estos sirven para que los diseñadores o personas del común y encargadas sepan qué señal se encuentra en determinado lugar. Para este sistema de codificación se tuvo en cuenta primero las plazas de mercado que se encuentran dentro del proyecto y se definió con números, después su funcionalidad, sistema de sujeción, características sensoriales y la nomenclatura. Se tomó como límite tres letras de cada palabra con el fin de que el código no sea extenso y procurando la legibilidad.

PLAZA	CÓDIGO
7 de Agosto	1
12 de Octubre	2
Ferias	3

SISTEMA DE SUJECIÓN (TIPO DE SOPORTE)	CÓDIGO
Orientadoras	Or
Informativas	In
Direccionales	Dr
Identificativas	Id
Reglamentarias seguridad	Rs
Reglamentarias corporativas	Rc
Reglamentarias prohibición	Pr

SISTEMA DE INSTALACIÓN	CÓDIGO
Adherida	A
Soporte	S
De banda	D
Bandera	B
Colgante	C
Estela	E
Rotulo	R
Tótem	T

## 1. Plaza

Será denominado por números de modo que cada plaza podrá ser diferenciada de las demás en el proyecto PISE.

## 2. Soporte

Será denominado por dos letras, las cuales se escogieron para diferenciarlas y poder identificar rápidamente qué tipo de señal se implementará.

## 3. Instalación

Será denominado por una letra, como se puede ver será la primera de cada tipo de señal. Esto sirve para organizar el tipo de instalación de cada señal.

## SISTEMAS DE ORIENTACIÓN GRÁFICA

### 4. Sensorial

Será denominado por tres letras para así diferenciar la denominación de las demás clasificaciones. Esto nos sirve para identificar la característica sensorial de cada señal implantada con respecto a las capacidades del usuario.

CARACTERÍSTICAS SENSORIALES	CÓDIGO
Óptica	Opt
Acústico	Act
Táctil	Tat
Olfativa	Olf

### 5. Nomenclatura

Será denominado por las tres letras txt y pic y dos letras cuando sea combinados tp. Esto nos sirve para categorizar y especificar qué se implementaría en la señal.

NOMENCLATURA	CÓDIGO
Texto	Txt
Pictograma	Pic
Texto y pictograma	Tp



# PICTOGRAMAS

Se realizaron análisis y planteamientos para la realización de pictogramas que cumplieran una unión gráfica adecuada para las plazas. Se tuvieron varios aspectos en cuenta como visibilidad, legibilidad y el público al que son dirigidos. Para poder tener la unidad gráfica se implementó una pauta modular única y un estilo para las señales y pictogramas de las plazas y además se escogió una paleta cromática especial para la organización de estas señales para una mejor visualización de estas.

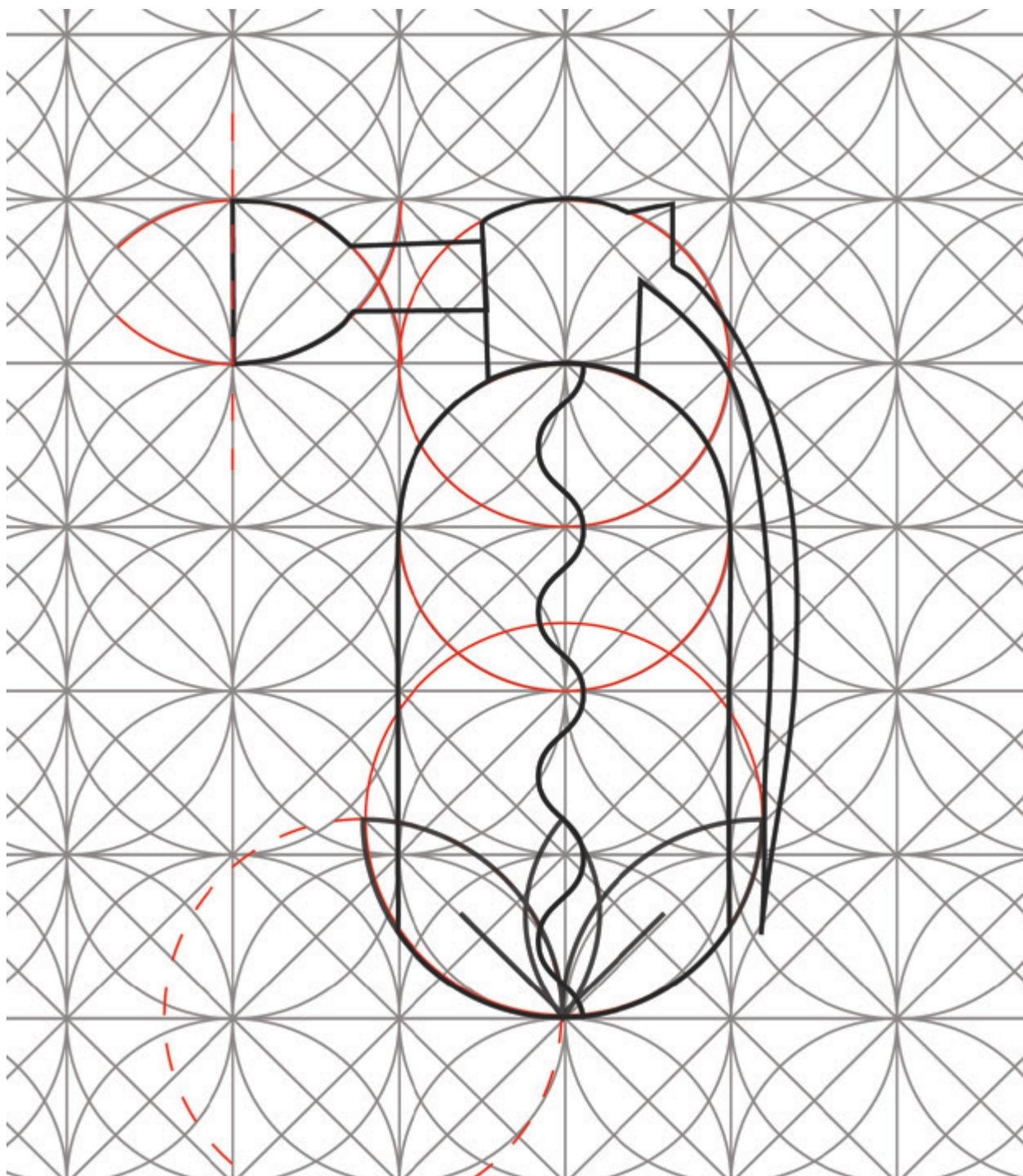
**Orientadoras:** Sirven para dar un orientación al individuo dentro de la plaza de mercado mostrándole indicaciones específicas y concretas para que éste pueda visualizar mejor el interior de la plaza.

**Informativas:** Sirven para dar a conocer información específica de la plaza como el lugar de posicionamiento del extintor.

**Direccionales:** Sirven para indicar la dirección de las secciones básicas de la plaza como son los pasillos o baños.

**Identificativas:** Sirven para señalar las ubicaciones de los sectores de la plaza con su respectivo pictograma.

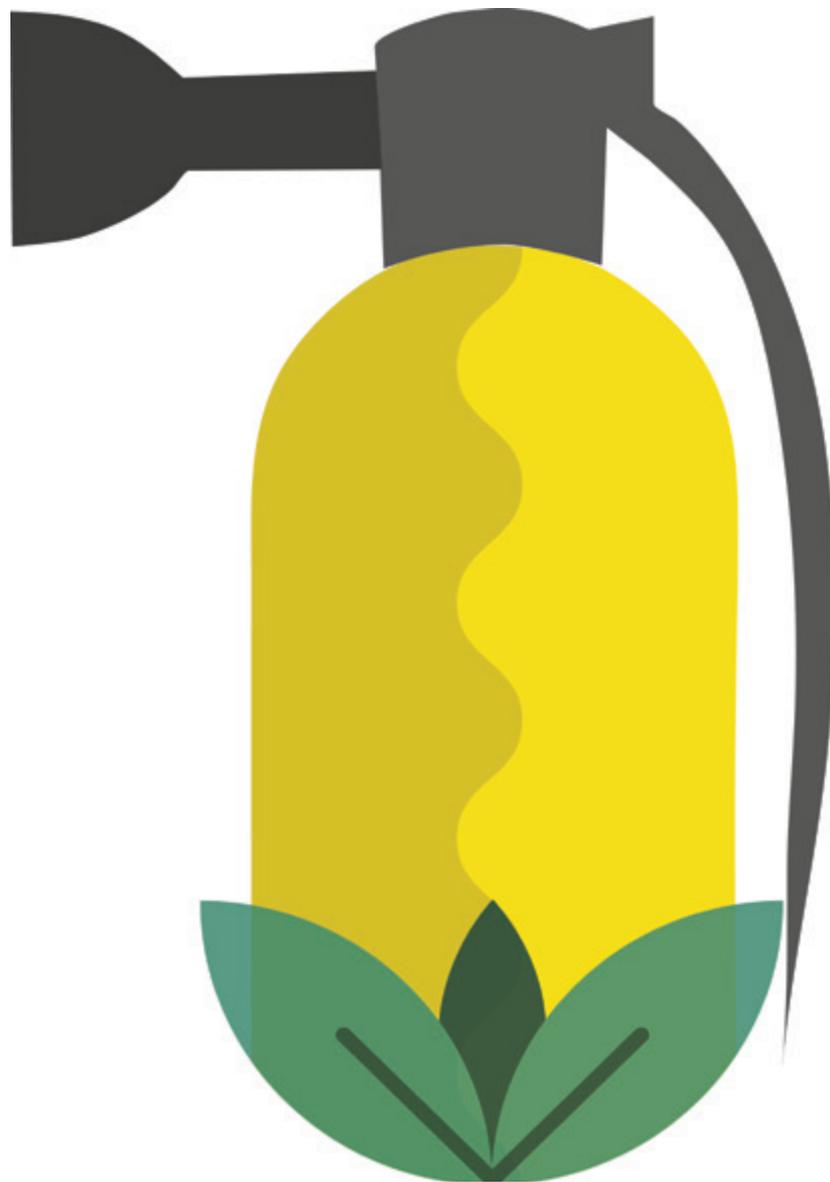




## Pauta modular

La composición de la retícula facilita este diseño señalético y se compone de figuras geométricas esenciales para cumplir los objetivos de manera gráfica y para aprovechar formas orgánicas visiblemente agradables en un sistema unificado.

# Funcionalidad

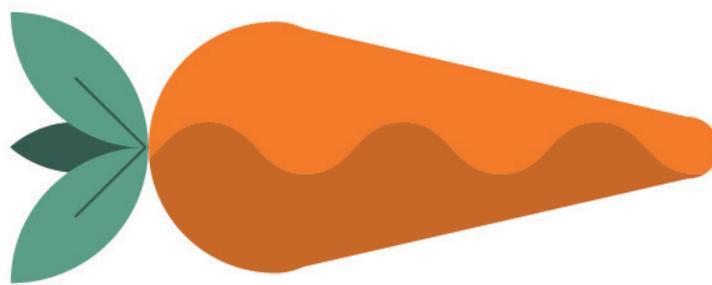
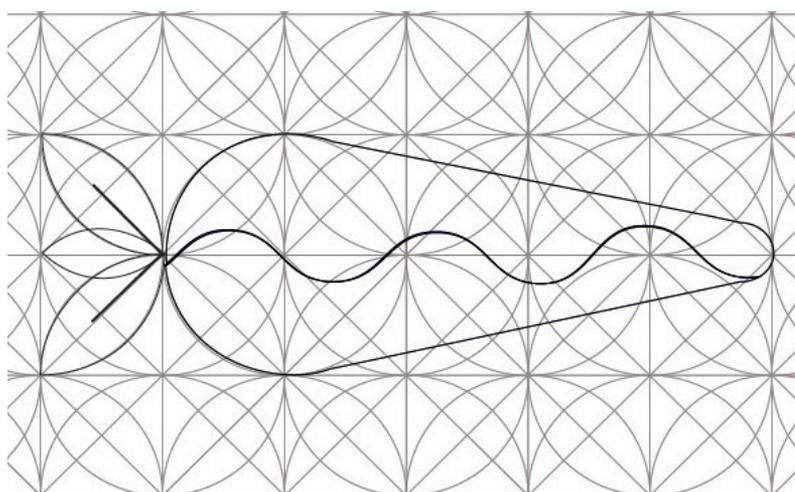


## ORIENTADORAS

Dar orientación al individuo dentro de la plaza de mercado por medio de indicaciones en diferentes espacios específicos que faciliten su visibilidad.

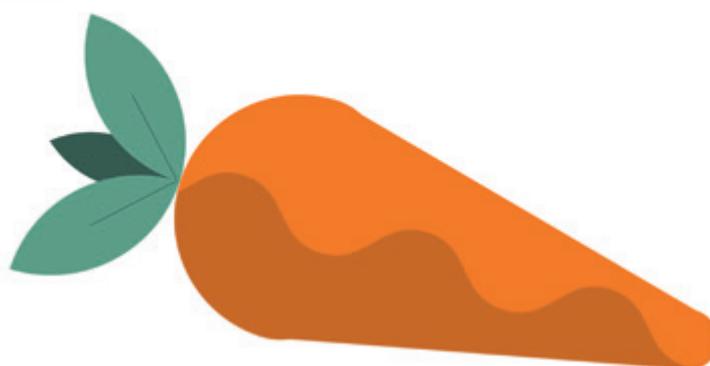
## INFORMATIVAS

Dar a conocer información específica y detallada sobre los diferentes tipos de productos que se pueden encontrar dentro de la plaza.

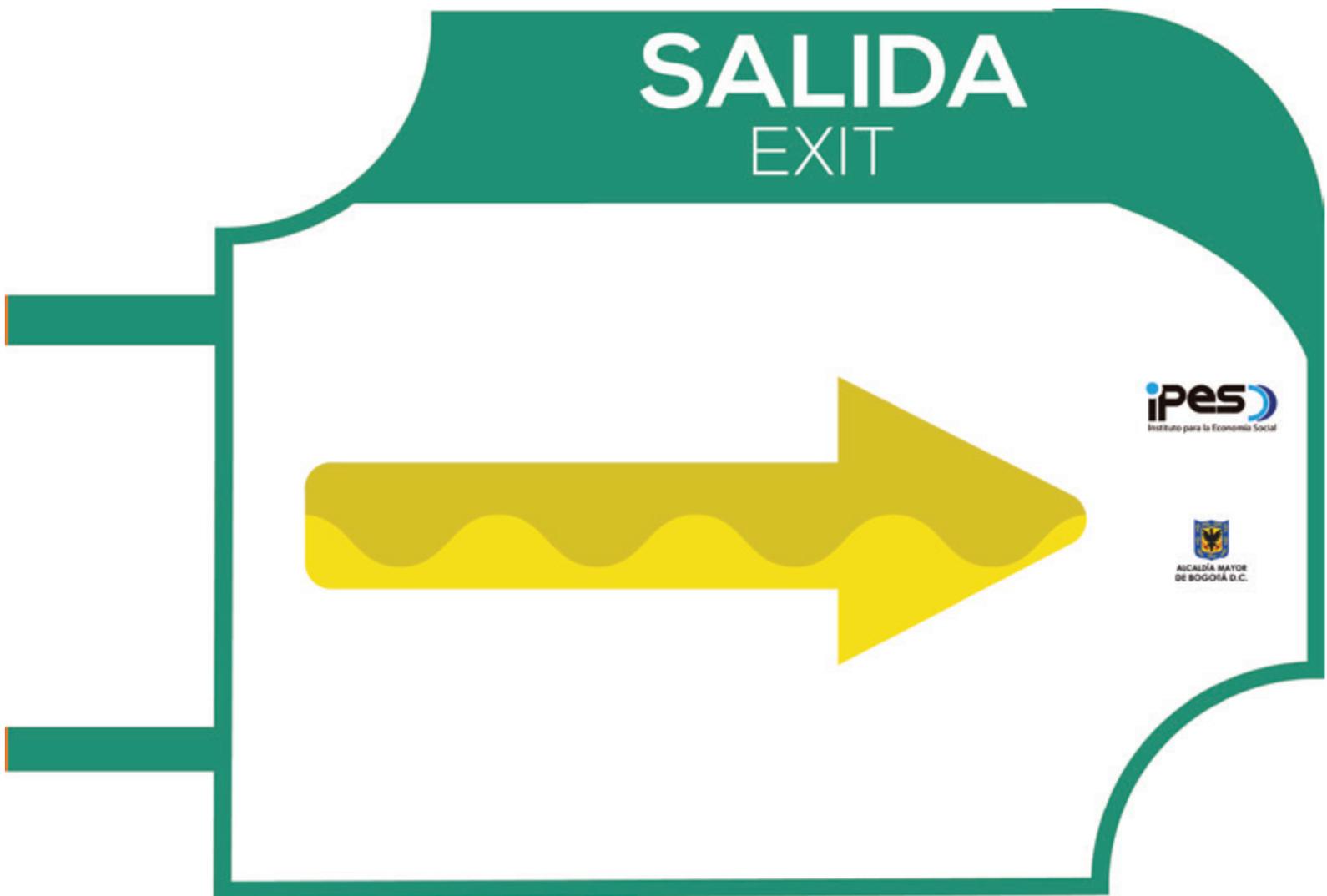
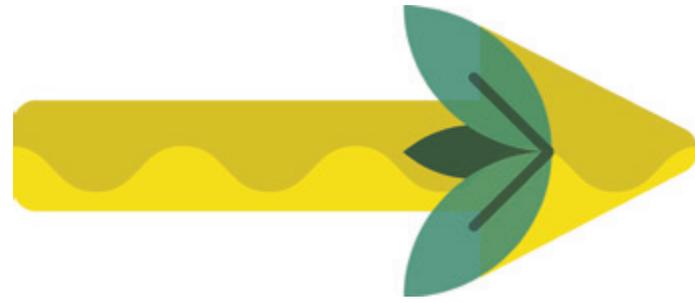
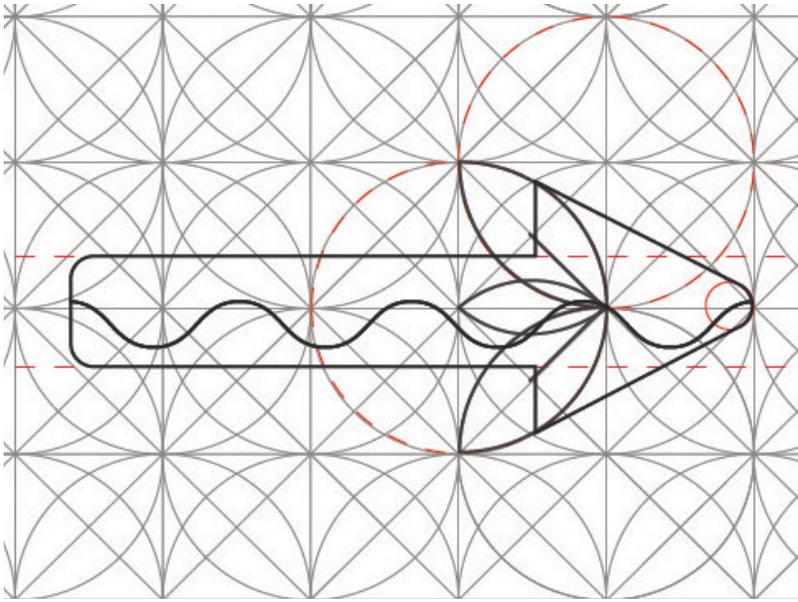


VERDURAS

VEGETABLES



# SEÑAL COLGANTE-VERDURAS



# SEÑAL BANDERA-SALIDA

## DISEÑO COMUNICACIONAL

Asignatura: Diseño de información

Profesor: David Fernando Jurado Montoya

La asignatura de Diseño de información permite al estudiante conocer una de las teorías más aplicadas al diseño de la comunicación de masas. Bajo la tensión del paradigma de lo periodístico y lo artístico, la asignatura propone reconocer y hacer uso de las herramientas discursivas que permitan descubrir alternativas visuales para la comunicación objetiva sin perder componentes estilísticos. Para ello, el estudiante debe conocer a profundidad, a través de los métodos de investigación, la información a representar de las plazas, para así hacer uso de los mecanismos de representación gráfica de la información.

Con el objetivo de aportar al proyecto **RAÍCES, plazas, tradición y cultura** se desarrolló una metodología a partir de tres etapas: recopilar y analizar, interpretar y esquematizar, representar y diseñar la información.

La primer etapa permite establecer un primer contacto con la plaza, atendiendo una búsqueda de la información, para luego discernir sobre ella y clasificarla según las relaciones que se encuentren entre los objetos a ilustrar.

La segunda demanda, por parte del estudiante, un importante proceso de interpretar los datos seleccionados con el fin de traducirlos a un lenguaje gráfico de fácil interpretación para los receptores. Para ello, debe conceptualizar y estructurar el contenido a su interés comunicacional aplicando metodologías para el diseño.

La última etapa debe ser el reflejo, en gráfica, de la investigación y la interpretación anteriormente mencionada. Sumado a esto, la representación de aspectos sociales fomenta en el estudiante un carácter frente a la comprensión de los efectos del mensaje visual y de ideologías y valores.

Finalmente, el proyecto pedagógico propone ser una excusa para entrar en diálogo con el interés, individual y grupal, de proyectar desde el diseño de la comunicación visual soluciones pertinentes al contexto bajo criterios de viabilidad e innovación; mediante el uso de conocimientos y prácticas propias de la disciplina y la profesión.



David Fernando Jurado Montoya

*Diseñador gráfico. Especialista en teorías del diseño comunicacional de la Universidad de Buenos Aires. Sus áreas de trabajo se concentran en la teoría de los estudios visuales a saber, el diseño y la cultura proyectual, los lenguajes y medios y la teoría y crítica cultural. Docente investigador categorizado. Optando por el título de magíster en diseño comunicacional de la UBA, así mismo estudiante en curso de la maestría en Diseño gestión y dirección de proyectos en la Universidad Internacional Iberoamericana UNINI Puerto Rico.*

# Plaza La Perseverancia

La Perseverancia es uno de los barrios populares de Bogotá este barrio está lleno de historia ya que muchos de los acontecimientos importantes de la ciudad surgieron aquí. El barrio quiere mantener su tradición a base de personas luchadoras que viven a diario lo que es ser un bogotano.

En 1889 la unión de los hermanos Siegfried, Koppel, Santiago y Carlos Arturo Castello, crearon una sociedad quienes construyen en un lote comprado por ellos una fábrica de cerveza.

Justamente ese entonces la situación política de Colombia era muy difícil y cada una de las regiones era independiente.

Muchos campesinos, de las regiones de Cundinamarca y Boyacá, escucharon que un extranjero había fundado una fábrica de cerveza traída del otro lado del mar; Entonces dejaron atrás sus largas tardes en el campo y llegaron a la capital a emplearse a lomo de mula. Un gran flujo de población llegó a finales del siglo pasado a Bogotá.

Los Vega eran dueños de los terrenos, vendieron 916 lotes a gente que trabajaba en la fábrica de Kopp. El 7 de marzo de 1912 nace la "Unión Obrera" con gente que habitaba en Belén y Egipto.

La finca de los Vega se llamaba "Perseverancia" decidieron dejar este nombre al barrio.

Así se quedó el barrio, porque además la gente fundadora del mismo trabaja en la hechura de adobes. Éstos fueron los 56 constructores de las primeras casas. Leo S. Koop daba crédito a sus trabajadores para la compra de los terrenos. Poco a poco los habitantes de La "Perse" fueron conquistando y habitando la ciudad.



## SOPA DE PASTA:

En un sartén dora en mantequilla la cebolla, el apio y la zanahoria cortados en cubos., luego, agrega el caldo a la preparación.

Añade las papas cortadas en cubos, las arvejas y el maíz tierno.

Cuando las papas estén cocidas incorpora las conchas al caldo y cocina por 10 minutos más.



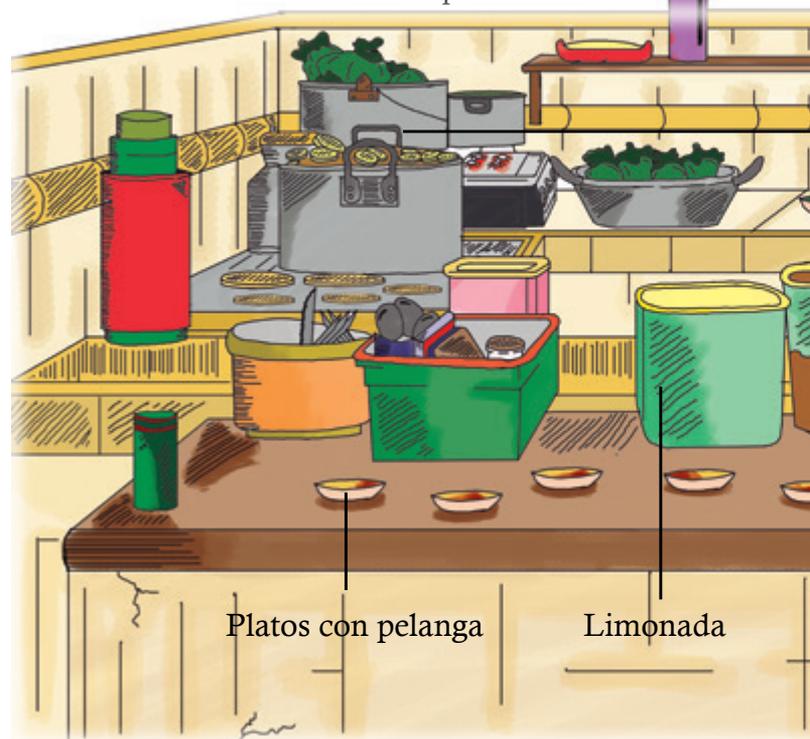
## SOPA DE CEBADA:

Se prepara un caldo básico al cual se le agrega: media zanahoria rallada, media taza de arvejas verdes, una taza de habas verdes, dos papas sabaneras peladas y cortadas en cuadros y se deja hervir. En el último hervor se puede agregar lechuga picada. Se sirve con cilantro picado.

## COCINA MODELO PLAZA LA PERSEVERANCIA

Estas cocinas son muy conocidas ya que en ellas semanalmente se cocinan alrededor de 35 platos típicos colombianos distintos.

Son conocidas por sus deliciosas pelangas, los huesos de marrano y no pueden faltar las incomparables sopas típicas de Colombia.



1889 - Creación de Bavaria

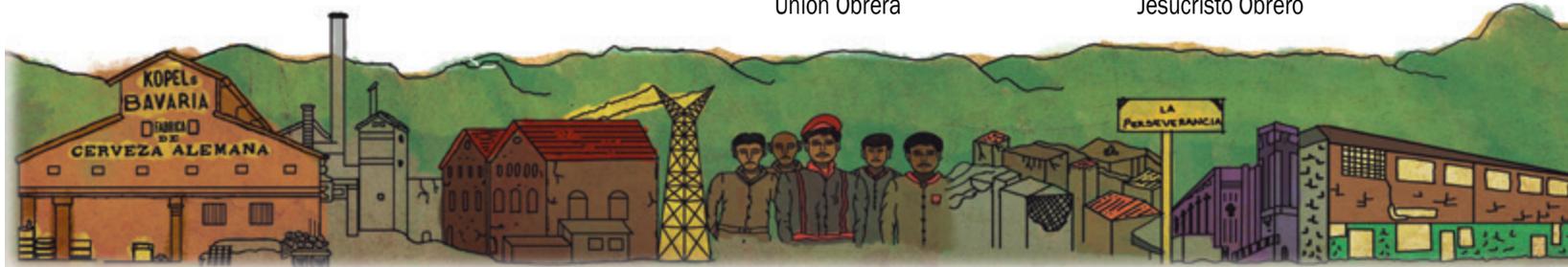
1905 - El barrio obtiene energía eléctrica

1912 - Nace la Unión Obrera

1914 - Inauguración plaza del trabajo

1939 - Se funda la Iglesia Jesucristo Obrero

1940 - Construcción física de la plaza



**INFORMACIÓN**

Dirección:  
Bogotá

Horario:  
Lunes a sábado 7:00 a.m. a 5:00 p.m.  
Domingo 7:00 a.m. a 3:00 p.m.

Teléfono:  
(1) 3401690



**SOPA DE ARROZ:**

Pon a cocer los callos en la olla a presión hasta que estén blandos y en una olla, agrega las tazas de agua, la sal, el condimento de carne o pollo, hasta que hierva incorpora al caldo los callos cocidos, el arroz, la zanahoria y las alverjas. Remueve la sopa y deja a fuego lento, en el momento de servir, añade cilantro

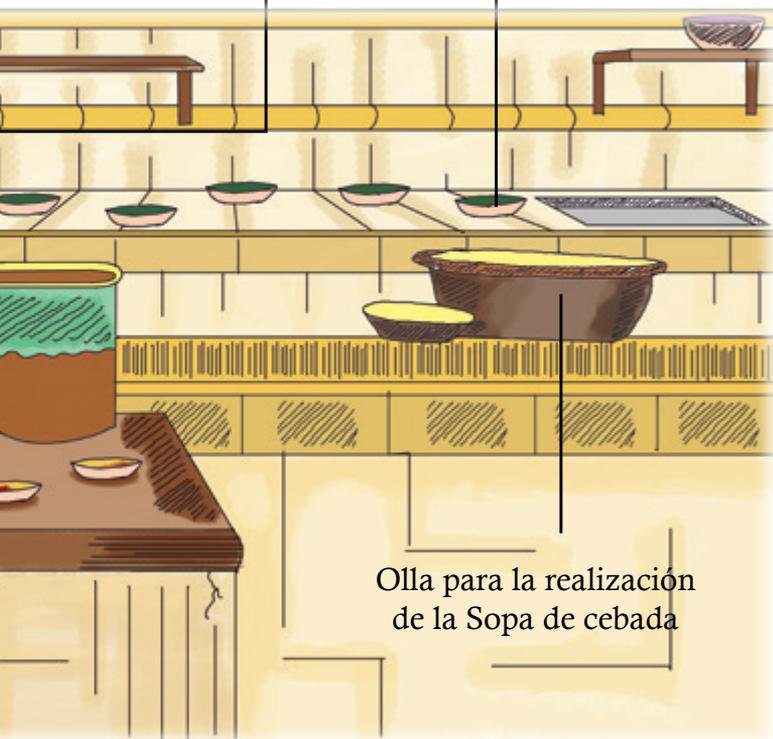
**SOPA DE AJIACO:**

Pon el caldo de pollo, añadir cebolla y cilantro. Agregar el pollo hasta que esté cocido y despues retirar. Agregar la mazorca y la arracacha a la olla y deje que se deshaga. Adicionar la papa criolla y una vez esta espesado, agregar la papa, esperar a que esté bien cocida y añadir la papa habanera. Faltando cinco minutos adicionar las guasca y rectificar la sazón.

Ollas que contienen arepas y tamales

Platos con ajiaco

Olla para la realización de la Sopa de cebada



**FESTIVAL DE LA CHICHA, LA VIDA Y LA DICHA**

El Festival de la Chicha, la Vida y la Dicha es un festival colombiano realizado en el barrio La Perseverancia de la ciudad de Bogotá en Colombia.

Algunas actividades que se hacen paralela incluyen teatro, conciertos, poesía y encuentros culturales.

Creado con el fin de difundir las tradiciones autóctonas centrado en el recuerdo del culto a la bebida principal del pueblo muisca: la chicha.

Se beben diferentes tipos de chichas como la de maíz, durazno, borojó, arracacha y de los siete granos estan dispuestas para el deleite de los bogotanos.

Se inauguró en 1995 y se organiza anualmente en el mes de octubre. Se caracteriza por muestras gastronómicas, musicales y culturales.

Podemos ver cómo este gran festival considerado patrimonio cultural de la ciudad atrae a extranjeros y a bogotanos que quieren disfrutar un poco de esta gran bebida.

2004 - La plaza es nombrada patrimonio cultural

1948 - Jorge Eliecer Gaitán es asesinado "El Bogotazo"

1940 - 1949 Se impone publicidad en contra de la chicha



# La Virgen del Carmen y las flores

La Virgen del Carmen es la patrona de las plazas de mercado distritales de Bogotá que son administradas por el IPES. En la Plaza de Mercado del Quirigua, todos los comerciantes festejan y le rinden homenaje a la Virgen, con especial colaboración de los locales que comercian flores.

## Flores para la Virgen

Los colores de las flores que se utilizan en la celebración del día de la virgen del carmen son azul y blanco.



## Astromelias

Las flores más vendidas diariamente son las astromelias, por su precio accesible y el tiempo de vida de estas.



parqueadero de la plaza y diversas actividades como presentaciones artísticas y muestras gastronómicas. En esta fiesta se conmemora a la Virgen del Carmen

- Peregrinos de Tierra Santa. Se intalaron en el monte Carmelo. Escogiendo a la Virgen María como patrona.
- Allí se contruyó la primera iglesia dedicada a Santa María del Monte Carmelo.
- Fue la cuna de la Orden de las Carmelitas.
- Su devoción a la Virgen permitió que naciera una nueva advocación.
- La Virgen se apareció el 16 de julio y le entregó al servidor de la orden el hábito que se convertiría en su signo distintivo.

Cada 16 de julio los católicos le rinden tributo a Nuestra Señora del Carmen, patrona de los conductores, de los bomberos y la reina de las Fuerzas Armadas de Colombia.

La devoción a la Virgen del Carmen surgió en Israel, en el Monte Carmelo, cuando un grupo de personas inspirado en el profeta Elías se retiró a vivir al monte Carmelo, contruyendo un templo en honor a la virgen María, y adoptando en su diario vivir actitudes que reflejaban aspectos marianos como la virginidad, la maternidad divina, dando así inicio a las comunidades u órdenes marianas representadas tanto por hombres como por mujeres que permitieron que naciera una nueva advocación: Nuestra Señora del Carmen.

En Colombia, los transportadores la adoptaron como su patrona por la protección que se le atribuye en situaciones de peligro. Es tradicional en regiones como el Caribe ver procesiones de conductores por las vías y hasta de embarcaciones por el río Magdalena.

El día de la virgen se conserva como una tradición en la plaza del Quirigua y se celebra todos los años el día 30 de julio.

La celebración de la Virgen del Carmen consta de una eucaristía realizada en el

En la plaza del Quirigua se encuentra una imagen de la Virgen en donde los fieles pueden dar una ofrenda en las veladoras que se encuentran a los pies de ésta.



**Margaritas**

Las margaritas son otras de las flores más vendidas en la plaza, por sus colores llamativos y su bajo precio.

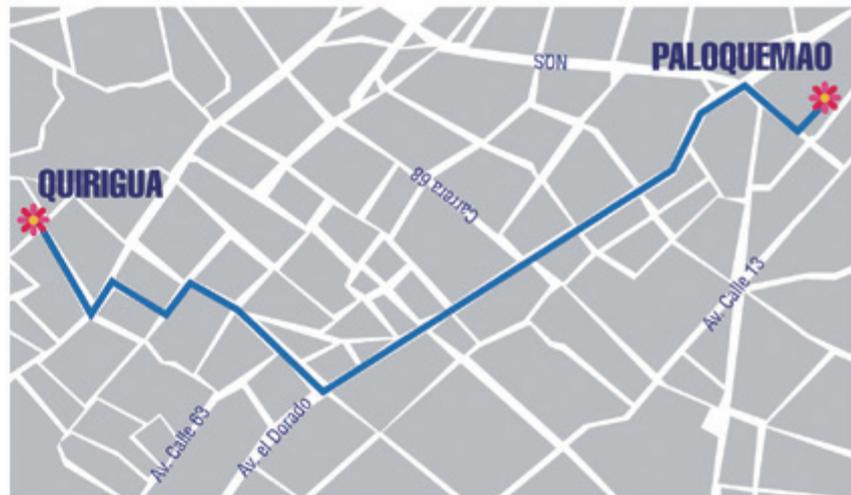


**Rosas**

Las rosas son una de las flores más utilizadas en los arreglos que se elaboran en las floristerías de la plaza.



**Mapa de ruta transporte de las flores**



y participan tanto comerciantes como visitantes de la plaza. Los conductores también celebran esta fiesta y hacen procesiones en honor a la Virgen.

Las flores que se comercian en la plaza del Quirigua vienen de la plaza de mercado de Paloquemao. Estas flores son traídas desde los cultivos de rosales y de la zona de la sabana de Cundinamarca.

Los comerciantes de flores la plaza colaboran anualmente con la decoración de la Virgen con arreglos florales.

Anualmente se realiza una celebración en la plaza en honor a la Virgen del Carmen, en donde se oficia una eucaristía que tiene lugar en el parqueadero de la plaza.



Los colores utilizados para estos arreglos son el blanco y el azul, ya que son representativos de esta advocación de la Virgen.

# Plaza de Mercado Trinidad Galán

“Variedades de productos naturales, medicinales y gastronómicos”.

La plaza Trinidad Galán cuenta con 145 locales funcionales, los cuales en su mayoría se caracterizan por la venta de productos naturales ya sean frutas, verduras, hierbas o tubérculos, entre otros.

Dentro de sus características principales encontramos el ingenio de los vendedores para cumplir con la satisfacción de sus clientes.

Los habitantes de la plaza conservan las tradiciones como pueden ser las misas de los domingos en la entrada de la plaza las decoraciones para las festividades entre otras actividades dentro de ella, para todas las edades y las personas que deseen participar en ellas. Es un espacio social.

1966



**Glorieta de la Virgen del Carmen**

Es el lugar donde originalmente estaban establecidos los vendedores de la plaza de mercado Trinidad Galán

1967



**Mercado Zapoteca**

Su importancia se debe al hecho de aparecer como la competencia principal de la plaza de mercado en una época crítica de ésta.

1968



**Hospital Trinidad Galán**

Al frente del hospital fueron ubicados por un breve tiempo los vendedores de la plaza de Mercado Trinidad Galán.

## Decorativas y Tradicionales

La flor de la mandrágora, cuentan los mitos, por la morfología de sus raíces, tiende a parecerse a unas piernas.

La paja, es empleada principalmente para fines decorativos y conmemorativos.

El chamizo se emplea de manera medicinal aprovechando que al quemarlo suelta un humo que al aspirar funciona de antiasmático,



## Medicinal

El extracto de manzanilla es utilizado con fines medicinales como lo son el cuidado para la piel, cicatrizante, entre otros.



**Piñas**

El cono o piña aparte de lo natural es importante en las épocas de navidad, pues es de los objetos que se utiliza para decoración con mayor demanda en estas fechas.



**Bananos**

Es de las frutas más populares del mercado. Es mezclada con manzana, fresas, entre otras, para la preparación de ensaladas.



**Manzanas**

Cuentan con una amplia variedad de manzanas provenientes de diferentes partes del país.



**Fresas**

A las fresas les dan un gran valor para la preparación de los jugos pues es de los ingredientes más importantes y vendidos para estos.

1969

1973



Antes y Después Plaza de Mercado Trinidad Galán

Llegaron al lote actual en donde se ubicaron a los vendedores de la futura Plaza de Mercado Trinidad Galán.

El EDIS construyó la edificación en la que se distribuyeron los vendedores y/o tiendas que se ven hoy en la plaza.



Productos esotéricos



Riego espiritual: Cuenta con poderes psíquicos para quien la emplee, su modo de empleo es el mismo que un perfume de baño.



Poderoso Riego: Cuenta con cualidades extraordinarias para el amor, la sabiduría, entre otros.



- █ Migración de los vendedores pioneros de la Plaza Trinidad
- █ Ubicación Mercado Zapatoca

Tradición

La esencia del núcleo familiar se evidencia tanto en su cálido trato hacia los clientes y a las personas de la misma sociedad, como con en tiendas heredadas conservando su generación.

En este lugar se evidencian actividades culturales íntegras y únicas de esta sociedad entre los habitantes del barrio Trinidad Galán. El intercambio cultural dentro de la plaza desde un principio, con la presencia de la cultura gitana años atrás, consecuente a esto fueron implementando aspectos medicinales y gastronómicos.

En la actualidad, en cuanto a la migración de personas del exterior y otros latinos, han obtenido conocimiento o aprecio por nuestra producción agrícola y natural.

Belleza

La sábila tiene propiedades, las cuales son funcionales, para concebir un cabello sedoso.



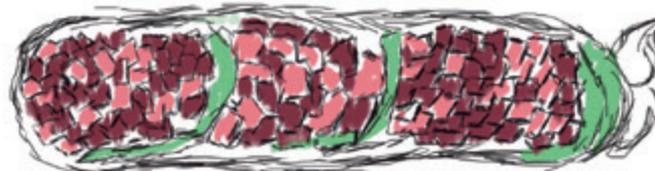
Tomate



Lechuga



Remolacha



Utilizando tanto vegetales como frutas realizan pequeños paquetes de ensalada, los cuales se venden a \$1.000.



# La “Perse” Sabores inolvidables

La plaza de la Perseverancia es característica por su historia, por sus festivales y por su tradición pero sobre todo por sus sabores, ya que en la cocina de la plaza se reúnen los sabores de las regiones de Colombia. Podemos encontrar sopas de todas las regiones y, por esto, los sabores son inolvidables y difíciles de cambiar.

El sancocho de pescado es el plato más relevante de la plaza La Perseverancia y el más apetecido por sus comensales ya que su sabor es incomparable y mantiene la esencia del sabor del mar.

Esta sopa hoy en día es líder en la plaza ya que existe una colonia de personas que vienen de la

Pacífica y definitivamente se han quedado con muchos de los comensales de la plaza.

La cocinera de la cocina prefiere siempre tener sus ingredientes a la mano ya que ella opina que con oregano y mucho cariño al trabajo se pueden lograr cosas interesantes.

El oregano que es utilizado en el sancocho de pescado es comprado en uno de los pocos locales de yerbas en la plaza. Este local pertenece a Doña María, una de las personas que lleva más tiempo en la plaza. Ella conoce muy bien el ámbito de la cocina y las hierbas.

# Doña María “La Yerbatera”

Doña María del Tránsito Guamanga Muñoz nació en el sur de Colombia, en Popayán es hija de Epolisiano Guamanga y Matilde Muñoz ellos la criaron toda su vida en el Huila ya que por motivos de la guerra fueron desplazados de su ciudad hacia el Huila para buscar un mejor futuro.

María desde joven trabaja en casa de familia haciendo varios trabajos como lo son el cuidado de los niños, el aseo y entre otras cosas.

A sus 16 años salió de su casa a buscar un empleo para los medicamentos de su hermano ya que él se encontraba muy enfermo, ella decidió salir a buscar trabajo en Pitalito donde duró 4 meses trabajando en un hotel pero por motivos personales se fue y prefirió buscar un mejor futuro en Neiva.

Después con el tiempo una señora la contrató y ella decidió sin pensarlo llegar a Bogotá en una casa de familia cuidando a un niño.

Doña María en ese tiempo trabajaba en la cocina hasta que un día la señora que trabajaba en el local de las hierbas quería vender el local de las yerbas a doña María le interesó y desde ese entonces ella se encuentra en el local de las yerbas de la plaza La Perseverancia.

Doña María comenta que la plaza siempre ha sido

un lugar muy próspero y como su nombre lo dice muy perseverante, se siente satisfecha de haber vivido tanto tiempo en la plaza ya que su vida gira en torno a esta.

Algo que la alegra siempre es el Festival de la Chicha ya que convive con todas las personas del barrio y encuentra mucha gente extranjera. Ella dice con emoción “siempre a este festival hay que llegar temprano si quiere tomar de la mejor chicha del país porque o sino después solo tomaras cunchos” ella prefiere la chicha la cerveza y dice que es una lástima que la tradición de la chicha se esté perdiendo.

Ella nos deja como reflexión es “No olviden estos lugares tan importantes de la ciudad ya que en él se trabaja y se vive con alegría, compañerismo y armonía, es la experiencia del verdadero conocimiento empírico y campesino”.



# ALAGIMA

Es la hija de una “cofundadora” de la Plaza de mercado Trinidad Galán pues su madre tenía un puesto en la glorieta de la Virgen del Carmen donde empezó el desarrollo de la Plaza de mercado Trinidad Galán. Allí se encontraba Alagima, con tan solo ocho años acompañando a su madre a vender los productos agrícolas con los que iniciaron. Vendían papas y verduras, pero a medida que trascendían y transcurría el tiempo se acoplaron más a la venta de hierbas y comenzaron a destacarse por sus plantas medicinales.

Consecuentemente, Alagima heredó el puesto de hierbas de su madre, que en la actualidad es de los más antiguos y con más historia dentro de la plaza.



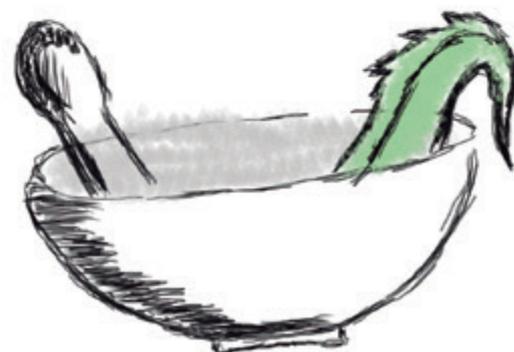
# LA SÁBILA



La sábila cuenta con una propiedad analgésica y antiinflamatoria, la cual es eficaz para combatir la tendinitis, el lumbago, los esguinces, las torceduras y los golpes entre otros.



Aplicando el gel localmente se puede evitar y favorecer la desaparición de las ampollas. Además se puede emplear su pulpa para la limpieza de heridas abiertas.



Combate las irritaciones cutáneas, además de tener un efecto cicatrizante muy efectivo para eliminar o difuminar cicatrices y otras marcas en la piel como, estrías. Dando un masaje en el cuero cabelludo con el aloe lo mantendremos sin caspa y sano.

## ELEMENTOS SENSORIALES

Asignatura: Fotografía publicitaria

Profesor: Juan Ochoa

La asignatura Fotografía publicitaria tuvo un papel específico en torno al proyecto Raíces que se desprende de las posibilidades que brinda la naturaleza de la fotografía. Es decir, la cámara sirvió a los estudiantes como una herramienta de uso consciente y crítico teniendo en cuenta factores propios de esta disciplina como la inmediatez, la relación con la realidad y sus implicaciones en la comunicación y la publicidad.

En este orden de ideas, el aporte de la asignatura se puede dividir en tres momentos: el primero cumplió una labor que no fue exclusiva para Fotografía publicitaria sino que sirvió a otras asignaturas y consistió en realizar un registro visual, a modo de bitácora fotográfica, que permitió a los estudiantes reconocer, apreciar y valorar las plazas de mercado tanto en el plano de sus dinámicas y funcionamiento como en el plano visual en lo referente a colores, arquitectura, formas, etcétera.

El segundo momento, consistió en la interpretación de esa especie de bitácora visual producida en primera instancia para alimentar los libros de reproducción. Estos documentos no son pensados para dar a conocer a la audiencia, pero son fundamentales al ser el inicio de cualquier producción fotográfica publicitaria.

En estos libros se hace una reflexión que ayuda a dar forma a la parte conceptual y técnica del proyecto. Se buscó que las fotografías fuesen concebidas teniendo consciencia sobre las implicaciones sociales de la imagen publicitaria. En este punto cabe resaltar que “Al enseñarnos un nuevo código visual, las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. Son una gramática y sobre todo, una ética de la visión”. (Sontag, 1997, p.13)

Por último, la producción de gran cantidad de las imágenes que se publican en este libro obedeció a la aplicación de los dos primeros momentos, por lo que se pretendió que la creación de estas fotografías estuviera sustentada en cimientos sólidos que respondieran formal y conceptualmente al contexto y necesidades específicas de las plazas de mercado.

Este capítulo de Raíces se resolvió agrupando las imágenes por colores y el elemento sensorial es un determinante. Esto responde a las reflexiones que se buscan generar alrededor de la fotografía. Volviendo a las características propias de esta disciplina, la cuestión de la representación de la realidad es tal vez una de las más discutidas. “Hay una suerte de consenso de principio que dice que el verdadero documento fotográfico ‘da cuenta fielmente del mundo’. Se le ha atribuido una credibilidad, un peso de real totalmente singular”. (Dubois, 2015 p.21)

En el caso concreto de las imágenes que verán a continuación, se buscó que los estudiantes hicieran una reflexión crítica sobre la relación de la realidad y la fotografía publicitaria. A esto responde el criterio que se usó para presentar y agrupar las imágenes, en donde la sinestesia juega un papel importante puesto que uno de los objetivos del último momento de la asignatura, fue la reinterpretación de las plazas de mercado y su aplicación a imágenes fotográficas en el marco de la publicidad. Se llegó a la conclusión de que un aporte importante de la fotografía publicitaria al proyecto Raíces se desprende de la posibilidad de acercar al espectador-usuario a los colores, sabores, olores y demás elementos sensoriales de las plazas de mercado.



Juan Ochoa

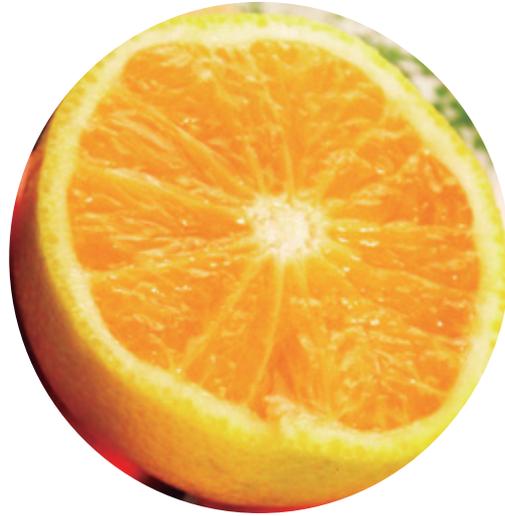
*Pregrado en diseño gráfico y tecnología en producción de imagen fotográfica. En el 2015 terminó una maestría de artes en fotografía con distinción, donde se unió a KMAP, grupo de fotógrafos con intereses en la fotografía artística.*

*Con KMAP participó en la creación del libro de arte Seven y ha participado en varias exposiciones fotográficas en Bogotá y Londres.*

*Se ha desempeñado como creador de imágenes para el campo artístico y comercial, especialmente en el sector editorial, moda y de creación de ambientes para restaurantes temáticos.*

**COLOR DE LA PLAZA**  
KENNEDY





# KENNEDY

Desde su fundación ha tenido cosas por hacer;  
La fuerza de voluntad y perseverancia,  
Que con el paso del tiempo la hicieron renacer  
Para que esta nunca volviera a caer.

Miles de sentimientos se ven reflejados en el lugar,  
Pues quienes allí se encuentran  
Son personas honradas y dispuestas a trabajar.

Siempre con sonrisas se alumbra el lugar,  
Las personas son amables y atentas  
Al momento de comprar Se siente la mística que nos brinda  
un hogar.

Diversos productos se pueden hallar  
Manzanas, peras, bananos  
Siempre de una enorme calidad  
Y lo mejor, el bolsillo se puede cuidar.

Los sabores que allí se encuentran  
Son únicos en la capital  
Desayuno, almuerzo y galguerías  
Exquisiteces que se deben probar.

Tradiciones y cultura  
Son lo que tenemos en las plazas de Bogotá  
Cuidar y protegerlas  
Son nuestra mayor prioridad.

**COLOR DE LA PLAZA**

KENNEDY





**COLOR DE LA PLAZA**

KENNEDY



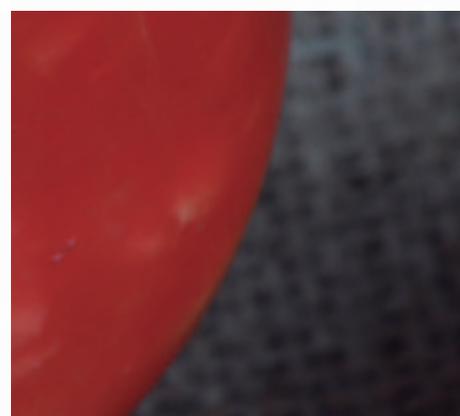
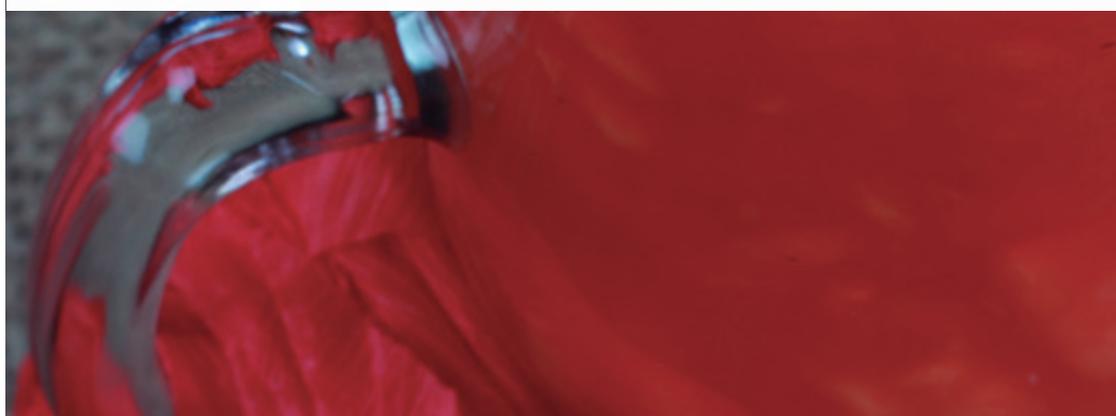


**COLOR DE LA PLAZA**

KENNEDY







## Rojos

Frutas color rojo producen sensación y pasión tonalidades únicas que resaltan entre los demás colores regala una fruta pintoresca que demuestre tu esencia; el mejor de los regalos siempre resultará llamativo.



## RESTREPO

Al entrar en este barrio de la capital se siente el frío de la delincuencia y a lo lejos el ruido de la música de las fiestas a las que personas de todas las clases asisten. Pero dentro de esta zona llena de delincuencia y vandalismo, oculto entre las grandes avenidas y los estrechos callejones se encuentra un lugar que es diferente a todo lo que lo rodea, un lugar cálido y con buenas personas, que cuando les ves a los ojos irradian amabilidad y felicidad haciéndote sentir acogido en este bello lugar. Al caminar por sus extensos pasillos se puede ver variedad de colores y olores que impregnan el aire haciéndote sentir tranquilidad al respirarlo. La mejor manera para olvidar los problemas que nos rodean es degustar una deliciosa mezcla de frutas

traídas de todos los rincones de nuestro país, preparadas por humildes personas, honestas y trabajadoras que se esfuerzan día a día para llenar de felicidad el paladar de sus clientes. Pero dentro de todo lo bueno que tiene este lugar, en una esquina, apartados, se encuentran pasillos llenos de sufrimiento que nos hacen sentir tristeza e impotencia al caminar por ellos se escuchan criaturas llenas de temor y angustia que buscan con desespero que alguna persona los saque de aquel infierno de jaulas y malos olores a los que están condenados todos los días, con personas viéndolos como mercancía y atracciones para atraer al público, creyéndose dueños de la vida de aquellas pequeñas e inocentes criaturas que luchan por sobrevivir en su cautiverio.

# COLOR DE LA PLAZA

RESTREPO





# COLOR DE LA PLAZA

RESTREPO



# TRADICIÓN



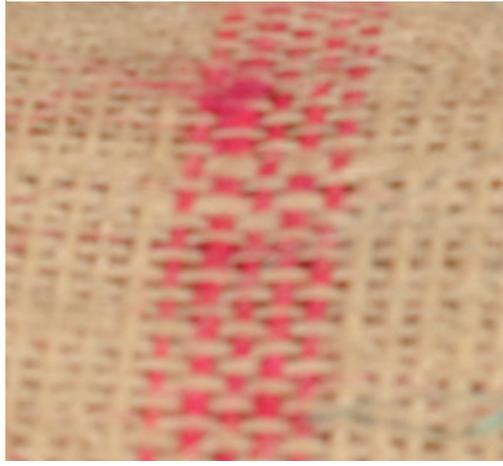
# COLOR DE LA PLAZA

RESTREPO





**COLOR DE LA PLAZA**  
QUIRIGUA





# QUIRIGUA

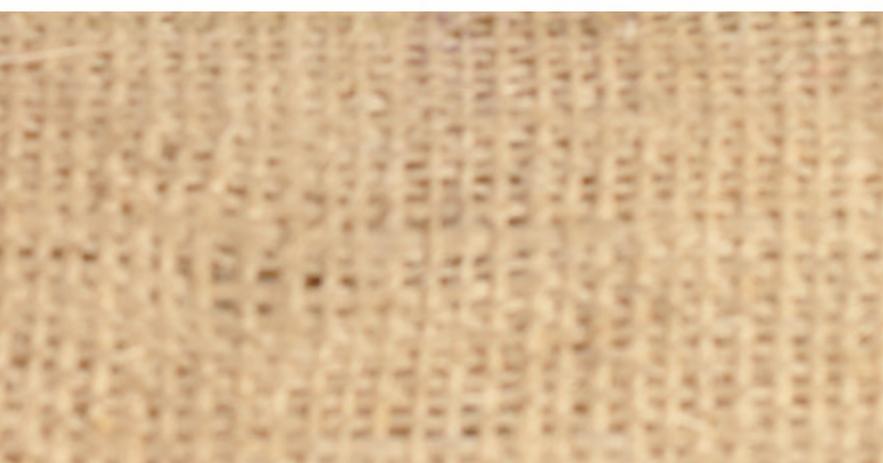
Bella plaza Quirigua de larga tradición,  
donde se funden juntos movimiento y color  
con aromas de frutas y capullos en flor,  
y las hierbas del bosque que incitan al amor.

Cálido entorno humano con flujo permanente,  
de alegría campesina luchadora y honesta,  
que ofrece a los marchantes pintados con amor  
los frutos de la tierra y su esfuerzo creador.

Qué motivante y bello compartir con sus gentes,  
empaparse de pueblo y poder comprender  
que en esa hermosa danza que se llama la vida  
percibimos costumbres de un pasado ancestral.

Bello caleidoscopio donde danzan alegres  
los sabores de antaño, texturas y color  
juntos con los aromas de una tierra feliz.

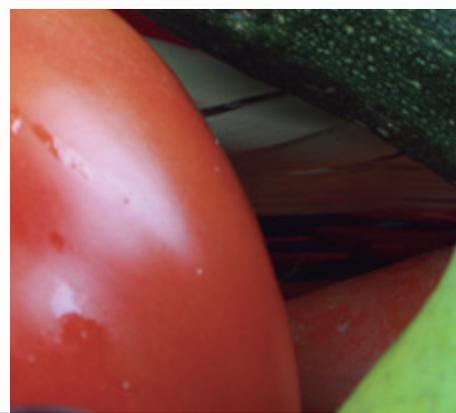
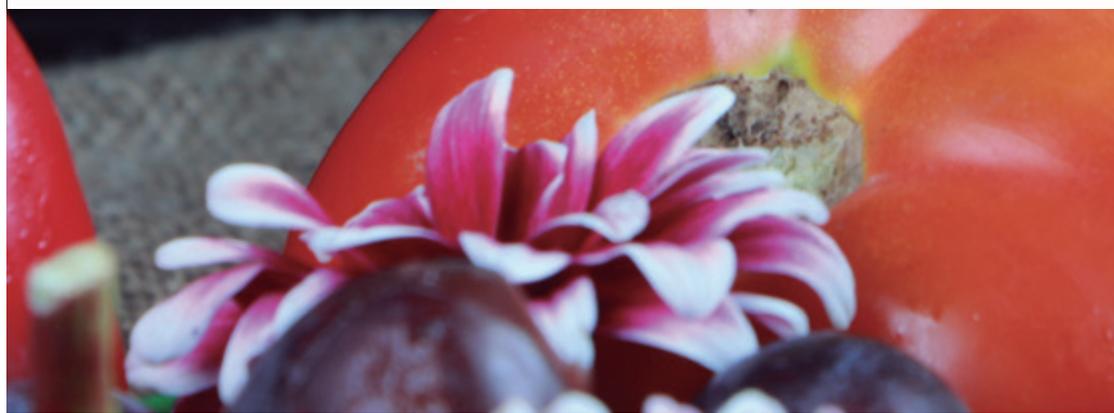
Kinestésico viaje que embruja los sentidos,  
que nos seduce siempre con total frenesí,  
es lo que tu produces, ¡bella plaza Quirigua!  
cálida, acogedora, como amable y gentil.



**COLOR DE LA PLAZA**  
QUITRIGUA







## VERDES

Las frutas verdes son el color que alude a la naturaleza, producen vigor y neutralidad. Cada fruta puede evocar una historia que probablemente sea agradable, aquellas que vienen de donde se divisan las montañas de las afueras de esta inmensa ciudad.

Son producto de un esfuerzo de cuidado y cultivo que solo algunos saben brindarle, normalmente la primavera es verde puesto que prosperan las mejores cosechas, aquellas que brindan frutos saludables que nos llenan momentos de armonía y buena suerte.



## 20 DE JULIO

En medio de el amanecer se encuentra entre las montañas un lugar con olores peculiares que producen exquisitas sensaciones.

Entre toda la diversidad de comida se hallan sabores exquisitos que muy poca gente conoce. Después de observar un lugar tan inmenso mi mente empieza a analizar lo maravilloso que sería que todas las personas conocieran este hermoso sitio y disfrutaran de la deliciosa comida.

Una viejita se siente alegre de comprar los mejores productos frescos recién traídos del campo. Las familias se reúnen y los padres llevan de la mano a sus hijos pequeños quienes se antojan de comer muchas frutas

y algunas ensaladas de frutas. El ambiente posee una gran diversidad de personas de diferentes partes del país, se oyen sus dichos o refranes que aluden a su esencia, de esta manera recordamos que nuestro país tiene riqueza en alimentos y en cultura.

Las personas organizan sus productos por tamaños y colores, se empieza a ver cómo la tonalidad varía por ejemplo en las manzanas se empieza por las más oscuras u opacas hasta llegar al rojo intenso que produce deseo.

Después le seguí la tonalidad de las verdes recordando ese olor a campo y a naturaleza.

# COLOR DE LA PLAZA

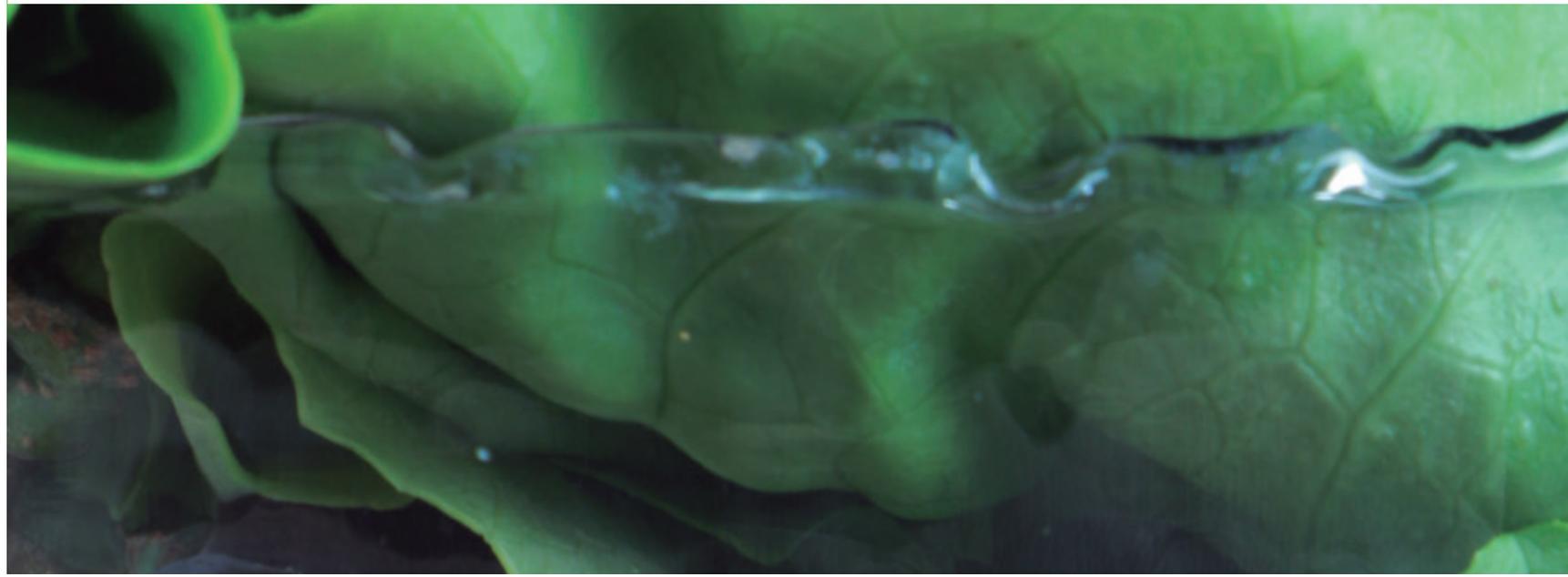
20 DE JULIO





**COLOR DE LA PLAZA**

20 DE JULIO



# CULTURA



# COLOR DE LA PLAZA

20 DE JULIO





**COLOR DE LA PLAZA**

20 DE JULIO





AROMA DE LA PLAZA  
CAFÉ





AROMA DE LA PLAZA  
CAFÉ





## Cafecito

Acompañado por un delicioso caldo de costilla y huevos revueltos, el café no pierde protagonismo, aroma que conquista muchos y sabor que domina a otros.

La típica frase “Oscuro o claro”, dilema para unos y respuesta concreta para otros.

La espuma que adorna el pocillo o bien el café oscuro sin ningún defecto, la presentación varía.

AROMA DE LA PLAZA  
CAFÉ





## RED CULTURAL

Asignatura: Diseño web

Profesor: Yubar Portilla

La expansión de Internet y el uso de las nuevas tecnologías ha generado la necesidad en el mercado de diseñar sitios web para tener presencia e impacto en este medio tan importante. Esto ha despertado el interés por parte de los diseñadores gráficos por adquirir las bases fundamentales para obtener la formación como diseñadores web, para crear o diseñar sitios web aplicando las nuevas tendencias gráficas en maquetación; desarrollo con lenguajes estándar para garantizar el éxito del sitio web.

Con la asignatura de Fundamentos del diseño web el estudiante reconoce, apropia y practica técnicas digitales para creación de contenidos para internet utilizando los últimos estándares. Mediante la producción de un Sitio web totalmente funcional reconoce los conceptos asociados al diseño web y los procesos que involucra la realización de un proyecto de esta índole. Para el proceso del desarrollo de los sitios web de las plazas de mercado los estudiantes realizaron las etapas de análisis, planificación, contenido, diseño, programación y testeó.

Los grupos se conformaron de tres a cuatro estudiantes por plaza de mercado dónde realizaron visitas para el desarrollo de los sitios web. En la primera parte los estudiantes realizaron unas preguntas que permitían aclarar y definir de manera básica las expectativas existentes relacionadas con el sitio web a realizar y la interacción que se va a generar. Luego se definieron los objetivos, la selección de usuarios y expectativas de usuario y de los encargados de la plaza. En esta fase se buscaba toda la información para establecer los criterios de diseño de contenidos, lenguajes y estética entre otros.

Cada rol para los miembros del equipo se dividió teniendo en cuenta su experiencia y gusto personal luego realizaron el benchmarking en el que detallaron observaron y evaluar sitio web de plazas de mercado y afines con la finalidad de diseñar una forma que permita crear un producto de alta calidad, productividad y competitividad.

Se revisaron los tipos de navegación del sitio para permitir una visualización de todos los contenidos de una manera fácil y clara luego generaron los contenidos para que la información a plasmar supla las necesidades e intereses de los usuarios. Se realizó el diseño basado en los principios de usabilidad y navegabilidad estándares realizando una estructura comunicacional diseñada teniendo en cuenta los objetivos iniciales y condicionado para satisfacer las necesidades e inquietudes de los usuarios.

Para la finalización del proyecto se revisaron las herramientas web teniendo en cuenta los lenguajes de programación y el testeó para asegurar el perfecto funcionamiento del sitio web con los usuarios que utilicen el sitio.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) son cada día más utilizadas para brindar una ayuda a las plazas de mercado, ya que han conseguido significativos beneficios. El llegar a una mayor cantidad de clientes, mejorar la comunicación y brindar un servicio de mejor calidad.

El acompañamiento y trabajo con las plazas de mercado nos demostraron que las nuevas tecnologías han logrado que los usuarios de las plazas y productores puedan interactuar de una manera rápida y en tiempo real para conocer los productos e intercambiar experiencias por lo que aportan un valor añadido.



Yubar Portilla

*Diseñador gráfico de la Universidad del Cauca, investigador, docente, consultor, desarrollador web, emprendedor, con dominio y experiencia en las áreas de ilustración, identidad corporativa, editorial, fotografía, infografía, amplios conocimientos en sistemas web, multimedia, marketing de medios sociales, search engine optimizer (SEO), posicionamiento web estratégico, experto en usabilidad, diseño de interacción, tendencias y herramientas web 2.0.*

*Especialista en didáctica para la docencia virtual de la Fundación Universitaria Área Andina y magister en diseño en experiencia de usuario de la Universidad Internacional de la Rioja.*

# Plaza 12 de Octubre

Esta plaza es famosa por la variedad en pescados y lácteos y la fritanga de doña Segunda. Tiene un puesto de lectura, en el que se realizan actividades lúdicas y talleres de lectura para los niños de los visitantes. Atraídos por la lechona, a esta plaza confluyen personajes de la vida política de nuestro país y extranjeros que desean probar este producto



Nombre: Plaza 12 de Octubre

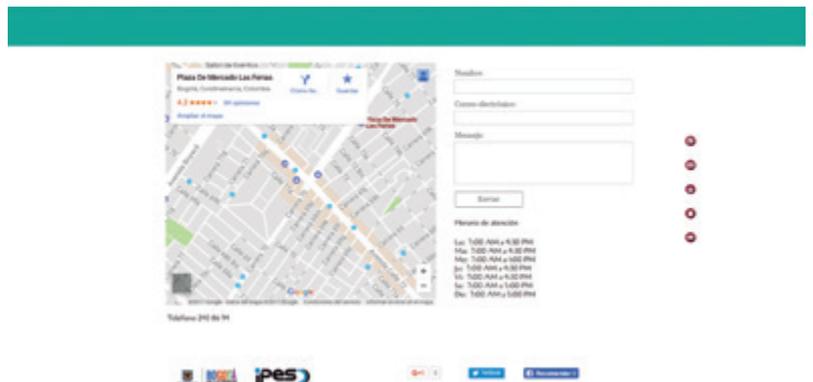
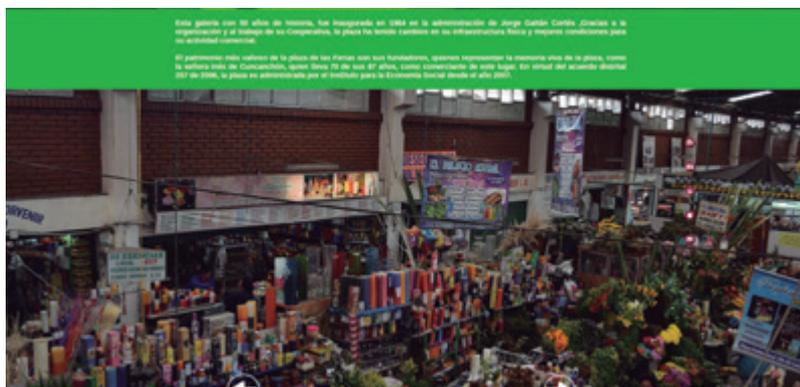
Año: 2016

Equipo: Daniela Núñez López, Valentina Otálvaro Cosma, Cristian Camilo López Carreño, Andrea Vanegas Buitrago

Herramientas: Adobe Muse, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, HTML5 y CSS3.

# Plaza Las Ferias

El patrimonio más valioso de la plaza de las Ferias son sus fundadores, quienes representan la memoria viva de la plaza, como la señora Inés de Cuncanchón, quien lleva 70 de sus 87 años como comerciante de este lugar. En virtud del Acuerdo Distrital 257 de 2006, la plaza es administrada por el Instituto para la Economía Social desde el año 2007



Nombre: Plaza Las Ferias

Año: 2016

Equipo: Yeisson Vargas y Carlos Fernando Puente

Herramientas: Adobe Muse, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, HTML5 y CSS3.

# Plaza 7 de Agosto

A finales de los años cincuenta la plaza funcionaba en una rotonda central donde se vendían granos, frutas, verduras y lichi en un terreno donado por la familia del señor Nemesio Camacho, quien también había facilitado el predio donde hoy funciona el estadio El Campín.



Nombre: Plaza 7 de Agosto

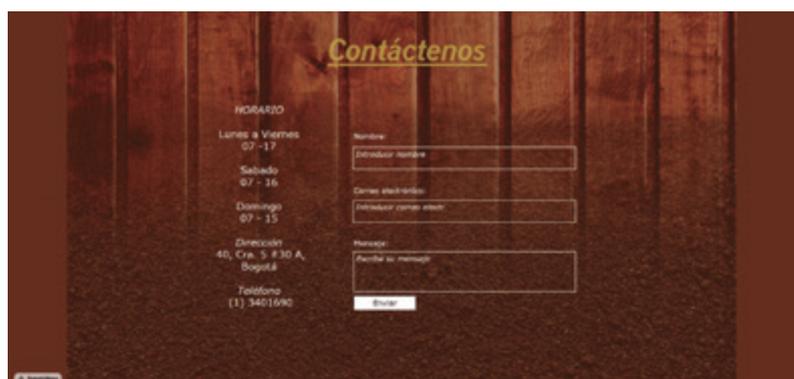
Año: 2016

Equipo: Diego Felipe Roa Garzón, Diana Paola Román Torralvo, Juliana Trujillo Baquero y Angie Paola Villamil Cuellar

HHerramientas: Adobe Muse, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, HTML5 y CSS3.

# Plaza La Perseverancia

Casas altas y coloridas con puertas en madera, es lo que aún se observa en el terreno que algún día vendió la familia Vega a Leo Koop, dueño de la Cervecería Bavaria en 10 mil pesos por la época de 1.889. Allí lentamente se fue formando una comunidad de campesinos provenientes de pueblos aledaños que venían a vender sus cultivos y animales, lo que propició que se fuera formando un mercado que poco a poco cogió fuerza para convertirse en lo que hoy es la plaza de mercado La Perseverancia.

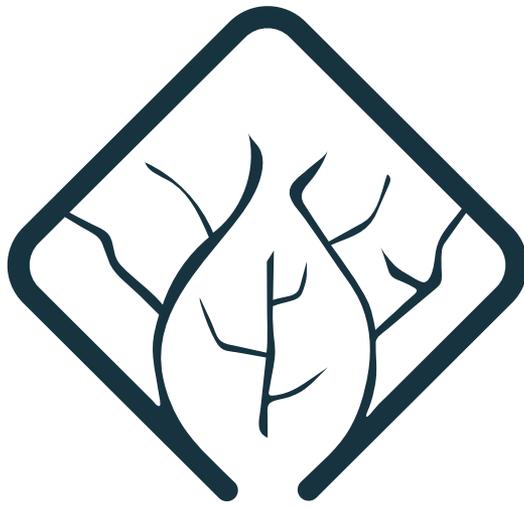


Nombre: Plaza La Perseverancia

Año: 2016

Equipo: Claudia Chaparro, Maria Sierra, Angie Marín, Santiago Méndez

Herramientas: Adobe Muse, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, HTML5 y CSS3.



---

**RAÍCES**

---

plazas, tradición y cultura

# BIBLIOGRAFÍA

Aicher, Otl. Sistemas de Signos en la Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili.

Bounford, Trevor. Diagramas digitales, cómo diseñar y presentar información gráfica. Edit. GG, 2001

Burke, Michael. Infográfica. Ed. GG, Barcelona.

Costa, Joan. Señalética.

Costa, Joan. La esquemática, Barcelona. Paidós.

Cairo, Alberto. Infografía 2.0.

Elam, Kimberly. Sistemas Reticulares. Ed. Gustavo Gili.

Frutiger, Adrian. Signos, Símbolos, Marcas y Señales. Ed. Gustavo Gili.

Lynch, Kevin. La Imagen de la Ciudad. Ed. Gustavo Gili.

Lucienne, Roberts. Reticulas. Soluciones Creativas para un Diseñador. Ed. G. Gili.

Mijksenaar, Paul (2001). Diseño de la información. Ed. GG.

Valero, José L. (2001). La Infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos. Barcelona: Aldea Global.

Wildbur, Peter. Infográfica. Ed. Gustavo Gili.

Wurman, Richard S. (2001). Angustia informativa. 1ª Edición, Buenos Aires; Pearson Education.

Atlas subjetivo de Colombia, editado por Hugo Herrera Tobón, Moniek Driesse, Annelys de Vet., Bogotá D.C Semana Libros, 2015.

Las plazas tiene quién las quiera: en el camino de la recuperación de las plazas de mercado de Bogotá, la “Plaza de las Yervas”, y las cocinas de la plaza de La Perseverancia. Bogotá. Instituto para la Economía Social. IPES, 2014.

Mercados vivos, diversidad agrícola y cocinas tradicionales / Antonio Lobo-Guerrero Herrera, Carlos Humberto Illera Montoya, Enrique Sánchez Gutiérrez, Bogotá, MNR Comunicaciones & Ediciones, Ministerio de Cultura, Ministerio de Agricultura, 2015.

## CIBERGRAFÍA

<http://www.malofiejgraphics.com>

<http://www.joancosta.com/>

<http://portalcomunicacio.org>

[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio\\_informacion.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio_informacion.htm)

<http://disenodeinformacion.blogspot.com/>

Revista Entretextos: <http://www.ugr.es/~mcaceres/entretextos/notas/cardenas.html>

<http://www.germanmarino.com/phocadownloadpap/ETNOGRAFA%20DE%20PLAZAS%20DE%20MERCADO%20DE%20BOGOT.pdf>

<http://refugeerepublic.submarinechannel.com/>

<https://es.scribd.com/doc/6334231/Practicas-de-comunicacion-en-la-cultura-popular-mercados-plazas-cementerios-y-espacios-de-ocio>

<http://patrimonioculturalyterritorio.blogspot.com.co/2013/04/practicas-decomunicacion-en-la-cultura.html>



HUMEDAL TIBABUYES  
Jardín Botánico Bogotá

PISE 4 / 2015 I - Areandina  
Fotografía: Prof. Archivo Pise4







RAÍCES

# FACULTAD DE DISEÑO, COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES



**RAÍCES**

plazas, tradición y cultura



PROYECTO RAÍCES  
Plazas de Mercado Bogotá

PISE 4 / 2016 II - Areandina  
Fotografía: Archivo Pise4





**RAICES**  
planes, tradición y cultura  
TEN UN ENCUENTRO CON  
TUS RAICES

**RAICES**

planes, tradición y cultura  
TEN UN ENCUENTRO CON  
TUS RAICES



## AGRADECIMIENTOS

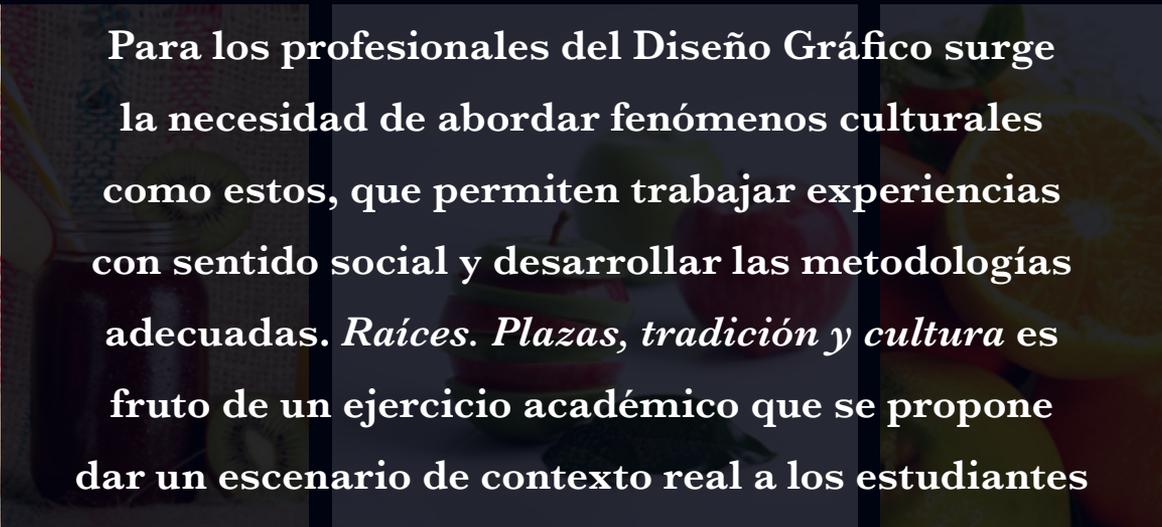
Agradecemos especialmente a nuestros estudiantes quienes fueron realmente los realizadores de las distintas producciones de diseño y se interesaron por dar lo mejor para este proyecto.

David Fernando Aros Palacio  
Juan David Bohórquez Zamora  
Carlos Andrés Buitrago Quevedo  
Daniela Camargo González  
Liz Tatiana Castilla Noriega  
Claudia L. Chaparro González  
Karla Liliana Coral Cortes  
Deimer Andrés Duarte Quiroga  
Oscar Germán Duque González  
Luis Álvaro González Marín  
Luisa F. González Ramírez  
Erika Julieth Herazo Rodríguez  
Cristian Camilo López Carreño  
María Camila López Castañeda  
Angie Karinna Marín Villamil  
Heidy K. Martínez Alarcón  
Bebsy Daniela Martínez González  
Rafael Santiago Méndez Gómez  
Mario F. Mendigaña Quintero  
Daniela Núñez López  
Edilson Esteban Pardo Zambrano  
Daniel Felipe Pava Piñeros  
Mateo Steven Peña Guana  
Lizeth Camila Pinto López  
Brandon Esteban Pulido La Rotta  
María Elena Quintana Villamil  
Diego Felipe Roa Garzón  
David A. Rodríguez Moscoso  
Diana Paola Román Torralvo  
María Fernanda Sierra Antonio  
Juliana Trujillo Baquero  
Andrea Vanegas Buitrago  
Germán Esteban Velosa Torres  
Angie Paola Villamil Cuellar  
Vanessa Zea López

Esta obra se terminó de editar en el mes de marzo de 2017  
Tipografía Baskerville 12 pt, Helvetica 40pt  
sobre papel 115 gramos  
Bogotá D.C, Colombia.

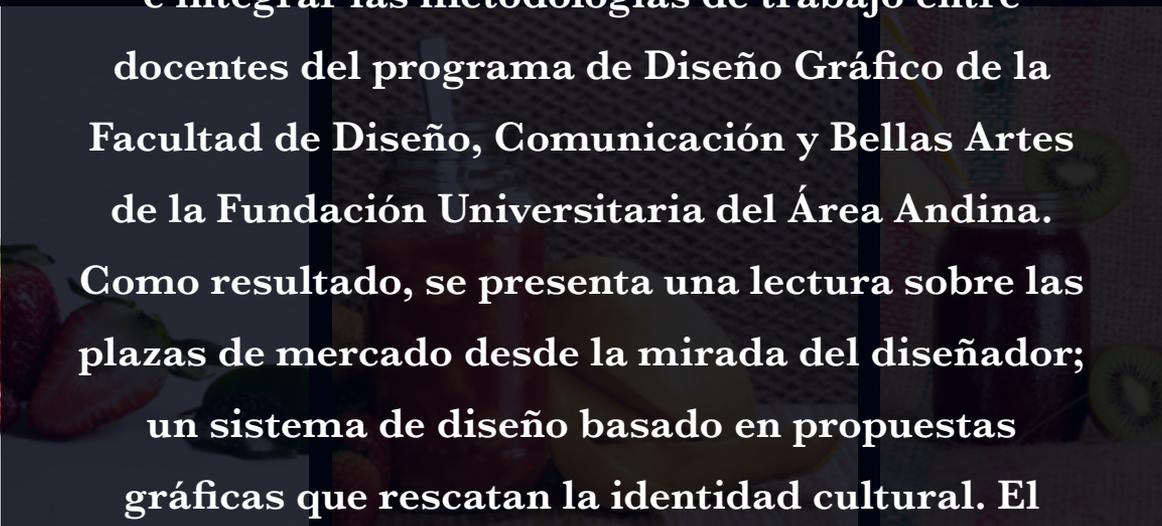


Las plazas de mercado son centros de acopio de alimentos incrustados en las cuadrículas de la ciudad, que encierran la tradición y la memoria, y reflejan el ritmo de la sociedad.



Para los profesionales del Diseño Gráfico surge la necesidad de abordar fenómenos culturales como estos, que permiten trabajar experiencias con sentido social y desarrollar las metodologías adecuadas. *Raíces. Plazas, tradición y cultura* es fruto de un ejercicio académico que se propone dar un escenario de contexto real a los estudiantes

e integrar las metodologías de trabajo entre



docentes del programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes de la Fundación Universitaria del Área Andina. Como resultado, se presenta una lectura sobre las plazas de mercado desde la mirada del diseñador; un sistema de diseño basado en propuestas gráficas que rescatan la identidad cultural. El

libro desarrolla también propuestas visuales

para la interacción del usuario en el espacio de la

plaza, teniendo en cuenta las necesidades

de orientación gráfica.

