



**CHAGRA Y CANEY**

**PROPUESTA DE ESCENARIO DE REFLEXIÓN Y PEREGRINACIÓN CULTURAL,**

**A TRAVÉS DEL USO DE LAS PLANTAS SAGRADAS EN**

**LA PLAZA DE MERCADO LA PERSEVERANCIA**

**Nathalia Andrea Rojas Castañeda**

Código 10461616806

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Diseño Industrial

Facultad de Artes

Bogotá, Colombia

2020

**CHAGRA Y CANEY**

**PROPUESTA DE ESCENARIO DE REFLEXIÓN Y PEREGRINACIÓN CULTURAL,  
A TRAVÉS DEL USO DE LAS PLANTAS SAGRADAS EN  
LA PLAZA DE MERCADO LA PERSEVERANCIA**

**Nathalia Andrea Rojas Castañeda**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

**Diseñadora Industrial**

Director (a):

(MSC.) Ricardo Falchi

Línea de Investigación:

Proyecto diseño industrial

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Diseño Industrial

Facultad de Artes

Bogotá, Colombia

2020

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

El trabajo de grado titulado

**CHAGRA Y CANEY,**

Cumple con los requisitos para optar

Al título de DISEÑADORA INDUSTRIAL



---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado

Bogotá, 27 de noviembre del 2020.

## **TABLA DE CONTENIDO**

1.	RESUMEN	5
2.	METODO GENERAL	8
2.1.	Justificación,	8
2.2.	Objetivos	9
2.2.1.	Objetivo General	9
2.2.2.	Objetivos Específicos	9
2.3.	Marco Teórico	10
3.	DESARROLLO	13
3.1.	Capítulo del desarrollo coherente al Objetivo 1	13
3.2.	Capítulo del desarrollo coherente al Objetivo 2	17
3.3.	Capítulo del desarrollo coherente al Objetivo 3	23
4.	CONCLUSIONES	28

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	7
Figura 2.	12
Figura 3.	14
Figura 4. ....	15
Figura 5. ....	16
Figura 6. ....	17
Figura 7. ....	18
Figura 8. ....	19
Figura 9. ....	20
Figura 10. ....	21
Figura 11. ....	21
Figura 12. ....	22
Figura 13. ....	23
Figura 14. ....	23
Figura 15. ....	23
Figura 16. ....	24
Figura 17. ....	24
Figura 18. ....	24

Figura 19 .....	25
Figura 20 .....	26
Figura 21 .....	26
Figura 22 .....	27
Figura 23 .....	27
Figura 24 .....	28
Figura 25 .....	28
Figura 26 .....	29
Figura 27 .....	29
Figura 28 .....	30
Figura 29 .....	31

### **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1.	7
Tabla 2.	7
Tabla 3.	7

## 1. RESUMEN

Las formas de pensar se han dado desde una imposición de conocimientos hegemónicos, sistemáticos y lineales, prueba de esto, son los estudios realizados por el antropólogo Colombiano Arturo Escobar, quien afirma que el concepto de desarrollo no ha sido más que un proceso de acumulación de capital y de progreso técnico y es un proyecto económico, capitalista, imperial y cultural que “surge de la experiencia particular de la modernidad europea y subordina a las demás culturas y conocimientos” (Escobar, 2013). Esta descripción de “desarrollo” podría relacionarse con las prácticas tradicionales del diseño industrial basadas en modelos de consumo, masificación y canje monetario.

Este proyecto surge por la necesidad de encontrar maneras de hacer diseño con interés en problemáticas culturales, haciendo uso de esquemas metodológicos que den cuenta de cómo se puede involucrar la profesión desde lo social, vinculando prácticas ancestrales a partir del uso de plantas sagradas, para el desarrollo de un sistema de experiencias en las plazas de mercado, con el fin de retomar y fortalecer esos saberes propios de la identidad cultural indígena en el contexto establecido.

## **1.1 Planteamiento del problema**

En Colombia las bases culturales se han ido construyendo bajo un principio de otredad<sup>1</sup>, la aculturación social y los múltiples conocimientos sincréticos han ocasionado el olvido de prácticas y saberes tradicionales y su reemplazo por conocimientos externos impuestos por medio de abusos contra la cultura indígena.

Las prácticas hegemónicas que quedaron como resultado de la violencia contra la cultura, han sido transmitidas por las diferentes instituciones que ejercen un poder en la sociedad, un claro ejemplo de esto es la imposición y la enseñanza de la lengua española por encima de una lengua nativa, o, la alteridad religiosa basada en el catolicismo. Para Gloria barrera desde un enfoque académico, Las instituciones han contribuido en la exclusión de otras posibilidades para pensar y hacer el diseño no orientado a las dinámicas de la sociedad de consumo que favorecen una globalización Neoliberal. Así, prima aquello que es medible, comprobable y proyectable, por encima de otras preocupaciones o intereses. (Barrera Jurado, 2018)

Es pertinente pensar cómo se puede replantear la forma en la que se ha venido dando el diseño, para concebir proyectos que más allá de involucrar a las personas en términos de co creación, piensen de una forma más crítica y consciente el desarrollo de esquemas metodológicos que se alejen de las prácticas tradicionales, como la tangibilidad o “necesidad” de un producto y vinculen dinámicas de comunicación digital, que logren expandir la tradición oral, integrándola a la contemporaneidad, contribuyendo al acercamiento y acogimiento de una autonomía cultural y

---

<sup>1</sup> La otredad es no percibir al otro como igual, sino como alguien diferente, que no forma parte de la comunidad

el refuerzo de un sentido de identidad, priorizando intereses como la integración social, el respeto y el bienestar de la comunidad, por medio de actividades que fomenten el desarrollo local.

## 1.2 Formulación pregunta problema

¿De qué manera el diseño puede ser una herramienta para transmitir prácticas y saberes indígenas desde un modelo de comunicación transmedia relacionando el uso de plantas sagradas para contribuir al desarrollo de identidad social dentro de la plaza de mercado La Perseverancia en Bogotá?



## 1.3 Metodología

## **1.4 Principales Resultados**

El desarrollo de una experiencia, donde se hace uso de medios de comunicación transmedia y se ejecuta un trabajo de co creación entre hacedores tradicionales y comensales usando plantas sagradas como Yuca, Maíz, Ají, Mambe y Ambil, para que los hacedores se apropien del espacio mientras relatan su tradición oral y experiencias al público. El resultado final es un escenario de peregrinación ancestral, reflexión e inclusión, donde prima el respeto por lo propio y un compilado de anécdotas en forma digital que puede ser reproducido de manera remota, para que los bogotanos conozcan más acerca de las experiencias ancestrales que se viven dentro de la plaza mercado La Perseverancia.

## **2. METODO GENERAL**

### **2.1. Justificación**

#### **2.1.1 Justificación social e institucional**

El gobierno ha implementado políticas que contribuyen al crecimiento del sector turístico (Recorre Colombia, 2019) quizá, la razón por la cual las personas visitan espacios como la plaza de mercado La Perseverancia, es porque esperan encontrar ahí dentro experiencias que los conecten con la identidad cultural, desde lo gastronómico y lo tradicional. Este tipo de proyectos podrían cambiar el enfoque de lo que es actualmente el turismo gastronómico en Bogotá y promover un desarrollo local

#### **2.1.2 Justificación personal y profesional**

Generar soluciones sistémicas, a partir del concepto de identidad, priorizando otro tipo de incentivos que lejos de pertenecer a un consenso universal promueve la innovación en

términos de producto y servicio dentro de actividades locales para el desarrollo de la comunidad rompe el paradigma profesional relacionado a la masificación y consumo, enriqueciendo experiencias desde la naturaleza del ser. En lo personal el diseño tiene un compromiso social que tiene como fin construir un mejor futuro desde la integración social y la autonomía cultural, estando en armonía con lo natural, reconectándose con la tradición y modificando la conducta humana bajo valores y enseñanzas desde el alma, esa es la labor más noble de la profesión.

## 2.2. Objetivos

2.2.1. **Objetivo General:** Diseñar escenarios de reflexión y conocimiento a partir de la creación de servicios que integran experiencias culturales enfocadas al uso de las plantas en la cultura indígena, generando espacios de peregrinación donde se promueva la tradición oral como instrumento de resistencia y reflexión para fomentar el aprendizaje y la apropiación cultural dentro de la plaza de mercado la Perseverancia en Bogotá

### 2.2.2. **Objetivos Específicos:**

- i. Incluir narrativas transmedia dentro de la experiencia para generar diferentes canales de comunicación que aumenten la cobertura y recepción de conocimientos adquiridos en la experiencia dentro de la plaza de mercado
- ii. Desarrollar espacios donde los comensales que visitan la plaza de mercado recreen la labor de los hacedores indígenas por medio de artefactos que enriquezcan la experiencia de creación y conocimiento por medio de trabajo

colectivo para la reconstrucción de la memoria social mientras se generan en paralelo narrativas transmedia.

- iii. Promover el trueque como dinámica principal de la experiencia, con la intención de transformar la transmisión de conocimientos de plantas sagradas en una actividad de intercambio

### **2.3. Marco Teórico: investigado**

El hombre se ha apoyado en la naturaleza para sobrevivir, como resultado surge una relación entre el ser humano y el universo vegetal, lo que ha contribuido en la construcción de saberes curativos, protectores y sanadores los cuales han persistido en el tiempo. En la época precolombina era común la creación de mejunjes<sup>2</sup> a partir de plantas sagradas para la realización de rituales<sup>3</sup> con fines curativos hechos por chamanes; considerados sabios por la misma comunidad indígena ya que brindan protección y seguridad para su territorio<sup>4</sup>.

La medicina tradicional, es la suma total de conocimientos, técnicas y procedimientos basados en las teorías, creencias y experiencia indígenas, para el mantenimiento de la salud, (Organización Panamericana de la Salud, 2002) sin embargo la sociedad se ha encargado de tergiversar las creencias culturales para ofrecer diferentes servicios recreativos que no son

---

<sup>2</sup> Mezcolanza de ingredientes varios para componer un medicamento o un potingue cosmético.

<sup>3</sup> Los rituales son celebraciones que recrean un mito, promoviendo una especie de retorno a ese tiempo de no diferenciación general en el que las divinidades, hombres, animales y plantas se comunicaban entre sí y producían su existencia por medio de esta interacción

<sup>4</sup> El Chamán de una tribu indígena es el “sabio”, es quien tiene la facultad de poder comunicarse con los espíritus de la naturaleza y de saber las bondades que posee.

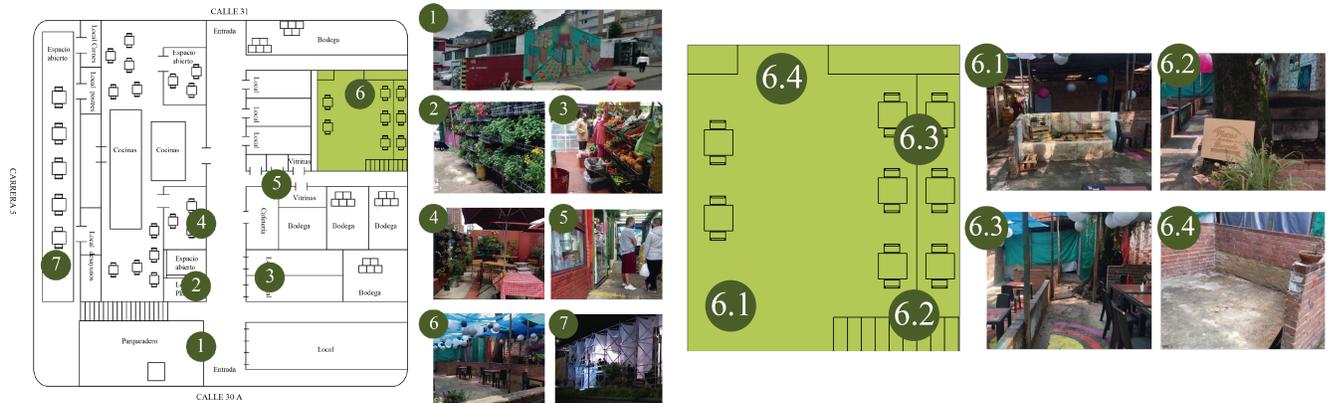
propios de la cultura ancestral, para sacar provecho lucrativo desde la individualidad, este fenómeno se ha venido dando desde la llegada de los españoles al territorio americano. conviene mencionar los fenómenos históricos visto desde dos ópticas comparativas; el imaginario europeo y la tradición indígena.

El objetivo de la cultura española era industrializar las acciones naturales por medio de procesos e inventos que permitían la masificación de piezas y la uniformidad en la forma de hacer productos. Formalmente hablando los objetos españoles poseían un lenguaje conceptual definido por las corrientes artísticas de la época, quizá por eso el español consideraba la cultura material indígena burda y de mal gusto, sin embargo, encontraron una oportunidad de apropiar prácticas amazónicas dentro de sus principios estéticos y formales.

El diseño industrial entendido como profesión que responde a una necesidad puntual por medio de un desarrollo objetual serial, puede llegar a descuidar el valor del objeto que hace parte de la cultura material siguiendo un esquema de pensamiento hegemónico impuesto.

El diseñador debería ser quien se preocupe por lo social, fomentando estrategias que propicien escenarios de inclusión y respeto hacia la cultura, alejándose de las dinámicas de consumo y la desigualdad para dar respuestas a problemáticas reales desde una postura crítica en las formas de hacer diseño con interés en lo local.

## 2.4 Contexto Problema



El espacio No 6 resaltado en color verde será la zona destinada para el desarrollo de la experiencia.

La implementación de estrategias enfocadas a la gastronomía típica ha hecho que la actividad de compra de alimentos para abastecimiento pase a un segundo plano y que toda la concentración de la atención de comensales se centre en las cocinas. La experiencia debería impulsar la compra de alimentos en la plaza de mercado y mejorar el flujo de personas que visitan la zona de las cocinas.

Para que esto ocurra, se implementará el escenario al respaldo de la plaza, esta zona resulta apropiada ya que no ha sido intervenida de manera coherente a las estrategias del MINCIT para impulsar el turismo gastronómico. En la figura 1 se observa que hay zonas que no se han terminado de construir, una especie de toldos en material de construcción y una serie de elementos con falta de coherencia formal y funcional y sin una aparente correlación.

Dentro de las plazas de mercado, existen dinámicas características que aportan a estos

espacios cualidades de interés para distintos usuarios. Estos espacios que fueron creados para el abasto de alimentos o la venta de plantas medicinales se han transformado en otros escenarios, donde se ha integrado la gastronomía típica como factor principal para distintos usuarios por encima de estas otras actividades que hacen parte de lo que se conoce históricamente como plaza.

Es importante incentivar esas otras actividades para hacer de la Perseverancia, un espacio cultural, desde un concepto enfocado a la identidad cultural como lo es la tradición ancestral indígena.

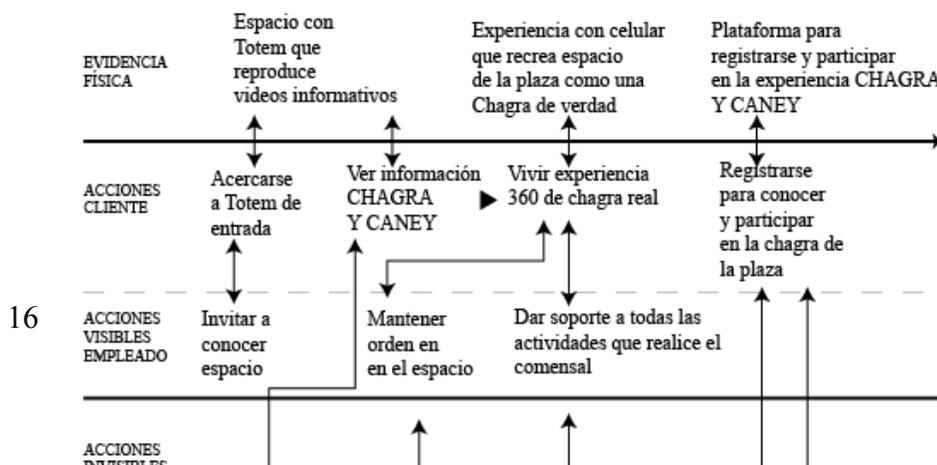
### **3. DESARROLLO**

### 3.1. Incluir narrativas transmedia dentro de la experiencia para generar diferentes canales de comunicación que aumenten la cobertura y recepción de conocimientos adquiridos en la experiencia dentro de la plaza de mercado

#### 3.1.1. Análisis de diferentes tecnologías que recopilen la información y puedan reproducirse de manera remota y dentro de la plaza



#### 3.1.2 Definir los canales digitales que se van a implementar y la forma de interconectarlos para el desarrollo de la experiencia.



**Rojas N. (2020). Ilustración 4 Blueprint Service Chagra y Caney [Figura]**

3.1.3 Desarrollar hilo conductor que permita darle cuerpo a la experiencia y direcciona a los participantes a reflexionar sobre situaciones críticas en términos culturales desde la tradición, la identidad y lo cotidiano como el uso de las plantas.

Un domingo en la plaza



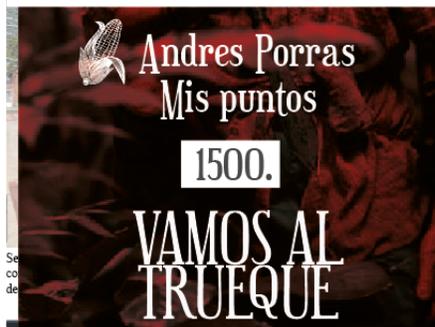
Se acerca a los locales de abasto y debe entablar un dialogo con vendedor para que este revele su nombre y obtenga codigo



Cuando dice el codigo en las cocinas obtiene un descuento en su factura al escanearia pude ir a una pagina que habla de la historiografía y el origen del alimento que se esta comiendo o como



Al acercarse al bohio medicinal podrá reclamar con su factura un brebaje ancestral mientras el Malokero habla sobre el uso del maíz en la medicina tradicional Experiencia 360° recrea narrativa para contar historia de la chicha



Dependiendo las actividades que se vayan creando en la chagra se acumularán puntos que podrán ser redimidos en la sección "VAMOS AL TRUEQUE" ya sea para abasto, para la parte de brebajes o la zona de restaurantes



Al entrar a la pg por QR directamente a una experiencia donde el comensal visualiza un espacio tipo chagra indigena mientras mueve el celular apuntando a diferentes espacios a medida que se mueve se crean textos informativos que narran dinamicas basicas de una chagra y detalles de la cultura indigena



Si está interesado el comensal deberá crear un usuario y una contraseña para poder realizar las diferentes actividades que se invitan a realizar semana a semana y para poder conocer al detalle de que se trata la iniciativa



Si no desea hacerlo igual podrá encontrar diferente contenido multimedia dentro de la pagina de la perseverancia pero no hará parte de las dinámicas de trueque ni las actividades de integración e identidad por medio de trueque

### 3.2 Desarrollar espacios donde los comensales que visitan la plaza de mercado recreen la labor de los hacedores indígenas integrando artefactos que enriquezcan la experiencia de creación y conocimiento por medio de trabajo colectivo para la

## **reconstrucción de la memoria social mientras se generan narrativas transmedia**

### 3.2.1 Desarrollo de la Experiencia

Chagra y Caney es una experiencia que usa la comunicación transmedia para generar actividades colectivas, donde se integran diferentes actores como comensales, cocineros, vendedores y yerbateros por medio de la participación activa y la retribución para beneficiar a todos los involucrados.

Desde el concepto CHAGRA, se crean diferentes plataformas digitales que permiten la interacción entre actores, siendo la Perseverancia el epicentro que promueve actividades que estimulan la comunicación de la tradición de origen por medio de las narrativas transmedia. Al igual que en la cultura indígena, cada uno de los actores deberá trabajar en la CHAGRA de la PERSE, en agradecimiento la plaza retribuirá su labor con trueque de productos y servicios que se encuentren en su locación.

En la entrada posterior de la plaza, estará el Tótem digital el cuál proyectará videos informativos de lo que es Chagra y Caney



Aparecerá un teto como “La Perse montó su chagra, se parte de nuestra comunidad, conoce que es una chagra y súmate a nuestros retos para convertirte en un hacedor de origen”

Escanear el código QR que se visualiza en la pantalla del totem, llevará al comensal a una experiencia 360° donde el espacio en el cual se encuentra se visualizará en su celular como una chagra real, mientras se hace el recorrido se mostrarán mensajes informativos

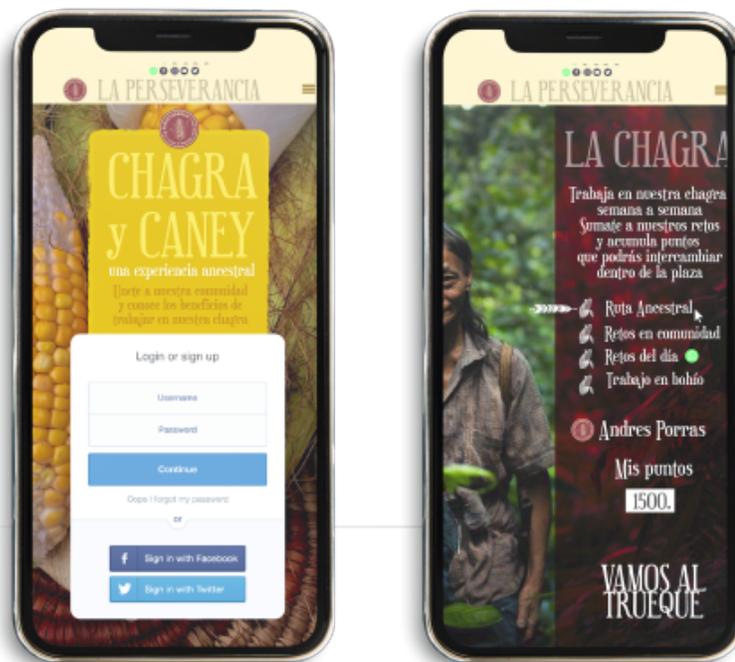


Al finalizar el recorrido el comensal será direccionado a la página principal de La Perseverancia, en la cual conocerá más acerca la plaza sus dinámicas actuales y de su Chagra.



Chagra y Caney es una experiencia que se vivirá desde una narrativa construida a partir del uso de una de las plantas sagradas más conocidas en la gastronomía colombiana... EL MAÍZ, al estar presente en la cultura permite ser la excusa narrativa perfecta para abordar distintos temas como su uso en la siembra, gastronomía, medicina y el consumo de la chicha como símbolo de resistencia obrera.

Si el comensal decide participar podrá registrarse en la plataforma de Chagra y Caney y ser parte de la Chagra de la Perse, acumulará puntos por cada actividad que realice. Los puntos podrá redimirlos dentro de las diferentes actividades que se realizan en la plaza





La primera actividad que deberá hacer el comensal es la ruta al origen donde se propondrán cuatro retos, cada uno en relación a las temáticas propuestas (siembra, gastronomía medicina y resistencia obrera) y su misión será relacionar cada uno de estos temas dentro de la plaza lo que hará que interactúe con distintos trabajadores y conozca más a fondo las dinámicas de estos. En la medida que complete actividades se irán generando incentivos que harán que el comensal acumule más puntos en la chagra. En el último reto de la ruta de origen deberá encontrar el espacio físico en la Perse destinado a la medicina, en él se ofrecen distintas bebidas a base de maíz para aliviar males y se realizará una experiencia 360° que cuenta la historia del barrio obrero y el



consumo de la chicha.



Rojas N. (2020). Ilustración 15 Render Chagra y Caney [Figura]

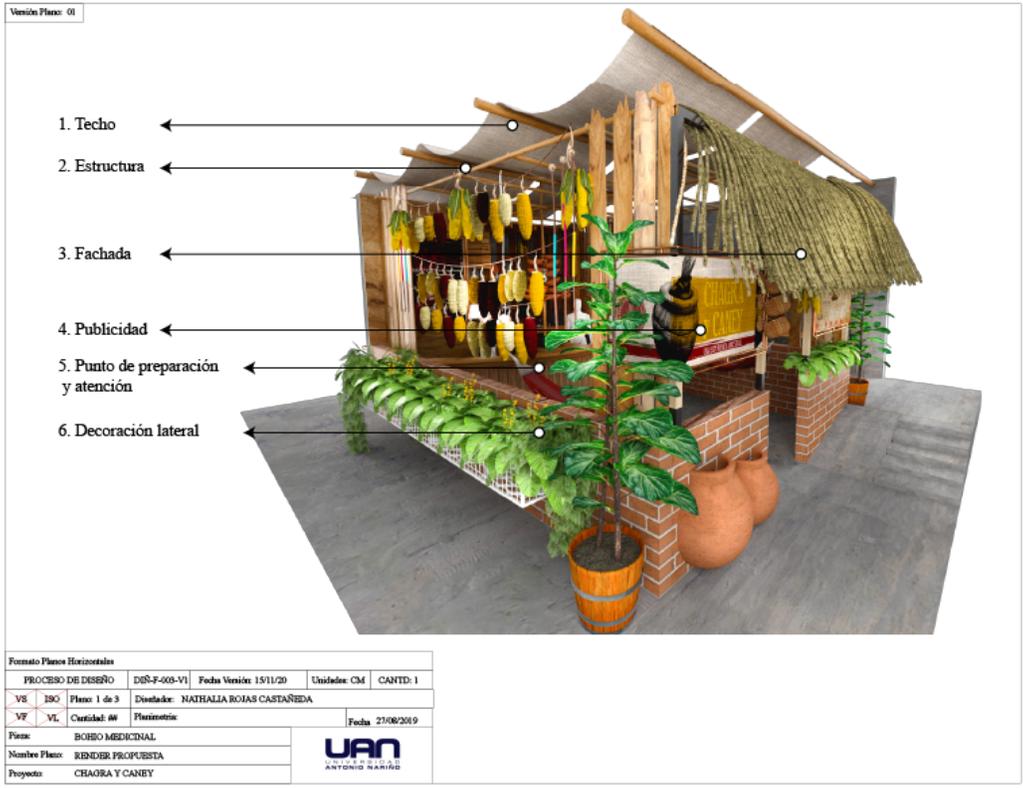


Rojas N. (2020). Ilustración 17 Render Chagra y Caney [Figura]



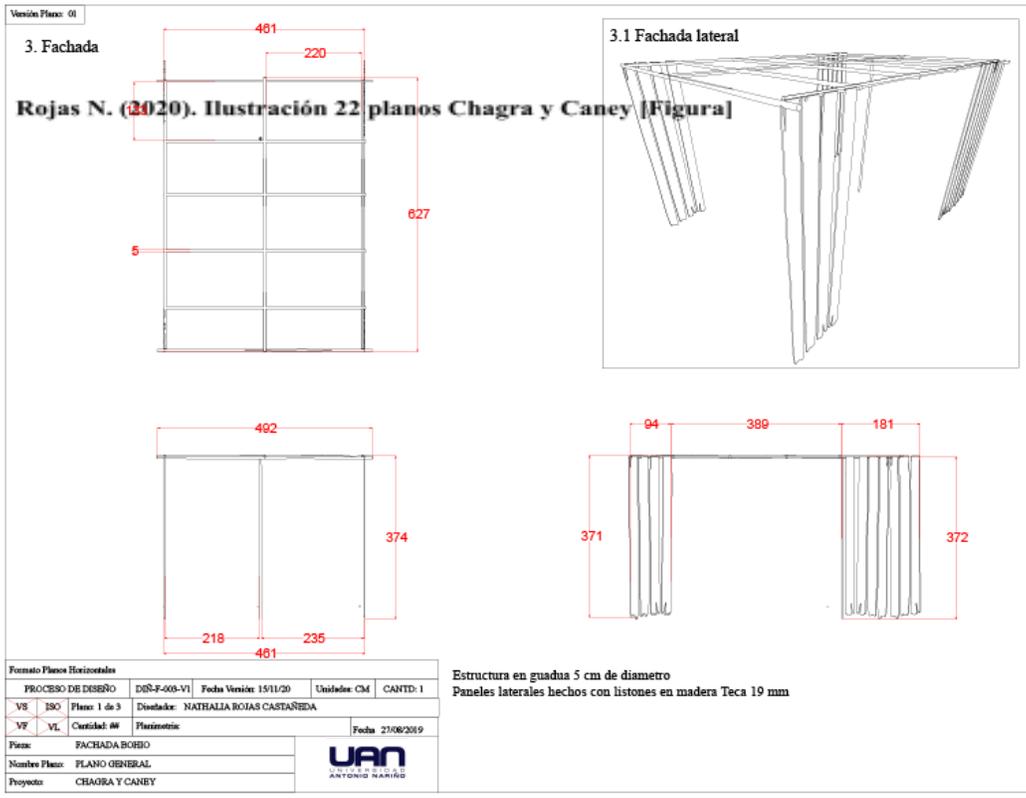
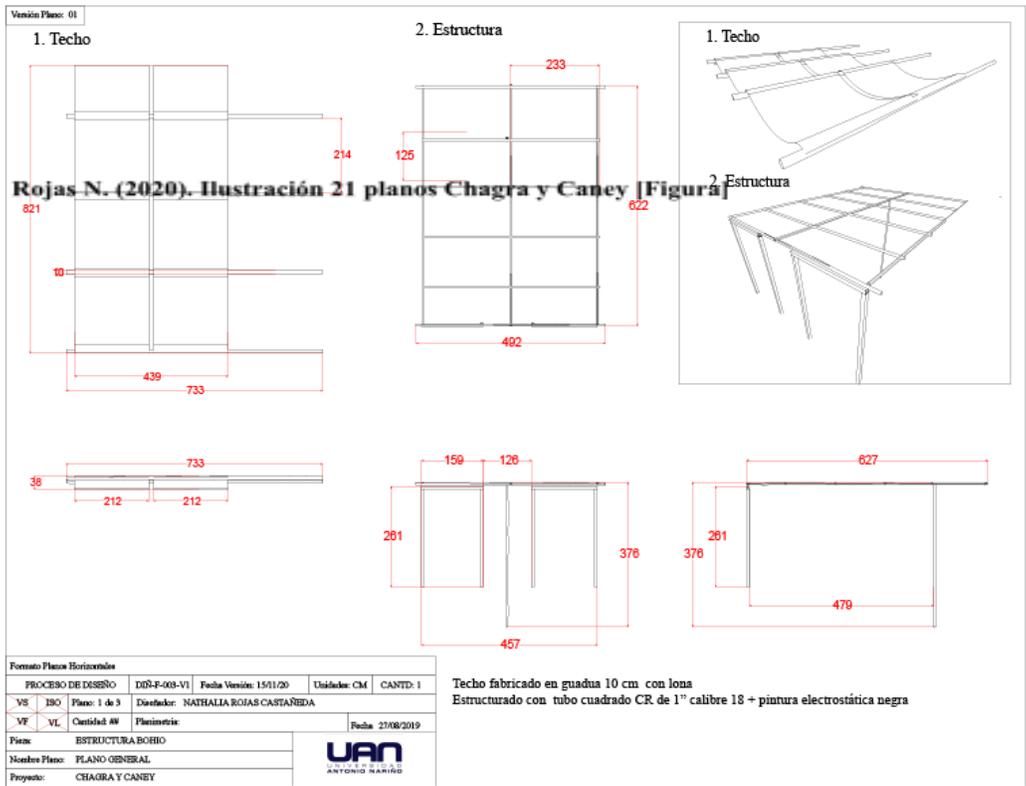
Rojas N. (2020). Ilustración 18 Chagra y Caney [Figura]



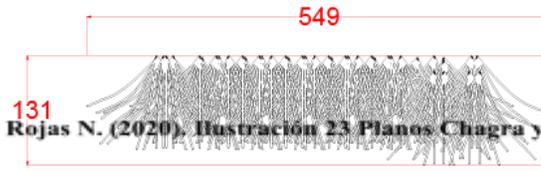


Rojas N. (2020). Ilustración 20 planos Chagra y Caney [Figura]

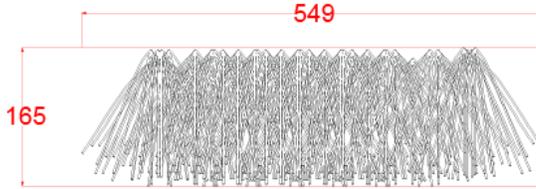




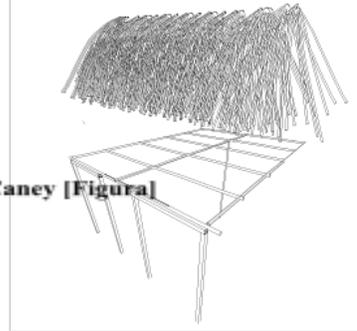
3. Fachada



Rojas N. (2020). Ilustración 23 Planos Chagra y Caney [Figura]



3.2 Fachada Frontal



Formato Planos Horizontales					
PROCESO DE DISEÑO	DIR-F-003-V1	Fecha Versión:	15/11/20	Unidades:	CM CANTD: 1
VS	ISO	Plano:	1 de 3	Diseñador:	NATHALIA ROJAS CASTAÑEDA
VF	VL	Cantidad #	Planimetrica	Fecha:	27/08/2019
Pieza:		FACHADA BOHIO			
Nombre Plano:		PLANO GENERAL			
Proyecto:		CHAGRA Y CANEY			

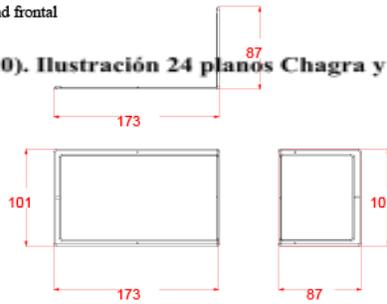


Cubierta fabricada con paja de Vetiver : Tiras de paja tejida listas para ser colocadas en el techo  
La paja mide alrededor de 1.6 metros de largo y se teje en tiras de tres metros o como lo requiera  
\$51,000 cada tira de tres metros o \$17,000 el metro

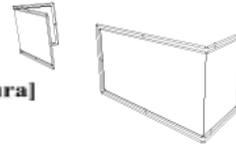
4. Publicidad

4.1 Publicidad frontal

Rojas N. (2020). Ilustración 24 planos Chagra y Caney [Figura]



4.1 Publicidad frontal

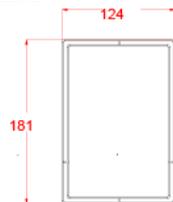


4.2 Publicidad Punto de atención



Lamina galvanizada el 18  
acabado colorado

4.2 Publicidad Punto de atención

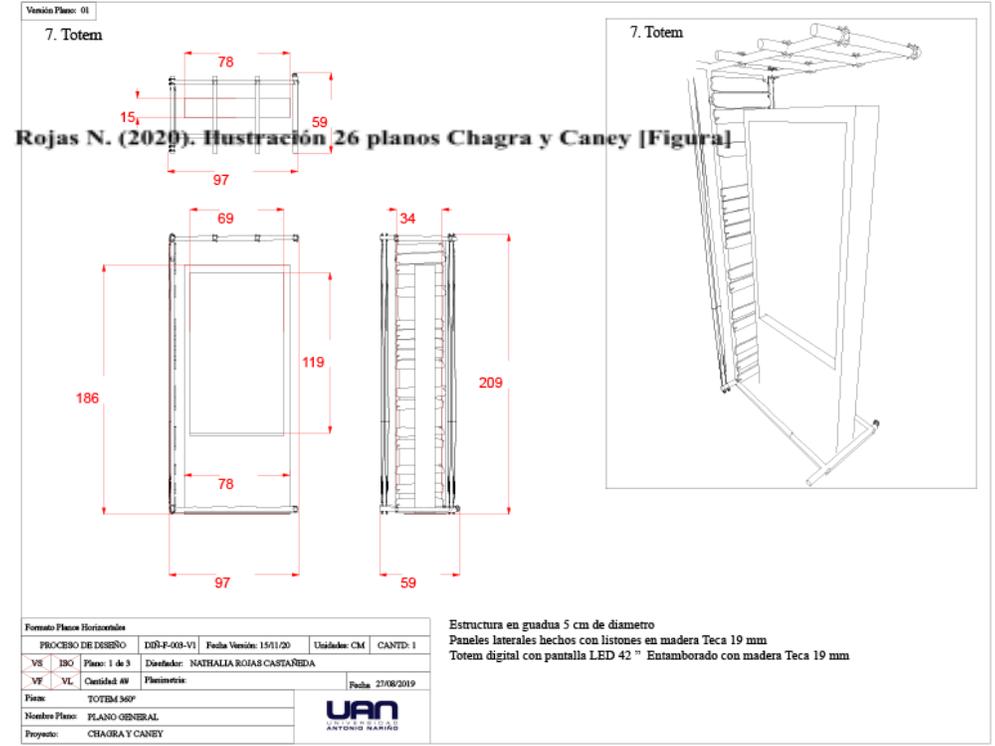
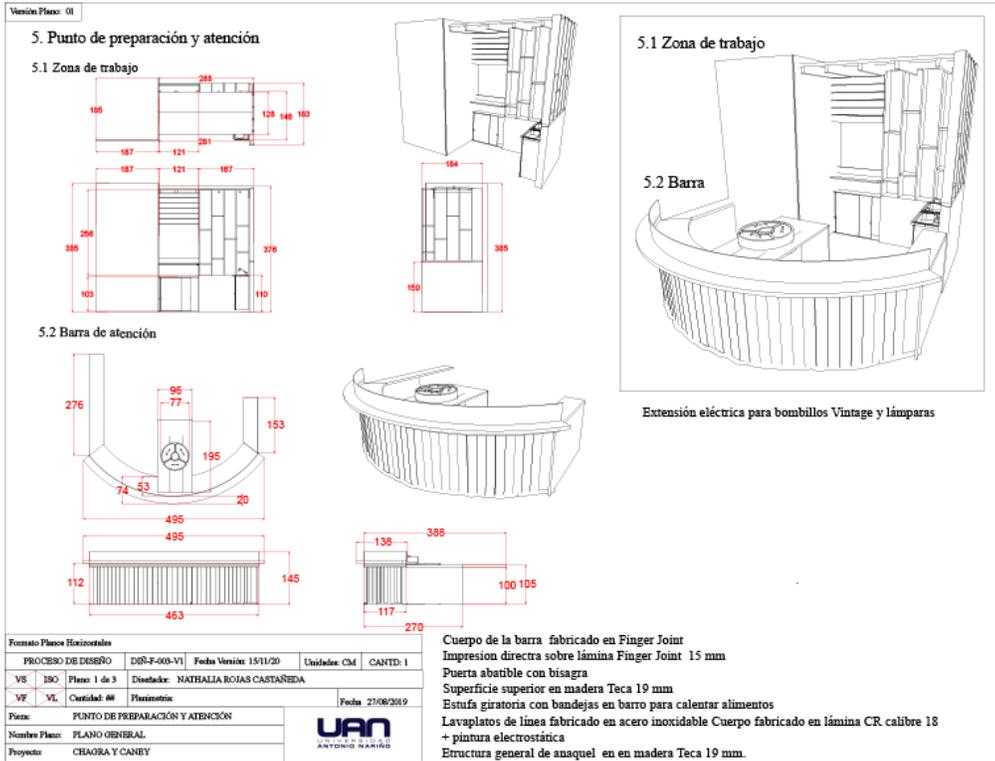


Formato Planos Horizontales					
PROCESO DE DISEÑO	DIR-F-003-V1	Fecha Versión:	15/11/20	Unidades:	CM CANTD: 1
VS	ISO	Plano:	1 de 3	Diseñador:	NATHALIA ROJAS CASTAÑEDA
VF	VL	Cantidad #	Planimetrica	Fecha:	27/08/2019
Pieza:		PUBLICIDAD BOHIO			
Nombre Plano:		PLANO GENERAL			
Proyecto:		CHAGRA Y CANEY			



Avisos fabricados en tubo redondo CR. 1/2" CI 18, con pintura electrostática acabado bronce  
Publicidad impresa directa sobre Lona

Anciaje a estructura frontal por medio de planitas y tornillos



Rojas N. (2020). Ilustración 27 planos Chagra y Caney [Figura]

Después de realizar la ruta de origen, el comensal deberá realizar otras actividades en la página de la Perse, como el trabajo en un bohío digital donde podrá participar de manera remota en la elaboración de platos y brebajes, subir publicaciones de la preparación real de los alimentos con maíz generará



más puntos en la Chagra

Finalmente, por medio de WhatsApp, la perseverancia podrá enviar comunicados masivos a la comunidad de la Chagra para que participen en diferentes actividades donde seguirán acumulando puntos. Algunos retos pueden ser escuchar PODCAST de conocedores ancestrales, mecánicas de compra y venta y la construcción conjunta de contenido, como subir publicaciones o contar historias en redes sociales.



#### 4. CONCLUSIONES

En plena era digital, modernizar la forma de comunicar la tradición de origen, permite el acercamiento de la sociedad a la identidad cultural, mientras se crean espacios de integración por medio de actividades que invitan a conocer la plaza y lo que la compone desde una visión más cercana a lo que es la cultura ancestral.

El diseño puede desempeñar un papel importante cuando se aleja del ideal de desarrollo de producto en términos de masificación o productividad y empieza a encaminar la labor hacia un enfoque social con proyección de lo local.

Las plazas de mercado son escenarios complejos, La Perseverancia, famosa por ser un punto para disfrutar de la gastronomía colombiana, comprende muchas otras prácticas, que aun estando presentes en la plaza han sido olvidadas, tales como el abasto o la yerbatería.

Es importante incentivar esas otras actividades que pueden complementar una visita gastronómica, para hacer de la Perseverancia, un espacio cultural, donde se transpira tradición desde varias perspectivas mientras se fortalece el trabajo colaborativo.

Repensar las maneras hetero normadas de lo que se conoce hoy como plaza de mercado da pie a proyectos como este, donde se proponen nuevas formas de abordar problemas de diseño valiéndose de actividades cotidianas como la narrativa transmedia.

## 5. REFERENCIAS

- García Milian, A. J. (2005). Estrategia para lograr un uso racional de los medicamentos herbarios. (R. C. Medicinales, Ed.) Habana, Cuba. Recuperado el 9 de abril de 2020, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1028-47962005000200014&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1028-47962005000200014&lng=es&tlng=es).[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1028-47962005000200014&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1028-47962005000200014&lng=es&tlng=es).
- Gómez, S. C. (2005). *La hybris del punto cero: ciencia, raza e ilustración en la Nueva Granada (1750-1816)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Organización Panamericana de la Salud. (2002). Pautas generales para las metodologías de investigación y evaluación de la medicina tradicional. Nicaragua.  
doi:<http://www.ops.org.bo/textocompleto/pi31763.pdf>
- Radio Nacional de Colombia. (30 de octubre de 2018). Plaza Samper Mendoza, patrimonio inmaterial de Bogotá. Bogotá, Colombia.
- Ramírez, B. R. (2012). Conocimiento y uso de plantas medicinales en la zona metropolitana de Guadalajara. México.  
doi:<http://desacatos.ciesas.edu.mx/index.php/Desacatos/article/view/238>