

Proyecto Avanzado de Diseño 2021-1

Por: Daniela Villegas Gómez

Asesor: Diego Bermúdez

Énfasis: Editorial


Santa Rosa

Memorias y dualidades de un templo

INTRODUCCIÓN

El barrio Santa Rosa (Comuna 3) es considerado uno de los barrios más antiguos de la ciudad de Cali junto a San Antonio, La Merced y San Nicolás. Es un sector denominado como patrimonio cultural inmueble de la ciudad en el Acuerdo 0373 de 2014 del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Cali. Sin embargo, al tratarse de un barrio ubicado en el centro de la ciudad, existe cierto desconocimiento de su valor patrimonial porque se hace más visible su uso comercial y su aspecto desgastado a su gran contenido histórico para la cultura local y riqueza arquitectónica.

Así pues, el objetivo principal de este proyecto ha sido poner en valor la memoria de Santa Rosa con la idea de construir identidad local y reivindicar el centro de Cali. Para su desarrollo se optó por utilizar una metodología propia basada en el Diseño Centrado en las Personas (DCP), y como resultado del producto se planteó una exposición fotográfica que recopila fragmentos de la memoria de Santa Rosa. Como complemento de esta, se desarrolló una campaña de expectativa, una página web y souvenirs.

An aerial photograph of the Santa Rosa church in Cali, Colombia, featuring two prominent towers with domes. The image is overlaid with a red and white graphic design consisting of diagonal lines and outlines that trace the structure of the towers. The background shows a dense urban landscape with numerous buildings and a clear sky.

Puesta en valor de la memoria del barrio Santa Rosa de Cali para la construcción de la identidad caleña y la reivindicación del centro histórico de la ciudad.

JUSTIFICACIÓN

La ciudad es un espacio complejo donde diariamente coexisten los individuos, la historia y los conflictos. Esta cumple un rol vital en la construcción de la identidad individual y colectiva de quienes la habitan. Así, la ciudad como espacio físico (barrios, calles, edificios, etc) se convierte en producto de aquellas interacciones y actividades humanas dadas en un contexto político, social, económico y cultural de un determinado momento histórico, y las cuales se transforman con el tiempo, alterando consigo la configuración de la sociedad y del espacio mismo. Podría decirse que el espacio físico es un ente y al mismo tiempo una representación o materialización de la historia y de la cultura del grupo humano que lo habita día a día.

Ahora bien, dentro del contexto latinoamericano se ha hecho evidente cómo, gracias al crecimiento poblacional y el progreso urbano, ciertos espacios urbanos con atributos históricos y culturales, han tenido procesos de deterioro que se hacen más evidentes con el paso de los años, haciendo que su valor simbólico e identitario se esfume para quienes lo habitan; como lo es el caso de los centros, que en

sus inicios constituyeron la ciudad que alojaba las viviendas y plazas principales. Con el desarrollo de la periferia las viviendas comenzaron a trasladarse hacia los alrededores, dejando únicamente la actividad industrial y comercial en los centros que, ahora, se han convertido únicamente en lugares transitorios de compra y venta marcados por el deterioro físico y social (Carrión, 2000).

Es este el caso de Santa Rosa, ubicado en el centro de Cali, está catalogado como uno de los barrios más antiguos de la ciudad de Cali junto con San Antonio, La Merced y San Nicolás (Vásques, 1982), además de ser un sector nominado como patrimonio cultural inmueble de la ciudad en el Acuerdo 0373 de 2014 del Plan de Ordenamiento Territorial (POT). Sin embargo, al tratarse de un barrio ubicado en el centro puede existir un mayor desconocimiento de su relevancia, debido a que, por un lado, es más visible su uso comercial, y por el otro, porque ha sido un espacio considerado caótico y generador de rechazo desde la ciudadanía.

De acuerdo a una encuesta de percepción previa realizada a 60 caleños (la mayoría ubicados entre los 20

y 28 años de edad), más de la mitad de los encuestados aceptó no tener conocimientos sobre la historia de Cali a pesar de que el 95% reside actualmente en la ciudad. Por otro lado, a pesar de que el 70% de los encuestados visita el centro más de seis veces al año para hacer compras, el 85% tiene un desconocimiento entre poco y nulo de Santa Rosa (lugar comercial) y el 65% tiene una percepción negativa del centro de Cali.

Este proyecto de Diseño nace de la necesidad y motivación por exaltar la memoria de Santa Rosa y por consiguiente exaltar el centro de la ciudad para así cambiar su rostro negativo y reivindicarse como espacio histórico caleño por medio de la comunicación visual. Santa Rosa ha sido un punto clave en el ámbito comercial, político e histórico de la ciudad. Aquí, se ubican el Palacio de Justicia, gran parte del comercio de papelería, la iglesia de Santa Rosa, y el reconocido Hotel Aristi, siendo este último patrimonio cultural de la nación gracias a su innovadora arquitectura Art Decó, e ícono de la cultura caleña gracias al impacto que tuvo en el estilo de vida local desde la década de los años 50 hasta inicios del siglo XXI.



objetivo general

Poner en valor la memoria del barrio Santa Rosa, ubicado en el centro histórico de Cali, por medio de una estrategia de diseño para la construcción de la identidad local y la reivindicación del centro de la ciudad .

objetivos específicos

- 1.** Identificar los hitos más importantes que se han dado en Santa Rosa a lo largo de su historia.
- 2.** Reconocer la memoria colectiva que sobresale en las personas que han tenido experiencias significativas en el barrio.
- 3.** Estructurar una estrategia de diseño que contribuya a la visibilización de la memoria en torno al barrio Santa Rosa.

PROBLEMA

Santa Rosa es un barrio tradicional de la comuna 3 (constituida por 16 barrios, entre los que se incluyen La Merced, El Calvario, El Piloto, San Bosco y San Cayetano) ubicado en el centro histórico de Cali. Desde la colonización hasta la actualidad, Santa Rosa se ha caracterizado por ser un sector para la clase obrera; en efecto, en el siglo XVIII, a este sector se le denominaba “El Bayano o parte baja” gracias a su condición socioeconómica. Vásquez (1980) afirma:

“En el siglo XVIII la ciudad se extendía desde el río Cali hasta Santa Rosa (actual carrera 10) y desde San Antonio hasta San Nicolás (...) El Barrio de Santa Rosa comienza a extenderse en el área sur-occidental hacia San Francisco y también a La Merced. Entonces se desarrolla comercialmente un nuevo eje de separación, la calle 5a. que se reconoce con el nombre de Calle del Comercio” (p.49).

Santa Rosa ha sido un punto clave para el desarrollo económico y comercial local. En el siglo XX el tranvía a vapor iniciaba su recorrido en la plaza de mercado ubicada en la Cra 9a, entre calles 12 y 13; más adelante se construyeron en el sector el Hotel

Aristi y Hotel Columbus, reconocidas edificaciones que se destacaron en la historia cultural caleña por sus lujosas instalaciones, por sus teatros donde se proyectaron todo tipo de películas y por los huéspedes célebres que alojaron en su época, pero que en el último siglo fueron cerrados para luego iniciar obras para la remodelación de estos edificios considerados patrimonio cultural. Actualmente, en el lugar hay una concentración masiva de comercio: desde papelerías, piñaterías, cacharrerías, almacenes de electrodomésticos, estancos, hasta venta de libros en parque de Santa Rosa; de hecho, al realizar un recorrido se evidencia que las edificaciones para uso residencial hoy en día son escasas.

Ahora bien, a pesar de la importancia a nivel histórico, cultural y económico que posee Santa Rosa, hoy en día, podría decirse, se percibe como **un lugar netamente comercial y transitorio dejando de lado todo su valor simbólico para la memoria e identidad de Santiago de Cali y del propio sector**, por lo que se evidencia una oportunidad de intervención desde el diseño de la comunicación visual para la recuperación y exaltación del barrio así como para aportar a un cambio de visión sobre el centro de Cali.





Aliados

Familia Gómez

Grupo de comerciantes del barrio

Ana Milena

Presidenta de la JAC Santa Rosa

USUARIO



Comerciantes:

Son personas que llevan más de diez años trabajando en el barrio Santa Rosa, ya sea en venta de papelería, máquinas de coser, libros, electrodomésticos o instrumentos musicales, etc. Trabajan jornadas completas de lunes a sábado (desde las 8:00 am hasta las 6:00 pm), y la mayor parte del tiempo están dentro de sus establecimientos comerciales laborando, por lo que no suelen recorrer el barrio ni ver más allá de las mismas calles que siempre han conocido. De hecho, hay quienes aún no saben que su sector de trabajo se llama Santa Rosa; sólo lo conocen como El Centro. Tampoco suelen tener mucho tiempo libre, más que los fines de semana, ya que su vida se basa en el trabajo.



Transeúntes

Resulta pertinente hacer énfasis en aquellos transeúntes que circulan en el barrio para hacer sus compras de útiles escolares, libros y electrodomésticos, y que en su ajetreo no han tenido suficiente tiempo para detenerse un momento y observar su entorno y preguntarse un poco sobre su existencia y las historias que pueden albergar cada edificación o calle que recorren de Santa Rosa. Son personas que, en su diario vivir, están acostumbradas a caminar largas distancias y que conocen la mayoría de los caminos de la ciudad.



Habitantes (usuario secundario)

En su mayoría, son personas adultas y de la tercera edad. Han vivido en el barrio desde hace mucho tiempo y conocen su historia al derecho y al revés. Con el paso del tiempo han notado cómo el barrio ha dejado de ser un entorno habitado para la vivienda, a ser habitado para el comercio detal y por mayor. Sienten nostalgia por los tiempos pasados que quisieran traer al presente más de una vez.

MARCO DE REFERENCIA

Para el desarrollo investigativo de este Proyecto se tomaron cuatro conceptos clave enlazados entre sí y relacionados con el espacio urbano y la ciudadanía:

1. Memoria

Se entiende la memoria como aquel proceso individual o colectivo en el que se le otorga sentido al pasado (experiencias, pensamientos, etc) a través de su reconstrucción en el presente y teniendo en cuenta tres ejes: quién recuerda, cómo recuerda, y cuándo recuerda. Así, la memoria tiene implícito un valor social y simbólico relacionado con la identidad, pues, esta se construye y se mantiene, en parte, por medio de la continuidad de un pasado que se busca preservar para darle sentido al presente y trazar el futuro (González y Pajés, 2014).

Citando a Lucumí (2010):

“La memoria, más allá de ser la capacidad de regresar al pasado para abstraer información que puede ser pertinente en el hoy o en el ahora, es una construcción que integra lo individual y lo colectivo en un tejido que se desplaza desde el pasado hacia el presente o viceversa, para configurar significados

que representan las experiencias y los sentidos que a esta se le quieran asignar”.

Se puede decir que la memoria es una narración del pasado constituida desde la experiencia de quien recuerda, siendo esta la principal divergencia entre memoria e historia, pues la historia busca reconstruir sucesos de forma analítica y objetiva, mientras que la memoria narra las experiencias subjetivas y colectivas, la que, con el tiempo podrían distorsionarse o incluso olvidarse. Sin embargo, memoria e historia encuentran su punto de convergencia en la narración del pasado, y por esto, la memoria es considerada como un instrumento metodológico para la historia.

Resulta importante entender la concepción de memoria del sociólogo Maurice Halbwach, quien propuso el término de “memoria colectiva”, con el que liga la memoria al ámbito social, afirmando que

no existe memoria que no sea social. Es decir “la memoria individual de cada persona está inmersa en un horizonte de interpretación sociocultural que determina y también posibilita su propia actividad de recuerdo” (Baer, 2010, pp132). Al estar enmarcada la memoria dentro de un contexto social se hace evidente la naturaleza reconstructiva de esta, la cual se caracteriza por estar en un constante proceso de reinterpretación de acuerdo al contexto social del presente. A veces, la memoria puede ser construida por actores y grupos poderosos que se encargan de imponer grandes relatos hegemónicos para escribir la historia e identidad de las personas.

2. Patrimonio como identidad

De acuerdo a la Convención sobre Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO de 1972, se define el patrimonio cultural como aquellos monumentos (obras arquitectónicas, artísticas y arqueológicas), conjuntos (construcciones) y lugares (obras del hombre) que tengan un valor excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, cultural, científico y antropológico. (UNESCO, 1972)

De igual forma, el patrimonio cultural puede ser intangible, y estar representado en costumbres, rituales, hábitos sociales, el lenguaje, la danza, las creencias, etc, que hacen parte de la identidad de un grupo. El patrimonio va siempre ligado a la cultura y tiene como función principal representar y conservar la identidad y formas de vida de un colectivo de personas a través del tiempo, por lo que siempre se busca transmitir el patrimonio de generación en generación. "El patrimonio, lo que cada grupo humano selecciona de su tradición, se expresa en la identidad" (Arevalo, 2004). Así, el patrimonio se refiere a la representación de un espacio icónico (expresión material), simbólico (significados más allá de lo material) y colectivo (experiencia grupal). (Arevalo, 2004)

En el contexto caleño, gran parte del patrimonio cultural e histórico local se encuentra ubicado en la zona céntrica, donde se gestó la ciudad; De acuerdo a la Subsecretaría de patrimonio, bibliotecas e infraestructura cultural de Santiago de Cali, en la ciudad hay cinco sectores de interés patrimonial y cultural: el centro histórico, los barrios San Antonio y San Cayetano, y los barrios San Bosco y Santa Rosa. Sin embargo, aún existen muchos espacios patrimoniales que no han sido puestos en valor, a pesar de que en el año 2007 el Concejo de Cali realizó el Plan especial de Protección del patrimonio urbano de Santiago de Cali, donde se reglamenta la intervención y conservación al patrimonio local.

4. Habitar la ciudad

Habitar es el rasgo fundamental del ser humano. De acuerdo a Heidegger (2001), el habitar no radica únicamente en poseer una vivienda o ubicarse en un espacio físico edificado, sino en la relación que establece el hombre con su entorno. **Habitar es más que ocupar un espacio; es establecer un vínculo profundo entre el espacio (físico, natural y social) y el ser, dotando al espacio de un sentido simbólico (Mansur, 2017).** por medio del construir, que, de acuerdo al autor, hace referencia, más que a levantar edificaciones, a cuidar la esencia de las cosas, a velar por. Por lo tanto, el habitar se ve representado en el propio ser humano y su diario vivir: en sus interacciones, recorridos, rituales, etc.

Al relacionar la ciudad con el hombre, se podría decir que este la habita en cuanto toma cuidado de ella y de su esencia, y entiende el sentido de los elementos que la componen. Habitar es más que ocupar un espacio; es establecer un vínculo profundo entre el espacio (físico, natural y social) y el ser, dotando al espacio de un sentido simbólico. (Mansur, 2017)

Parafraseando a Mansur (2017), habitar la ciudad trae consigo la necesidad de vivirla desde la corporalidad; esto es: caminarla, tocarla, olerla y escucharla. Así como también se habita cuando se conoce y preserva la historia y memoria de la ciudad. "Se habita cuando se tiene cercanía entre las personas y la historia de las comunidades, pero también se habita



3. Centro histórico

De acuerdo a Carrión (2000) el concepto de centro histórico se puede entender desde tres componentes: desde la espacialidad (centralidad) y desde la temporalidad (historia), articulados por lo patrimonial (vestigio del pasado). En términos generales, el centro histórico es un eje ubicado dentro de la ciudad considerado como un referente del pasado que ha sido testigo de todas las etapas históricas de esta, y el cual hace que se sostenga una relación temporal directa entre pasado-presente a través del espacio urbano. Así, “los centros históricos condensan el proceso histórico de una ciudad y, por tanto, muestran el incremento de valor producido a lo largo del tiempo en cada una de las zonas consideradas como tales” (Carrión, 2000, pg.13).

El centro histórico abarca el área que en un principio (S. XIX-XX) constituyó la ciudad completa, donde se ubicaban las ramas del poder, el comercio y la vivienda. En el caso de Cali, el trazado del centro histórico principal comprende aproximadamente 170 manzanas desde la calle 5 hasta San Nicolás y desde la orilla sur del río Cali hasta el Calvario, Santa Rosa, San Bosco, y la cra 5. (Salguero y Marín, 2013). Hoy en día, el centro de Cali ha tenido un carácter socio espacial netamente comercial. A mediados del siglo XX, el uso del suelo para vivienda empezó a ser reemplazado por uso industrial y comercial, mientras la ciudad se expandía cada vez más hacia la periferia, donde se construían las nuevas zonas de residencia. Lo anterior ha sido un factor clave en el deterioro que hoy en día sufre el

centro de Cali. De acuerdo a un diagnóstico elaborado en 2014, sólo el 9% de las edificaciones de este sector son viviendas, en las que viven personas mayores de 60 años. (Salguero y Marín, 2013).

En el año 2014 fue aprobado el PEMP (Plan Especial de Manejo y Protección) del centro histórico de Cali, en el que se hace énfasis en la preservación de los bienes inmuebles, y de sus valores estéticos, históricos y simbólicos. Es de resaltar que, de acuerdo al

PEMP el centro histórico de Cali se compone por trazado urbano, bienes inmuebles, espacio público, monumentos ubicados en espacio público y elemen-

tos de mobiliario urbano, los cuales constituyen la memoria histórica de Cali. Aquí se hace evidente cómo se relaciona el centro histórico con lo físico y urbano, dejando de lado el aspecto social; a las personas que, a través de su habitar, le aportan sentido y memoria al espacio. Por lo que se hace pertinente mencionar el proyecto “Centro Histórico Memorable de Cali” formulado por la Alcaldía de Cali, que busca la apropiación del centro histórico de la ciudad desde las prácticas culturales y artísticas. El proyecto, desarrolla una serie de actividades y recorridos alrededor de un tema

En el caso de Cali, el trazado del centro histórico principal comprende aproximadamente 170 manzanas desde la calle 5 hasta San Nicolás y desde la orilla sur del río Cali hasta el Calvario, Santa Rosa, San Bosco y la Cra 5.





METODOLOGÍA

En este caso se vuelve primordial la implementación de una metodología cualitativa que involucre a la comunidad, pues, el ejercicio de la memoria se valida desde la perspectiva del diálogo y el intercambio de experiencias y recuerdos. Así pues, la construcción metodológica de este proyecto se apoya en las fases del Diseño Centrado en las Personas (DCP), un conjunto de técnicas metodológicas que se ajustan a las necesidades y deseos de las personas a las que va dirigido un proyecto de diseño, así como también se incluye la participación de estas durante el proceso investigativo y creativo con el objetivo de lograr resultados óptimos y adecuados que se adapten al usuario final.

Citando al manual de IDEO (2015):

“El proceso DCP comienza examinando las necesidades, los sueños y los comportamientos de las personas que se verán beneficiadas por las soluciones resultantes. Se pretende escuchar y entender lo que estas personas desean, lo que necesitan. A eso le llamamos la dimensión de lo que es deseable. A lo largo de todo el proceso de diseño miramos al mundo a través de esta perspectiva”.



Primero, el inicio

Investigación

Entrevistas.
Inmersión en el contexto.
Investigación bibliográfica.
Entrevista a experto.
Encuesta a comerciantes.



Una historia por contar

Identificación oportunidad.

Definición de objetivos.

Identificar con quien se va a hablar .

Identificar para quienes se va a trabajar.

Averiguar lo que ya se conoce.



Seguimos con el nudo

Síntesis y creación

Desarrollo de enfoque (empático).

Síntesis de la investigación.

Tormenta de ideas de soluciones

Construcción de prototipo.

Retroalimentación.



Por fin, el desenlace

Entrega

Entrega final del producto.

Plan de aprendizaje.

Evaluación de impacto en el usuario.

Mapas conceptuales

Moodboard

Bocetación

Herramientas

1 Investigación bibliográfica

En esta parte del Proyecto, se realizó una recopilación de información histórica del barrio Santa Rosa con la finalidad de identificar los hitos históricos y arquitectónicos que más se destacan del barrio.

Se indagó en el Archivo Histórico de Cali, el Archivo de Patrimonio Fílmico y Fotográfico del Valle del Cauca, libros históricos, la revista “Despertar Vallecaucano” y relatos publicados en redes sociales. Se encontró información relevante, sin embargo, al parecer, no hay mucha información precisa sobre la historia del barrio por lo que se tuvo que hacer un pequeño ejercicio de reconstrucción con base a los textos encontrados.

La información histórica compone la base de este proyecto, el cual busca resaltar, precisamente, el valor histórico de Santa Rosa a través de la visibilización de su propia historia y sus relatos.

Entre los hitos más característicos de Santa Rosa están: La iglesia de Santa Rosa de Lima, El Hotel Aristi y teatro Colón, Las Residencias Aristi, el Parque de Santa Rosa (parque de los librereros), el Teatro Experimental de Cali, la Pila de Santa Rosa, la Pila del Crespo, el Tranvía y la arquitectura neoclásica.

Resultados de la indagación bibliográfica:

Hitos del barrio- objetivo 1

- . Iglesia Santa Rosa: fue construida cuatro veces y es patrimonio.
- . Hotel Aristi y Hotel Columbus: lugares icónicos para la cultura caleña en la década de los 50 y 60. Es patrimonio inmueble de la ciudad
- . Parque de Santa Rosa: lugar donde se ubican tradicionalmente los librereros.
- . Pila de Santa Rosa: una de las principales pilas de la ciudad. Era un lugar de abastecimiento de agua de forma libre y gratuita.

Resultado relatos del barrio- objetivo 2

- . Libro “Memorias de mi barrio”: Relato escrito por Melina y Ofelia Sandoval en 1984. Relato sobre el barrio Santa Rosa.
- . Libro “Hotel Aristi. Donde se cocinó la salsa”: Crónicas sobre el hotel Aristi escritas por Heraclio Parra.

Resultados de la indagación fotográfica: objetivo 1

- Archivo histórico de Cali.
- Archivo de patrimonio fotográfico y fílmico del Valle del Cauca.



2.1 Inmersión en el contexto

Recorrido por el barrio.

Se realizaron dos caminatas diurnas por las calles del barrio y un recorrido virtual en google maps con el objetivo de entender el entorno físico y sus dinámicas sociales y económicas cotidianas; así como también para reconocer el estado de algunos hitos e íconos arquitectónicos del barrio identificados previamente en la indagación bibliográfica y cómo las personas interactúan con ellos.

Los resultados fueron los siguientes:

- El barrio tiene una gran riqueza arquitectónica. Hay edificaciones con características coloniales y edificaciones modernas bastante coloridas.
- El sector se basa, hoy en día, en el comercio. Está muy dividido entre calles de vivienda (calles solitarias) y calles comerciales (calles concurridas).
- Las partes del barrio más concurridas son

la carrera novena y octava entre calles 10 y 12, donde se concentra gran parte de la actividad comercial del barrio y hay más circulación de peatones.

- Los peatones asisten al sector a hacer sus compras y se van.
- El hotel Aristi es un lugar central del barrio, que en la actualidad funciona como un centro comercial con acabados lujosos, lo cual lo hace llamativo para los transeúntes. Además, es un hito importante para el barrio y la caleñidad. Gran parte de los comerciantes se refieren a Santa Rosa como “el centro”. Es decir, no hay un reconocimiento de Santa Rosa por parte de quienes laboran allí.

A pesar de ser catalogado un un barrio patrimonial, no se evidencian iniciativas urbanas para reconocerlo como tal. Sólo se percibe como un barrio comercial.



2.2 Inmersión en el contexto

Observación en local comercial

Lugar: Papelería Medellín. Carrera 9

Tiempo: 8:00 am-4:30 pm

Se realizó una observación pasiva en un local comercial del barrio durante una jornada con el objetivo de comprender cómo es la relación de los comerciantes con el barrio, cuáles son sus percepciones y cómo se desarrolla su cotidianidad en el sector. También, se tuvo en cuenta a los compradores y transeúntes en la observación.

Como resultado se obtuvo la siguiente información:

La mayor circulación de transeúntes se da en la Carrera 9 en el principalmente después del medio día. Esto, debido a que es el lugar donde se concentra la mayor parte del comercio de Santa Rosa.

Todos los trabajadores observados se refieren al barrio como "centro". Esto quiere decir que no existe un reconocimiento de Santa Rosa por parte de las personas que lo habitan laboralmente.

Muchos trabajadores se quedan en el sector al terminar la jornada laboral, especialmente los viernes y sábados. Mientras se desarrolla la jornada laboral, están dentro de los locales la mayoría del tiempo..



3 Percepción de Santa Rosa

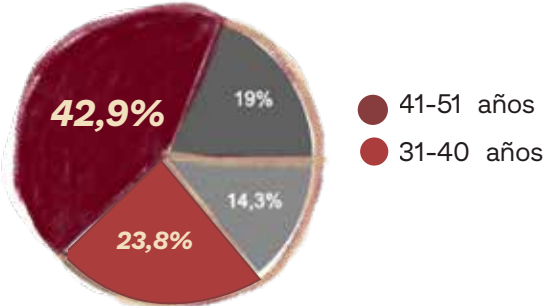
Se realizó una encuesta a 23 comerciantes de Santa Rosa con el objetivo de conocer sus percepciones y conocimientos sobre el barrio, y sus opiniones respecto a la importancia de la memoria. Los siguientes corresponden a los puntos más relevantes de la encuesta.

¿Considera importante obtener mayores conocimientos sobre el barrio? ¿por qué?

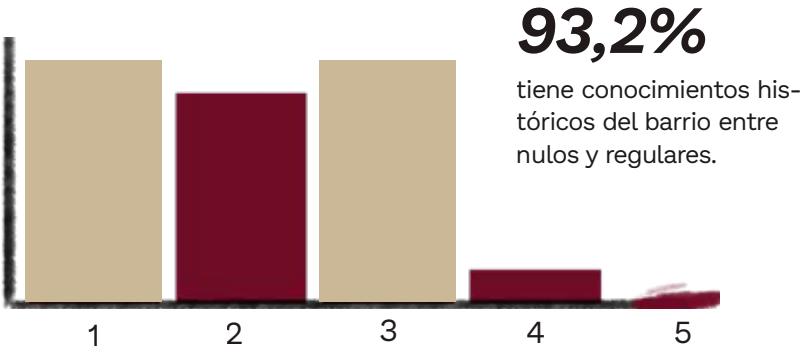
100%

Considera importante tener conocimientos sobre el barrio para conocer mejor su entorno diario.

Edad:



De 1 a 5 (siendo 1 lo mínimo y 5 lo máximo) ¿cuánto es su conocimiento histórico del barrio Santa Rosa?



Construcción de la memoria

¿Qué herramientas más utiliza para almacenar recuerdos?



¿Qué elementos le parecen más valiosos para contar el pasado?



4

Conversación con presidenta de la JAC SR.

Se realizó una conversación telefónica con Ana Milena, la presidenta de la junta de acción comunal del barrio, donde se tocaron los siguientes temas: hitos del barrio, proyectos previos sobre la memoria del barrio, percepciones del barrio y relatos de sus habitantes.

El objetivo de este acercamiento estuvo guiado por el interés de conocer los productos y estrategias que se han hecho en el barrio para su conservación histórica, así como también para socializar con un representante del barrio este Proyecto de Diseño.

¿Hay iniciativas por parte del barrio para su conservación patrimonial e

Existe un libro sobre la historia del barrio que escribió Eleodoro, el historiador del barrio. Acá en el barrio tenemos una mesa cultural que es la que vela y está pendiente de las cosas del patrimonio. Hemos tenido grandes jornadas el año pasado y ahora tenemos el observatorio de la ciudad y eso es del patrimonio de todo lo que hace parte del patrimonio. Hay patrimonio arquitectónico, material, inmaterial. Son como cinco o seis mesas que tenemos, entonces también se trabaja en esas mesas sobre todo lo que es historia de diferentes barrios y de la ciudad.

Eleodoro nos ayudó con los estudiantes de la San Buenaventura que hicieron con la comunidad unos tapetes de aserrín que expusieron en el parque que queda por el puente de Comfandi y también escribió un libro sobre el barrio. Él tiene una biblioteca inmensa en la casa con archivo de cosas que ocurrieron en el barrio. Nosotros tenemos una mesa que se llama mesa de cultura ciudadana. escogimos un tema que era mostrar la historia de Cali por medio de las fotos. Cada uno de los barrios de la comuna 3 hicimos exposición de lo que había en los barrios y mostramos las fotos y se explicaban para que la gente viera lo que había ocurrido y si alguien sabía algo lo contaba. Era como una especie de tertuladero.

¿Cuáles hitos arquitectónicos o materiales sobresalen en el barrio?

Mira, acá tenemos el teatro TEC que es un icono de la ciudad en toda la calle 7 entre carrera 9 y 8. Casi al frente hay todavía una casa y que allí estuvo la primera registraduría que hubo en Cali, allí funcionó. Son cosas que, no sé si estén en el libro, pero deben de estar. También tenemos la Procuraduría, que existe desde hace mucho tiempo ahí. La Asamblea, que es un edificio emblemático de la ciudad, donde era

anteriormente el colegio San Luis Gonzaga. Es de mucha importancia este lugar.

Acá tuvimos unas fuentes donde la gente recogía agua. Una de esas fuentes que es muy importante y que es un icono de Santa Rosa es la pila del Crespo, que queda en la calle 5 con cra 10 y la pila de Santa Rosa. La verdadera pila del crespo está hoy en día en el museo de la Merced. La que había en el parque estuvo dando muchas vueltas. Por último dijeron que la pasaron al colegio Camacho. Esas pilas eran tertuladeros por lo que la Galería quedaba casi al frente, en el Calvario.

Otro ícono es la torre Aristi, y lo que era la parte del hotel Aristi. Allí empezaron las construcciones grandes. El primer edificio que existió aquí en Cali fue el Hotel Aristi y luego la torre Aristi y de allí para allá cambió la economía de Cali. También había la foto agüita en el parque de Santa Rosa; la gente se montaba en una vaca y les tomaban fotos. Eso fue icono del parque en sus momentos. Esos son los iconos más importantes.

También se podría considerar iconos algunas casas que están supremamente bien conservadas y que los dueños las mantienen para que Santa Rosa no se quede sin iconos que mostrar. Por ejemplo, aquí, para hacer el puente de la quinta tumbaron un montón de casas hermosísimas. También para la ampliación de la carrera 10 tumbaron un montón de casas.



BENCHMARKING

En este apartado se observaron y analizaron Proyectos que tuvieran como objetivo principal, por un lado, exaltar el espacio urbano y , por otro lado, reconocer la historia y memoria de lugares.



Barrio Adentro

Entidad: Museo La Tertulia

Producto: exposición

Esta iniciativa del Museo de La Tertulia consiste en establecer nuevos diálogos entre habitantes y barrios, creando procesos de investigación y producción cultural y artística que contribuyan a la construcción del territorio. La primera edición de Barrio Adentro desarrolló la memoria del barrio Vista Hermosa, ubicado en la zona ladera de la ciudad, en conjunto con la Biblioteca pública Centro Cultural Comuna 1. Como resultado surgió una exposición en la casa Obeso Mejía, en la cual se estableció un diálogo entre la expresión pictórica, audiovisual y literaria para la construcción de la memoria de Vista Hermosa.



Calle de Papel

Entidad: Calle de Papel

Producto: Souvenirs

Este es un emprendimiento de detalles para regalar inspirados en el patrimonio natural, arquitectónico y cultural de Colombia. Entre su oferta hay calendarios, portavasos, pañuelos, separadores, rompecabezas, imanes, individuales, y postales. Los diseños de los productos se caracterizan por ser muy gráficos; se resalta la ilustración con tonos realistas (análoga y digital), la cual se complementa con un texto liviano, ya sean fragmentos de relatos o datos históricos.



Marca de Porto

Entidad: Estudio de Diseño White

Producto: Sistema de identidad

El estudio de diseño White, en el año 2014, se encargó del rediseño de la marca de la ciudad Oporto, la cual ejecutó inspirándose en los azulejos que tanto caracterizan a la ciudad. El nuevo sistema de identidad, más que un logotipo, incluye diversos íconos de lugares representativos de la ciudad relacionados con transporte, cultura, deportes, edificaciones, etc; y que al mismo tiempo se convierten en módulos que se juntan y encajan para formar tramas y composiciones aplicados a múltiples superficies como trenes, buses turísticos, avisos, pósters, etc.



Sin descanso hasta encontrarlos

Entidad: Comisión de la verdad

Producto: novela gráfica

Esta propuesta de la Comisión de la Verdad consiste en una novela gráfica que tiene como propósito visibilizar la desaparición forzada en el conflicto armado colombiano a través de historias inspiradas en hechos y testimonios reales de los familiares de las víctimas desaparecidas.

Es interesante que, por medio de un solo relato, una historia, se puede reconstruir y retratar un contexto social mucho más amplio y complejo. Al tratarse de una historia gráfica web, lo convierte en un producto dirigido tanto a jóvenes como adultos mayores, que se encuentren en cualquier parte del país y del mundo, que estén interesados por tener conocimiento sobre el conflicto en Colombia.



Marca TodoMono

Entidad: TodoMono

Producto: souvenirs y actividades culturales

Todomono es un proyecto gestado en 2006 por los comunicadores barranquilleros Jhonny Insignares y Fernando Vencgoechea. Este consiste en la reivindicación de la cultura popular costeña por medio del diseño gráfico expresado en productos como camisetas, posters, gorras, stickers, etc; y distintos tipos de actividades como recorridos turísticos por la cultura popular local, festivales y exposiciones, todo con el objetivo de crear sentido de pertenencia hacia la cultura y patrimonio local a través de estrategias creativas de visibilización. Desde sus productos hasta el espacio de exhibición tienen impresa la esencia e identidad del caribe colombiano. De hecho, algunas de sus tiendas son fachadas de buses típicos barranquilleros.



Cali subexpuesta exposición.

Entidad: José Fontalvo y Nicolás Illera

Producto: exposición fotográfica

Este Trabajo de Grado de la carrera de Comunicación de la Universidad Javeriana de Cali consiste en construir un retrato del centro de la ciudad utilizando la fotografía callejera de personajes y espacios como principal herramienta. Como producto final se hizo una exposición fotográfica en las instalaciones de la Universidad. Esta se categorizó en: paisajes arquitectónicos, personajes y escenas cotidianas en el centro de Cali.

ANÁLISIS

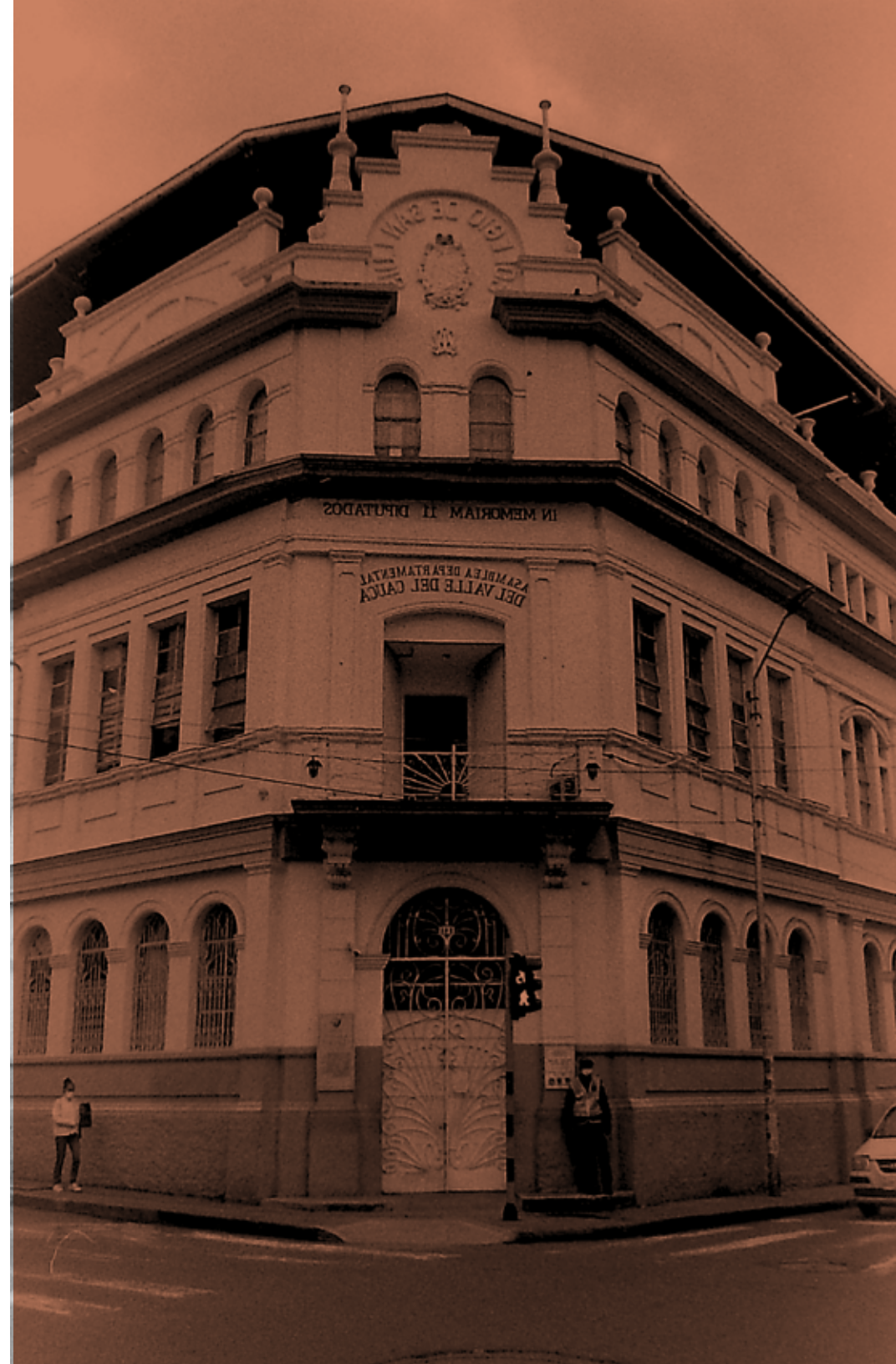
<i>Producto/ servicio</i>	Criterios de análisis					
	Canal de Comunicación	Tiempo de lectura	Relación con el usuario	Riqueza comunicacional	Ubicación espacio temporal	Total:
Barrio Adentro	4	5	5	5	Casa Obeso	19/20
Calle de papel	3	5	2	4	Página de venta	14/20
Marca de Porto	3	5	5	4	Calles de Oporto	17/20
Sin descanso hasta encontrarlos	2	4	3	3	Youtube y redes sociales	17/20
TodoMono	4	5	5	5	Tienda física y virtual	19/20
Cali Subexpuesta	3	3	4	3	Instalaciones Javeriana	13/20
Total:	19/30	27/30	24/30	24/30		

Conclusiones de investigación:

- No hay un reconocimiento de Santa Rosa por parte de quienes transitan el barrio en su diario vivir, sin embargo, sí existe interés hacia el conocimiento de su historia.
- Existen productos editoriales que conservan la historia y memoria del barrio, pero no se han mostrado al público. No se han hecho propuestas para visibilizar el valor patrimonial del barrio a las personas del común (que no viven en él).
- Los medios más comunes y preferidos para hacer y visibilizar la memoria son: las fotografías y los relatos de vida. El producto debe ser visible en el espacio cotidiano del usuario (comerciantes y transeúntes).
- Hitos claves del barrio: Hotel y residencias Aristi, Iglesia de Santa Rosa de Lima, zapateros, arquitectura neoclásica, y parque de Santa Rosa.

Insights Benchmarking:

- Los productos que le dan mayor cumplimiento a los requerimientos corresponden a exposiciones y actividades culturales (Barrio Adentro y TodoMono).
- El criterio que mayor puntaje tuvo fue el tiempo de lectura. Lo que indica que la mayoría de referencias son de lectura rápida.
- Los productos que tienen como objetivo principal la visibilización y puesta en valor de territorios (como lo son los barrios) se ejecutan en el mismo espacio urbano. Son productos que tienen una relación de cercanía y familiaridad con el usuario.



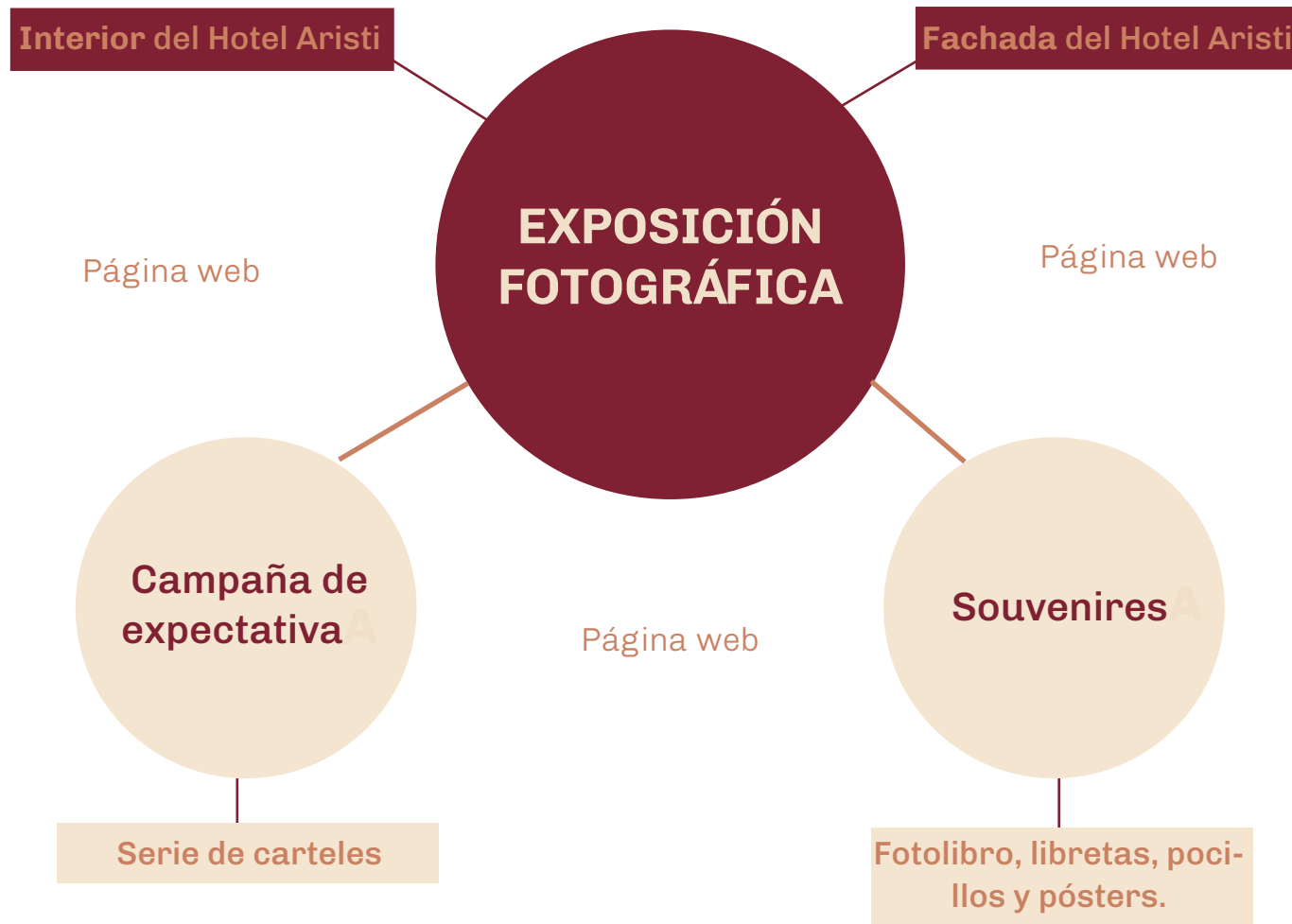
Product Design Specification				
Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Es necesario que el producto sea de lectura rápida .	Lenguaje intuitivo	F-O	O	Utilización de la imagen como recurso principal: fotografía e ilustración . Textos cortos y concisos
Es necesario que el producto sea amigable con personas no tecnológicas .	Soportes físicos	T-P	O	Material editorial impreso
Es necesario que el producto sea visible en el espacio cotidiano del usuario .	Interacción con el usuario	F-O	O	Material impreso ubicado en un lugar estratégico del barrio o distribuido por todo el barrio.
Es necesario que el producto exponga información histórica relevante de Santa Rosa .	Generar una narrativa	F-O	O	Fragmentos históricos de Santa Rosa. Relatos en torno al barrio.
Es necesario que el producto muestre las partes del barrio menos conocidas .	Riqueza visual	E-C	D	Fotografías/ ilustración de arquitectura neoclásica del barrio.
Es necesario que el producto transmita la identidad y esencia del barrio .	Sistema de identidad	F-O	O	Elementos evocadores Fotografías antiguas del barrio Relatos históricos Elementos religiosos
Es necesario que el producto sea atractivo para los transeúntes .	Gráfica impactante	E-C	O	Generar unidad en la paleta cromática. Tipografías acordes al concepto Colores que contrasten con el entorno.
Es necesario que el producto establezca una relación de cercanía con el usuario .	Lenguaje informal	F-O	D	Narrativa sencilla.



PRODUCTO

En este apartado se desarrollará una descripción detallada del producto final, incluyendo mood-board, bocetación, estructura, mockups, y prueba de usuario.

PRODUCTO:



ESTRUCTURA CONCEPTUAL

Memoria
Dualidad

Concepto principal

SANTA ROSA: Memorias y dualidades de un templo

Elementos conceptuales-visuales

Categorías fotográficas

Antigüedad

Fotografías a BN

Ilustraciones

Fragmentos de relatos históricos

Santa Rosa en el siglo XVIII
Historia de la iglesia de SR
Pila de Santa Rosa

Modernidad

Fotografías a color

Ilustraciones

Fragmentos de relatos históricos

Hotel Aristi
Teatro Colón
Edificio Aristi

Cotidianidades

Acciones que conforman la identidad del barrio: actividad comercial (tanto formal como informal), transeúntes del barrio haciendo compras, feligreses en la misa de Santa Rosa, venta de libros, etc. En estas fotografías el fotógrafo va a capturar las escenas sin intervenir en las acciones de los personajes.

Planos

Plano general y plano general-conjunto

Arquitectura

Esta categoría narra la dualidad urbana que atraviesa la esencia de Santa Rosa. Un barrio que, en sus inicios, se compuso de casas con estilos clásicos que, con el paso de los años, fueron opacadas o complementadas por grandes edificios que le darían la bienvenida a la modernización de la ciudad.

ESTRUCTURA FORMAL

RECORRIDO

Concepto: dualidades

INTERIOR

Lobby c.c Aristi
(entrada principal)

Historia de la Santa Rosa antigua.

Arquitectura

Cotidianidades

Fotografías e ilustraciones en paneles y paredes

EXTERIOR

Acera derecha de la carrera 9 entre calles 10 y 11.

Historia de la Santa Rosa moderna.

Arquitectura

Cotidianidades

Intervención de calles y rompetráficos

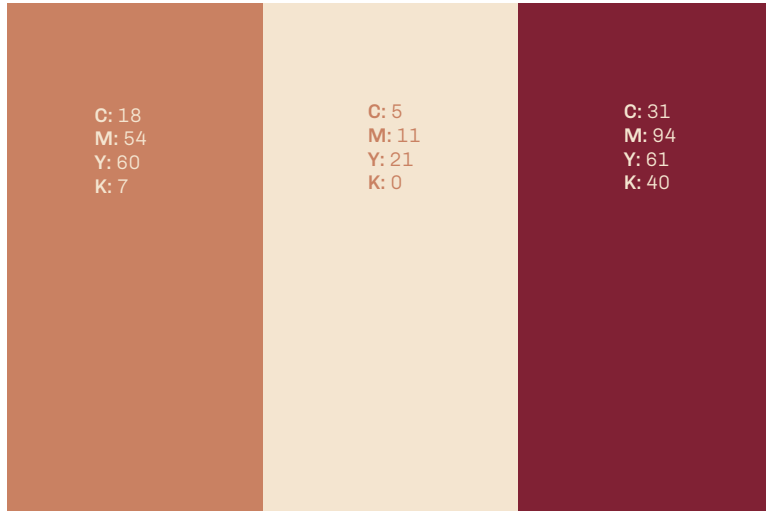
Complemento: fragmentos de relatos del barrio.

"Memorias de mi barrio"

"El hotel Aristi: donde se cocinó la salsa"

"Santa rosa: una iglesia y su feligresía"

PALETA DE COLORES



TIPOGRAFÍAS

Chivo

Aa Black
Aa Bold
Aa Medium

Mulat Abay

Aa Bold italic
Aa Regular
Aa Thin

MOODBOARD



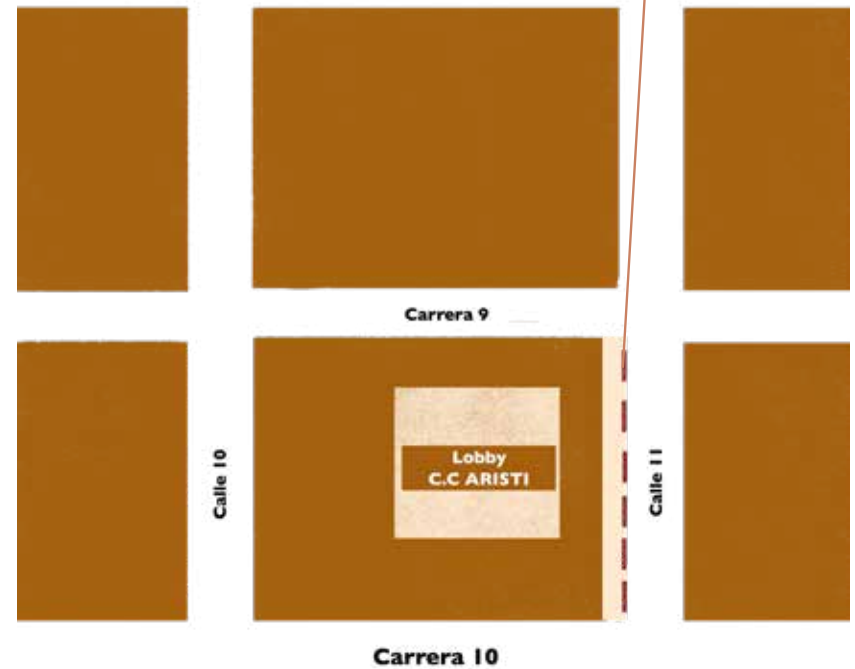
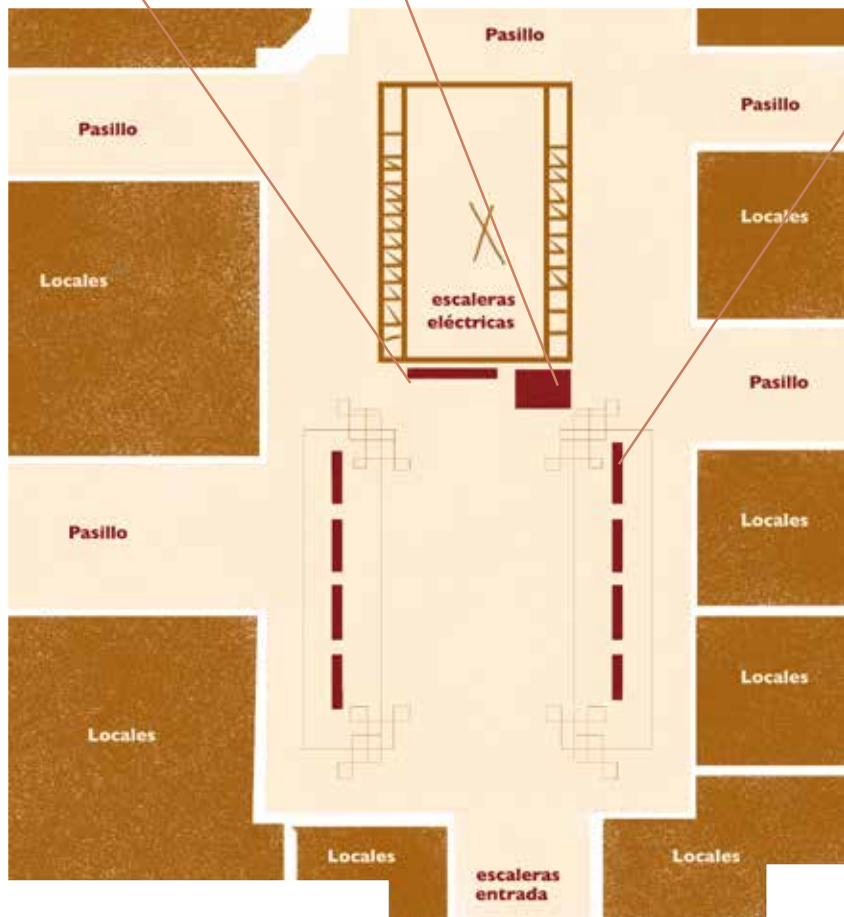
LAYOUT

Panel introductorio.

Souvenirs.

8 paneles en cada extremo.

Fotografías en columnas.



Interior del Aristi

Fachada del Aristi

ELEMENTOS VISUALES



Los elementos visuales que componen este Proyecto son principalmente: fotografías análogas propias, fotografías de archivo e ilustraciones elaboradas a partir de fotografías antiguas del barrio, con lo que se busca darle dinamismo a la exposición y representar el concepto principal (dualidad).

MÓDULOS

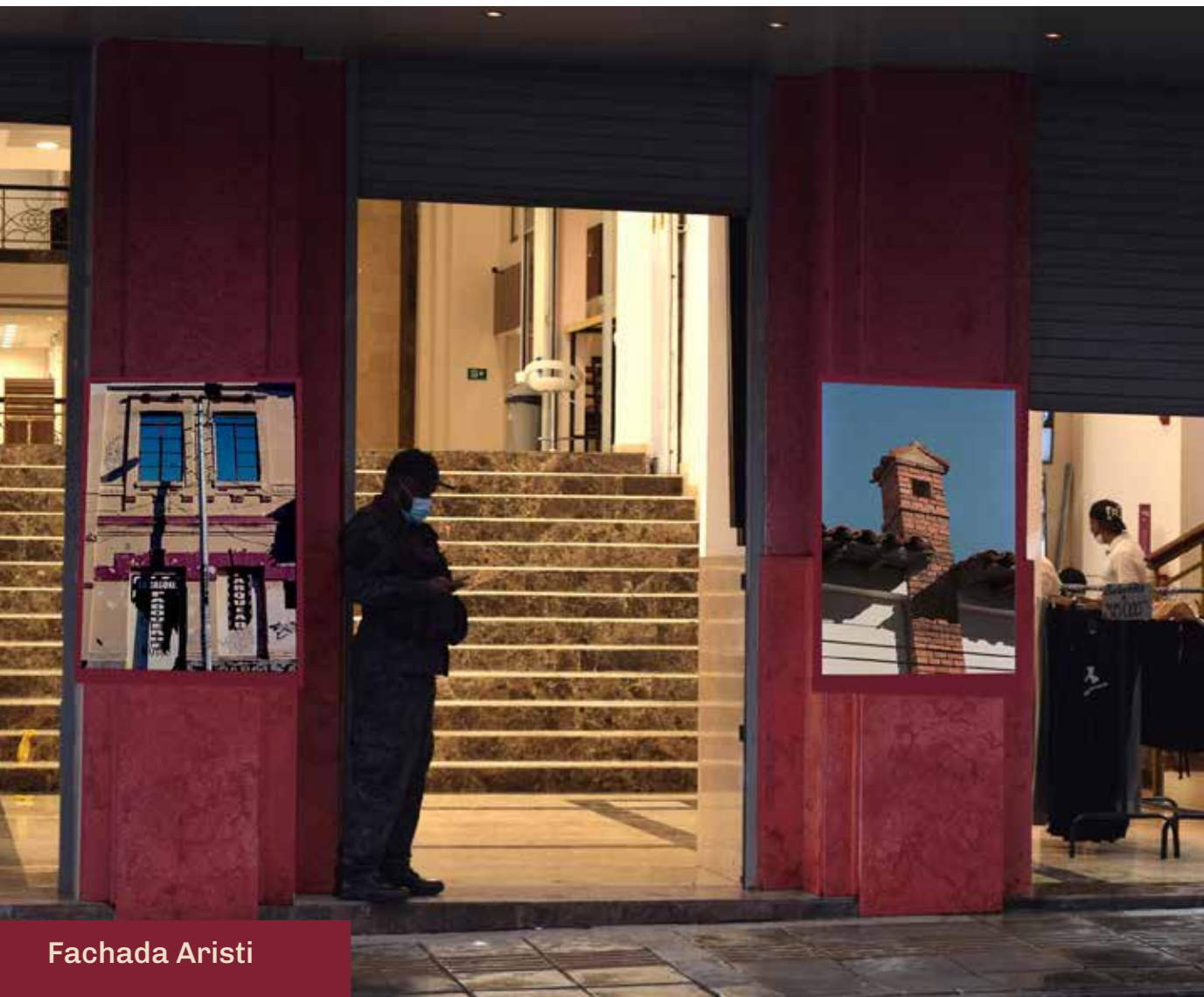
Fragmento de relatos históricos
riscos del barrio.

Fotografía o ilustración del barrio,
la cual se conecta con el texto.





BANNER DE BIENVENIDA:



Fachada Aristi

EXPOSICIÓN EXTERIOR:

Fotografías de detalles arquitectónicos del barrio impresas en rígidos y ubicadas en las columnas de la fachada del hotel Aristi. Estas fotografías hacen parte de la exposición, pero, también, de acuerdo a su ubicación, tienen el objetivo de crear expectativa en el transeúnte.



EXPOSICIÓN INTERIOR:

16 paneles ubicados a los extremos del interior del hotel Aristi. Cada panel tiene las dimensiones de 1.80 m (ancho) x 1.0 m y ser aimpreso en cartón corrugado.



CAMPAÑA DE EXPECTATIVA

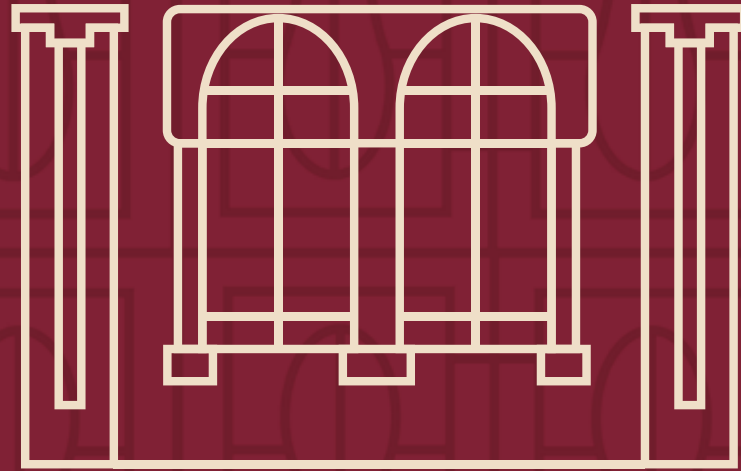
La campaña de expectativa consiste en una serie de carteles ilustrados y distribuidos por las paredes del barrio. Cada cartel contiene una frase enganchadora en la parte inferior, en el centro una abstracción de fragmentos arquitectónicos del barrio, y en la parte superior la fecha de lanzamiento de la exposición invitando a los transeúntes a su participación.

Carteles de expectativa



STAND DE SOUVENIRS:

La exposición se complementa con un conjunto de souvenirs (foto libro, pocillos, carteles y libretas) ubicados en un stand contiguo al panel de bienvenida. El objetivo de los souvenirs es incorporar de forma directa los elementos de la exposición a la cotidianidad del usuario objetivo.



PRUEBA DE USUARIO

NAVEGACIÓN DE PÁGINA WEB

Objetivo

Validar el impacto visual de la exposición, los elementos que la componen, las composiciones fotográficas, la legibilidad visual y los espacios físicos elegidos para su futura implementa-

Usuarios

- Una comerciante de Santa Rosa (presencial).
- Una transeúnte regular del barrio (virtual).



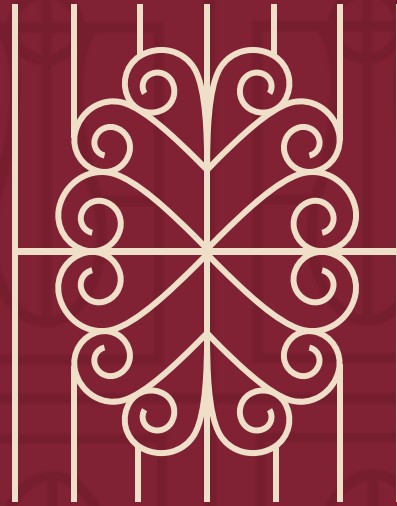
Olga Patricia Gómez (52 años)



Valentina Campos (28 años)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

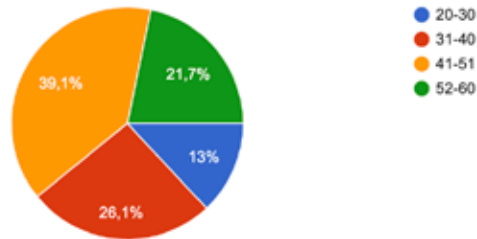
- **Las fotografías** son impactantes visualmente y dan a conocer una perspectiva novedosa de Santa Rosa, ya que le dan especial énfasis a detalles que no son usualmente visibles.
- **Los paneles** reflejan la memoria del barrio e invitan al espectador a seguir indagando en la historia de este.
- **Los textos** son concretos y de lectura mediana-rápida, y se relacionan con las fotografías que acompañan.
- **Las ilustraciones** son pertinentes porque le dan dinamismo visual a la exposición.
- **Las imágenes**, en general, utilizadas presentan acertadamente los hitos más reconocidos del barrio.
- **La gama de** colores es atractiva y evoca el barrio, según el usuario objetivo.
- Se pueden **involucrar otros sentidos** en la navegación de la página web. Se recomienda agregarle musicalización o sonidos representativos del barrio.
- Algunos textos son difíciles de leer en formato digital, por lo que se recomienda **subir los puntajes de estos.**
- El diseño del cabezote puede repensarse con una personalidad más **dinámica y menos rígida.**



Anexos y Referencias

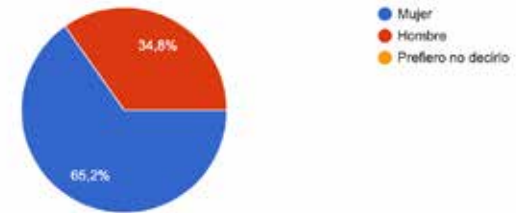
Edad

23 respuestas



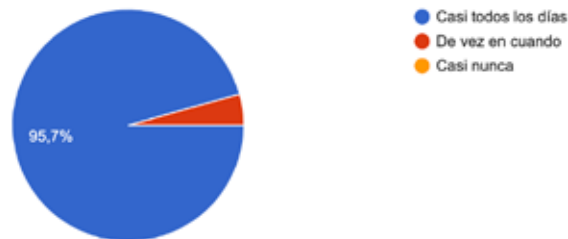
Género

23 respuestas



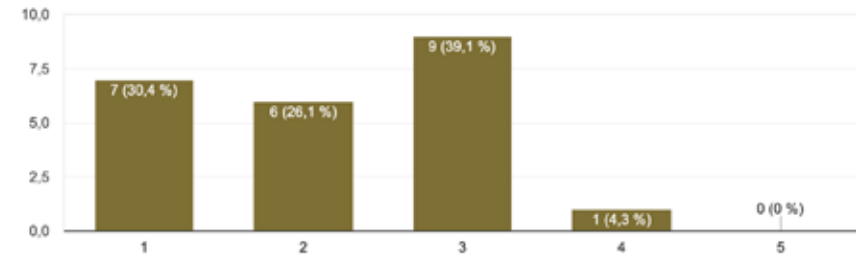
¿Cada cuánto frecuenta el barrio?

23 respuestas



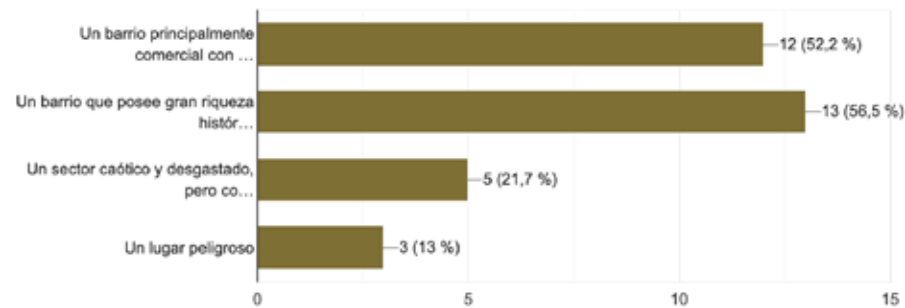
De 1 a 5 (siendo 1 lo mínimo y 5 lo máximo) ¿cuánto es su conocimiento histórico del barrio Santa Rosa?

23 respuestas



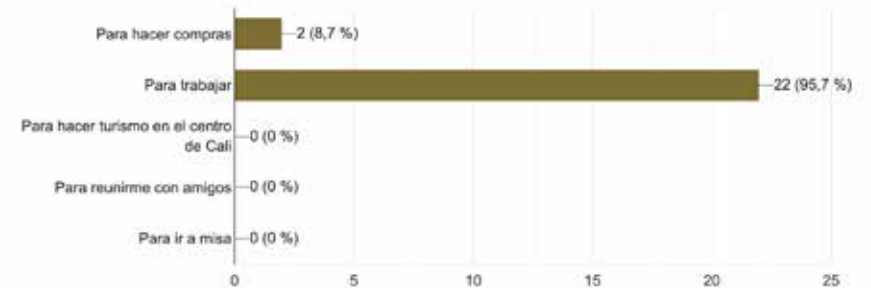
¿Cómo percibe a Santa Rosa?

23 respuestas



¿Con qué fines visita el barrio?

23 respuestas



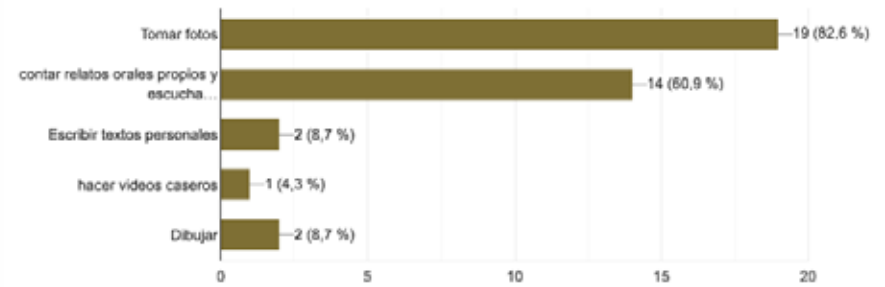
¿Cuáles sectores o lugares de Santa Rosa visita con más frecuencia?

23 respuestas

Hotel aristi
El comercio
Las Papelerías
Calle 9
Las papelerías
Solo el lugar de trabajo
Zona comercial
Sería la calle novena por q hay laboro
El hotel aristi

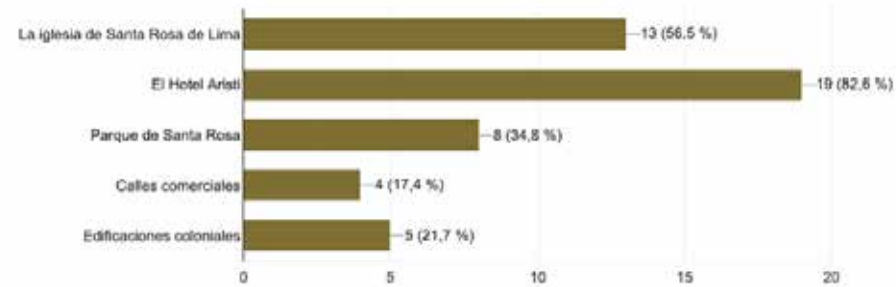
¿Qué herramientas utiliza más para hacer memoria (memoria: recordar sucesos, sentimientos del pasado)? (Puede elegir tres opciones)

23 respuestas



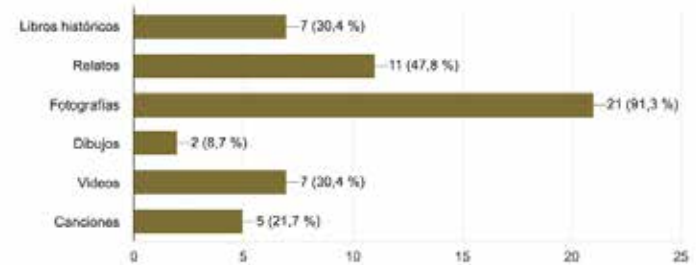
¿Qué lugares considera que son más representativos de Santa Rosa? (puede elegir tres respuestas)

23 respuestas



¿Qué elementos le parecen más valiosos para evocar el pasado?

23 respuestas



Referencias

Lizarazo, Patricia (2015). La política de transformación urbana del centro de Bogotá (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Bogotá, Colombia

Vásquez, Edgar (1982). Ensayo sobre la historia urbana de Cali. Ensayos sobre la historia del desarrollo urbano de Cali (pp. 10-63) Colombia, Cali: Universidad del Valle

Vásquez, Edgar (1990). Historia del desarrollo económico y urbano de Cali. Boletín socioeconómico, 20, pp. 2-28

González, M.P y Pajés, Joan (2014). Historia, memoria y enseñanza de la historia: conceptos, debates y perspectivas europeas y latinoamericanas. Historia y memoria (9). Pp 275-331.

Baer, Alejandro (2010). Memoria social: breve guía para perplejos. In J.A.ZAMORA y A.Sucasas (Eds.), Memoria-Política-Justicia. Editorial Trotta (pp. 131-148). Madrid: Trotta: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-128183>

Carrión, Fernando (2000). Lugares o flujos centrales: los centros históricos urbanos. CEPAL: Medio ambiente y desarrollo 9, pp.5-47

Lucumí, Marcela Patricia (2010). LA CONFIGURACIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA Y DE LA MEMORIA SOCIAL EN EL DIARIO EL COLOMBIANO: MOVILIZACIONES SOCIALES DE FEBRERO 4 Y DE MARZO 6 DE 2008. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Salguero, Alaidy y Marín, Juan Guillermo (2013). PLAN ESPECIAL DE MANEJO Y PROTECCIÓN – PEMP DEL CENTRO HISTÓRICO DE SANTIAGO DE CALI, VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA. 3er Congreso Iberoamericano y XI Jornada Técnica de Restauración y Conservación del Patrimonio. CIC-LEMIT, Argentina

CNRR (2009). Recordar y narrar el conflicto: herramientas para reconstruir memoria histórica. Fotoletras.SA. Colombia

Mansur, Juan Carlos (2017). Habitar la ciudad. Revista de filosofía Open Insight 14(8). pp.9-24

Arévalo, Marcos (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. Revista de estudios extremeños 60(3). pp.925-956

Heidegger, Martin (2001). "Construir, habitar, pensar". Conferencias y artículos. Barcelona: Del Serbal, 2001. 109-119. Medio impreso.

