

**MEMORIA COLECTIVA Y RECUPERACIÓN DE ESPACIOS - Tradición y encuentro en la plaza de
mercado de Cachipay Cundinamarca**

José Manuel Reyes Villarraga

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de Arquitectura y Artes

Programa de Arquitectura

Bogotá D.C, Colombia

2023

**MEMORIA COLECTIVA Y RECUPERACIÓN DE ESPACIOS - Tradición y encuentro en la plaza de
mercado de Cachipay Cundinamarca**

José Manuel Reyes Villarraga

Tesis presentada como requisito para obtener el título de: Arquitecto

Director Arq. Sara Luciani Mejía

Asesor Arq. Carlos Rueda Plata

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de Arquitectura y Artes

Programa de Arquitectura

Bogotá D.C, Colombia

2023

CONTENIDO

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
PÉRDIDA.....	6
BUSQUEDA.....	6
ENCUENTRO	7
RUTA	7
COLECTIVIDAD Y LUGAR	8
MATERIALIZACIÓN	11
RECUPERACIÓN	15
REFERENCIAS.....	17

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Collage- Colectividad	9
Ilustración 2 Pasaje- espacio público y escalera rampa	12
Ilustración 3 Plataforma lateral	12
Ilustración 4 Plazoleta de comidas	13
Ilustración 5 Circulaciones	14
Ilustración 6 Mobiliario en el proyecto	15
Ilustración 7 Espacio Público y colectividad	16
Ilustración 8 Plaza parque.....	16

MEMORIA COLECTIVA Y RECUPERACIÓN DE ESPACIOS - Tradición y encuentro en la plaza de mercado de Cachipay Cundinamarca

RESUMEN

Las plazas de mercado en Colombia y en el mundo, son espacios principalmente de comercio, colectivo y puntos de encuentro, de gran importancia en los territorios ya que generan y poseen la capacidad de representar en el territorio la identidad de una comunidad, de preservar la memoria, la tradición, la cultura y de articular la vida urbana con la vida rural del territorio.

Teniendo como punto de partida lo anteriormente expuesto, este proyecto busca abordar el desarrollo del diseño de una plaza de mercado, con la premisa de construir sobre lo construido, emplazando el proyecto en el predio de propiedad del municipio de Cachipay Cundinamarca, donde se ubica y funciona actualmente la plaza municipal de mercado, como una intervención para la reestructuración, optimización y recuperación del espacio representado en este equipamiento.

La nueva plaza de mercado busca revitalizar el espacio colectivo existente, incentivando las interacciones, sensaciones y dinámicas colectivas mediante el diseño de micro ambientes y entornos adecuados para ello, donde el pasear, el estar, el permanecer, el encuentro, el circular y la dinámica propia del comercio, se amalgamen para recuperar y preservar la memoria y la cultura colectiva que debe evocar un equipamiento de estas características en el territorio, adicionalmente desde la propuesta de la materialidad como elemento de identidad del entorno, articulador entre el objeto arquitectónico, la experiencia del usuario ocasional, la idiosincrasia de los pobladores y la identidad del territorio en el que se emplaza.

De esta forma se decide postular esta intervención, teniendo en cuenta que durante generaciones este espacio ha sido un hito comercial, cultural y de gran tradición en el municipio, sin embargo, en las últimas décadas su infraestructura ha sufrido un evidente deterioro y degradación, no solo en su aspecto visual y físico, con una alta deficiencia en la calidad de sus espacios, al igual que en la falta de cultura ciudadana y apropiación por parte de propios y foráneos, que se contrasta con una creciente demanda de todos los sectores que allí interactúan, con la añoranza de las dinámicas y actividades que allí se solían presentar, para buscar no solo la recuperación el espacio físico y cultural, y de la memoria colectiva a través de un equipamiento basado en lo colectivo.

ABSTRACT

Market places are collective spaces of great importance in the territories since they generate and have the capacity to represent the territory, to preserve the memory, the tradition and to articulate urban life. Due to the above, this project seeks to develop the design of a market place that will be located in the site where the current market place of the municipality of Cachipay Cundinamarca is located, as an effort for the recovery of the space.

The new market square seeks to revitalize the existing collective space, encouraging interactions, sensations and collective dynamics through the design of micro environments and environments

suitable for it, where to stay and meet, circulate and trade are amalgamated to recover and preserve the collective memory that should evoke the equipment in the territory, also using the materiality as an articulating element between the architectural object, the user experience and the identity of the territory in which it is located.

In this way it was decided to generate this intervention given that for generations this space has been a commercial and cultural axis of great tradition in the municipality, however in the last decades the square has suffered an evident degradation not only in its material aspect, or in the deficiency of its spaces for the growing demand of the sector, but also in the dynamics, interactions, and activities that used to be presented there, thus recovering the space and the collective memory through a collective equipment.

Palabras clave: Memoria colectiva, memoria cultural, espacio colectivo, recuperación, preservación, identidad.

Key Words: Collective memory, collective space, recovery, preservation, identity.

PÉRDIDA

La arquitectura en general ha sufrido un proceso de estandarización constructiva y de diseño, lo que ha generado un permanente ciclo de homogeneización de los espacios provocando una pérdida progresiva de la identidad y la memoria cultural en los espacios colectivos.

Los espacios colectivos son elementos de gran importancia en la ciudad, ya que generan y poseen la capacidad de representar el territorio y su gente, capacidad de preservar la memoria y de articular la vida urbana con la vida rural; explicado en palabras de Muxi & Borja en su texto Centros y espacios públicos como oportunidades (2001)

“Son la “diferencia” más relevante de cada ciudad, la parte de la misma que puede proporcionar más “sentido” a la vida urbana, excepto cuando se especializan y se homogeneizan hasta que todos se parecen. O se deterioran y se convierten en áreas marginales.” (p.116).

Dicha homogeneización le impide al espacio colectivo establecer una identidad única, una memoria colectiva acorde al territorio, que se encargue de acentuar la “diferencia” de la ciudad. Es por ello que surge la pregunta ¿Cómo heterogenizar un espacio colectivo a partir de la de la memoria colectiva y recuperación del mismo?

BÚSQUEDA

Para ello se aborda el tema del análisis, diagnóstico, crítica e intervención de los espacios colectivos, buscando como elemento principal la definición de lo que es el espacio colectivo, que en palabras de Maurice Cerasi (1990) se define

“Como el sistema unitario de espacios y de edificios englobados en el territorio urbanizado que tienen una incidencia sobre la vida colectiva, que definen un uso común para amplios extractos de la población y que constituyen la sede y los lugares de su experiencia colectiva.”

Logrando un acercamiento al ámbito de la reconversión e identidad, buscando generar una visión desde la lógica de la arquitectura y establecer su aplicación en el proyecto arquitectónico.

ENCUENTRO

Debido a lo anterior es importante abordar el tema de la reconversión e identidad en espacios colectivos, dado que dichos espacios marcan la pauta y contribuyen a la articulación, resignificación y representación de la identidad del territorio en el que se emplaza, regenerando el lenguaje arquitectónico y percepción desde y como centro de ciudad, así, Cerasi (1990) afirma que

“Se puede comprender entonces como la definición del conjunto de los «espacios colectivos» descende de un específico modo cultural, histórico, geográfico y espacial, en función de vivir el espacio urbano en un determinado período, en una determinada ciudad, de atribuir significados y jerarquías de uso o de cultura a las partes de la ciudad.”

Así mismo es necesario regenerar la identidad en los espacios colectivos dado que la pérdida de esta genera una serie de consecuencias y reacciones relevantes para la preservación y potencialización de la identidad del territorio, explicado, en palabras de Jordi Borja y Zaida Muxi en su texto Espacio público, ciudad y ciudadanía (2001)

“Cuando la ciudad pierde su cualidad de autorrepresentación se produce una reacción social y cultural de retorno al espacio público. Es una reacción que a menudo mezcla el “passeisme” (que es una expresión francesa que se refiere a la recuperación de forma arquitectónicas de épocas pasadas) y a la modernidad, la mitificación del pasado y una propuesta de síntesis para el futuro, demanda local y valores universales.”

Por esta razón se establece como objetivo heterogeneizar el espacio a través de un equipamiento colectivo que recupere y preserve la memoria colectiva vinculando el concepto de reconversión e identidad en la arquitectura, con los espacios colectivos, identificando los elementos culturales, naturales del entorno y arquitectónicos del lugar que pueden funcionar como medios identitarios, aplicando estrategias de diseño que contribuyan a la reconversión y recuperación de la identidad de la plaza de mercado, que revitalicen y rearticulen las dinámicas colectivas del sector.

ruta

Para dicho fin, la metodología para desarrollar este proyecto se generó a partir de dos enfoques: teórico y proyectual, formulando el proyecto con base en autores que aportan la plataforma teórica para la justificación del tema, problema y objetivo, como Maurice Halbwachs, Maurice Cerasi y Zaida

Muxi, el análisis de referentes arquitectónicos que abordan la temática escogida, argumentación del proyecto; delimitando los conceptos centrales, así como un análisis de referentes enfocados al uso, implantación y contexto donde se desarrollará el proyecto, , que en este caso será en la plaza de mercado del municipio de Cachipay Cundinamarca, obteniendo como producto el concepto de plaza parque y una aproximación volumétrica y espacial.

COLECTIVIDAD Y LUGAR

La plaza de mercado como elemento tradicional y característico de los municipios colombianos, posee dentro de sí un valor más significativo que la función comercial y de abastecimiento que cumple per se, al socavar su importancia y trasfondo, podemos llegar hasta lo mas profundo de las vidas de miembros de las comunidades que habitan estos territorios, de como estos espacios han hecho posible el empleo, y la subsistencia de cientos de familias, que han perpetuado su labor comercial generación, tras generación, los recuerdos de los eventos, ferias comerciales campesinas, trueques, fiestas que allí se realizaban, en donde los padres y abuelos llevaban a sus hijos y nietos a departir con otras personas, los niños riendo, jugando, los adultos negociando, confirmando rumores, o creando nuevos, personas desconocidas se volvían colegas, socios, pareja, la plaza de mercado no solo cumplía la función de abastecer a las familias de los comerciantes y compradores, sino que también era un espacio donde se formaban lazos, amistades y familias.

Podríamos decir que era un núcleo social, un centro urbano con aires de lo rural, un lugar en donde lo colectivo reinaba, las dinámicas, el intercambio y la interacción hacían posible sus funciones más básicas, la de brindar un servicio o un producto a sus usuarios era la consecuencia de esa base colectiva que motivaba al usuario a ir allí.



Ilustración 1 Collage- Colectividad

Teniendo en cuenta lo anterior, esta intervención arquitectónica plantea reinstaurar estas dinámicas en el equipamiento, buscando reposicionarlo como ese núcleo dinámico que fue en los años 80's, y recuperando la memoria colectiva del lugar a través de la recuperación misma del espacio, lo cual se apoya en palabras de Maurice Halbwachs:

“Es en este sentido que exista una memoria colectiva y los marcos sociales de la memoria, es en la medida en que nuestro pensamiento individual se reubica en estos marcos y participa en esta memoria que sería capaz de recordar...eso que llamamos los marcos colectivos de la memoria serían el resultado, la suma, la combinación de los recuerdos individuales de muchos miembros de una misma sociedad.”

El proyecto busca desarrollarse entorno a los conceptos, de encuentro, interacción, colectividad, intercambio y recordación, por que a pesar de como Halbwachs lo expone, el origen de la memoria colectiva es el pensamiento individual, dependemos de un factor, o ente externo que nos haga recordar ese pensamiento, Maurice Halbwachs lo define así en su texto La memoria colectiva (1950):

“Posiblemente nos conceda que un gran numero de recuerdos reaparecen dado que otras personas los evocan en nosotros: también se concederá que cuando estos hombres no se encuentran presentes se puede hablar de memoria colectiva, dado que evocamos un evento que ocurre en la vida de nuestro grupo, y que lo valoramos desde el punto de vista de este grupo” (p.15)

Por ende, la nueva plaza de mercado aplicará el concepto de encuentro el cual es la base principal en donde se sustenta la memoria colectiva, a través de espacios con recorridos definidos y en distintos sentidos, circulaciones que se entrecrucen y elementos de conexión entre los diferentes

niveles, por medio de mobiliario dispuesto de forma continua, cercana y enfrentada, y espacios amplios aptos para la permanencia, se motivará a los usuarios a interactuar entre sí, dichas interacciones serán el resultado del encuentro y darán paso a la materialización de las dinámicas colectivas dentro de la plaza, posicionando el equipamiento como un contenedor de espacios compartidos, lo cual hace del proyecto arquitectónico el lugar apto para el comercio de diversos productos, e intercambio de elementos, vivencias y recuerdos, los cuales surgirán gracias a elementos del territorio representados en el objeto arquitectónico, como la materialidad, vegetación, enmarcación de visuales, y articulación con el contexto inmediato, así como espacios aptos para muestras culturales y artísticas propias del lugar y de la región.

De allí deriva el concepto de **Plaza Parque**, las dinámicas comerciales que en esencia se desarrollan en una plaza de mercado, se articularán con gran variedad de actividades dentro del equipamiento, el lugar de abastecimiento por excelencia, será también un centro experiencial en el territorio que se emplaza, todo esto motivado por el concepto de la colectividad, del conjunto de individualidades que materializan un todo, esta amalgama entre lo comercial, lo cultural, lo social y lo colectivo dan origen a un equipamiento híbrido, de comercialización y experiencias que generarán recordación y una simbiosis entre todos sus actores.

La recordación será parte fundamental de los componentes conceptuales de la plaza parque, dado que, al ser la memoria colectiva el resultado de un conjunto de recuerdos, se debe buscar el mayor impacto posible en el usuario con elementos que reconozca o asocie, lo cual influirá en la creación de los recuerdos, esté impacto en la memoria del usuario lo explica Maurice Halbwachs en su texto La memoria colectiva (1950):

“La sucesión de recuerdos, incluso aquellos más personales, se explica siempre por los cambios que se producen en nuestras relaciones con los diversos medios o ambiente colectivo, es decir, por las transformaciones de estos medios, cada uno de ellos tomado por separado y en conjunto.” (p.33)

Dichos elementos o medios que reconozca el usuario serán renovados o reinterpretados, de tal suerte que en ellos se produzca esa “transformación” y así se de esa sucesión de recuerdos, elementos del pasado serán reinterpretados e incluidos en la actualidad, se podría decir que esto originará una recordación colectiva, a pesar de que la experiencia la vive cada individuo por separado, sabemos que los recuerdos regresarán en la mayor parte de los casos por un factor o ente externo, sin embargo lo que lo refuerza es el entorno, lugar, momento o condición en donde este proceso ocurre, que evoca ese pasado que se hace presente en el recuerdo, en palabras de Maurice Halbwachs en su texto La memoria colectiva (1950):

“Para que la memoria de otros venga a reforzar y completar la nuestra, hace falta. Decíamos, que los recuerdos de estos grupos tengan una relación con los sucesos que constituyen nuestro pasado, cada uno de nosotros es miembro a un tiempo de múltiples grupos, de mayor o menos amplitud”(p.66)

Todo esto es gracias al intercambio entre grupos; de experiencias, de situaciones, de vivencias y de rumores, así, llegamos a ver que lo colectivo se deriva del intercambio, y ese intercambio genera variables y matices, dado que la memoria o el recuerdo al ser individuales y únicos, no son absolutos, de esta forma, existen múltiples memorias colectivas, que convergen en cierto punto. Con esto, se

busca que el equipamiento genere tantos recuerdos individuales y experiencias como sea posible, para así nutrir esa gran y diversa memoria, expandiéndola hasta la actualidad.

De esta forma el marco conceptual, brinda la ruta para las estrategias y decisiones que se aplicaron en el diseño formal de la plaza, haciendo que todos y cada uno de los espacios cumplan con una función específica, que dé cuenta de las distintas dinámicas colectivas y como ellas conducirán a la recuperación de la memoria en los espacios colectivos.

MATERIALIZACIÓN

Para esto se tomaron las siguientes decisiones en su diseño:

Permeabilizar el equipamiento para el fácil acceso a la plaza de mercado y la óptima articulación con el entorno inmediato en su basamento.

Ampliar tanto el espacio de comercio, la circulación, la permanencia y la altura, contribuyendo al confort térmico, lumínico y visual, contando con una circulación fluida dentro del equipamiento, con la generación de interacciones entre los usuarios y comerciantes y la correcta organización espacial interna, que corresponda a las necesidades de una comunidad que reside y visita.

Elevar y multiplicar niveles en altura para el correcto aislamiento de actividades y dinámicas según corresponda, elevando al usuario, aislándolo del contexto inmediato.

Y ENMARCAR el paisaje, cumpliendo la función de captar la atención del usuario, permitiendo crear una amplia y activa representación del territorio dentro del equipamiento.

Por consiguiente, se propone crear tres (3) niveles en el proyecto, y emplazarlo por medio de un aterrazamiento hacia el nivel más bajo y un acceso peatonal al nivel intermedio dado que la topografía del predio es inclinada, adaptándonos al terreno.

El programa arquitectónico se basa en el comercio de los productos autóctonos del municipio y de la región, aprovechamiento y procesamiento de los mismos, y espacios para la permanencia e interacción de los usuarios dentro del proyecto.

En la primera planta, que corresponde al nivel menos uno (-1), se dispondrán los cuartos fríos, almacenes, bodegas, centros de acopio y procesamiento de fruta, área de desechos y basura, elevador de carga, una gran escalera que será el punto fijo de circulación del proyecto, este nivel cumplirá la función de pasaje permitiéndole al usuario cruzar caminando y disfrutando la manzana a través del equipamiento, conectando la vía peatonal con el nivel menos uno (-1) mediante una escalera-rampa.

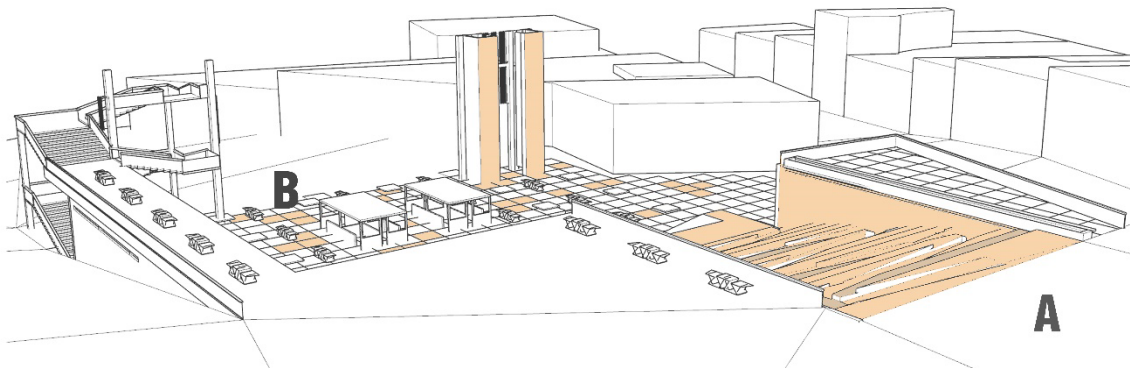


Ilustración 2 Pasaje- espacio público y escalera rampa

En la segunda planta, que corresponde al nivel uno (1), la placa de entepiso que cubre los cuartos técnicos hará la vez de plataforma - mirador, generando un ingreso lateral externo elevado, al nivel de la vía peatonal, en este nivel se encontrarán locales y espacios de permanencia.

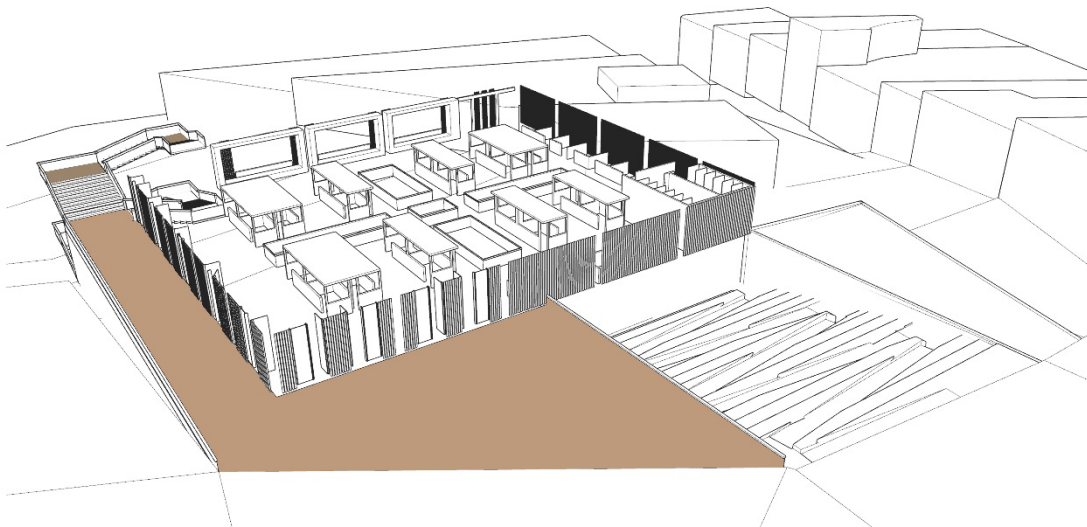


Ilustración 3 Plataforma lateral

Al igual que la tercera planta que corresponde al nivel 2, la cual cuenta con la mayor altura, teniendo la mejor visual de cordillera occidental, del nevado del Ruíz y del nevado del Tolima y en la que se ubicará la plazoleta de comidas típicas, y locales comerciales de distintos productos.

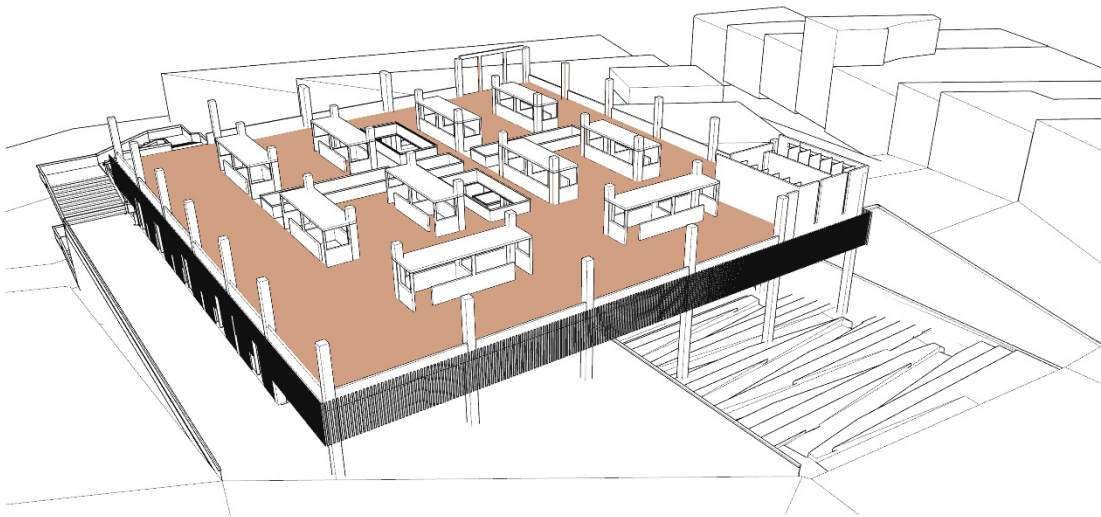


Ilustración 4 Plazoleta de comidas

Las circulaciones dentro del proyecto están dispuestas de la siguiente manera:

En los elementos de conexión y las plataformas, presentan una circulación lineal y extendida a cada uno de los niveles del proyecto, en el nivel dos (2), los locales fueron dispuestos de tal forma que las circulaciones se generen en el centro de los pasillos, entre los locales, motivando al encuentro entre los usuarios, la interacción y facilitando las dinámicas comerciales, por otra parte, en el nivel tres (3), los locales de comidas típicas se sitúan en el centro del espacio, generando una circulación perimetral a los bordes de esta planta, haciendo que el usuario tenga la posibilidad de una permanente contemplación del paisaje lejano .

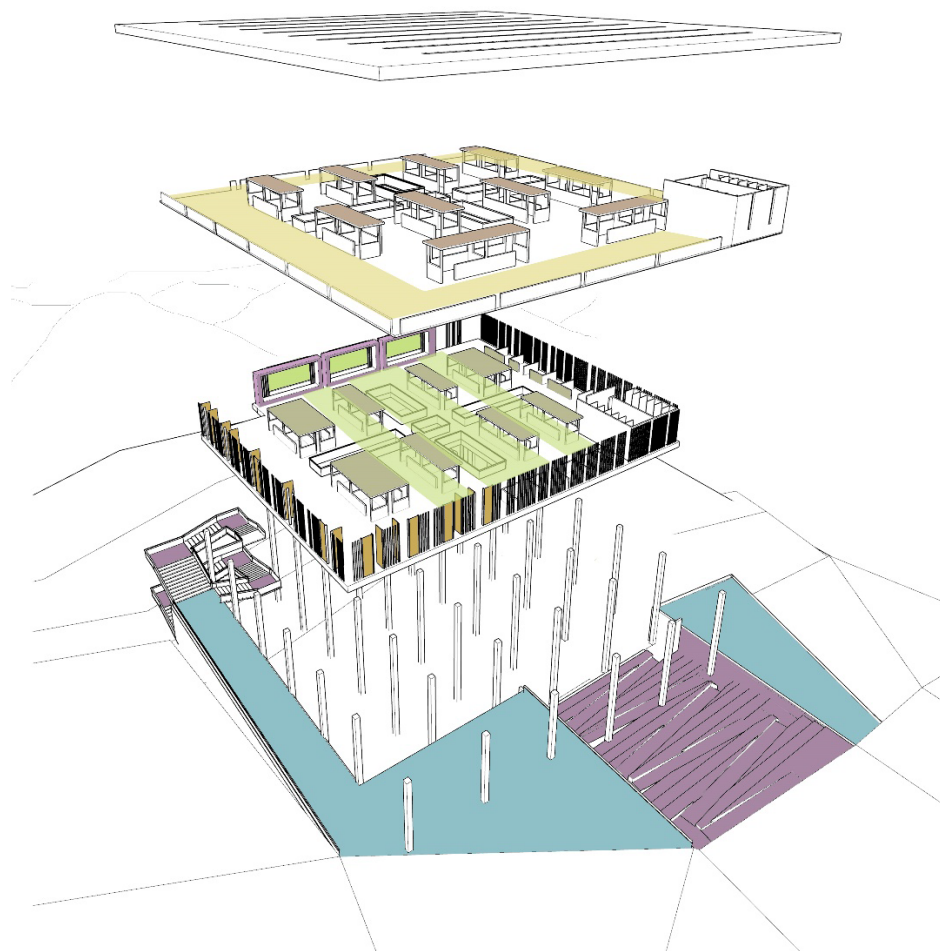


Ilustración 5 Circulaciones

Así mismo se buscará generar a través de la materialidad un acercamiento a la experiencia del usuario, evocando recuerdos del territorio y representándolos en el equipamiento.

En este caso, la envolvente será hecha con perfiles de guadua inmunizada, la cual es un material abundante y característico de la región, dándole un lenguaje articulado con el entorno y el lugar en donde se emplaza el proyecto, funcionando como una membrana semipermeable que brindará confort térmico y lumínico al proyecto. Cabe comentar que el municipio de Cachipay cuenta con tres pisos térmicos frío, templado y cálido, en los dos últimos se aprecian varias clases de guadua, con presencia de esta planta, casi que obligada en todas las fincas del municipio, y en especial sobre las rondas de los cuerpos de agua que bañan el casco urbano y el área rural. Es así que la clase y la calidad del material que se produce de manera natural en la zona se puede asemejar en calidad con el material de guadua que se produce en el departamento del Quindío.

Del mismo modo el mobiliario, (tanto las bancas como los locales) se propone sean hechos en láminas de GUALAM, EL CUAL ES UN MATERIAL a base de guadua desarrollado por la Universidad

Piloto de Colombia, proporcionando así una relación entre la materialidad del proyecto, la flora y el medio ambiente local y la identidad del entorno.

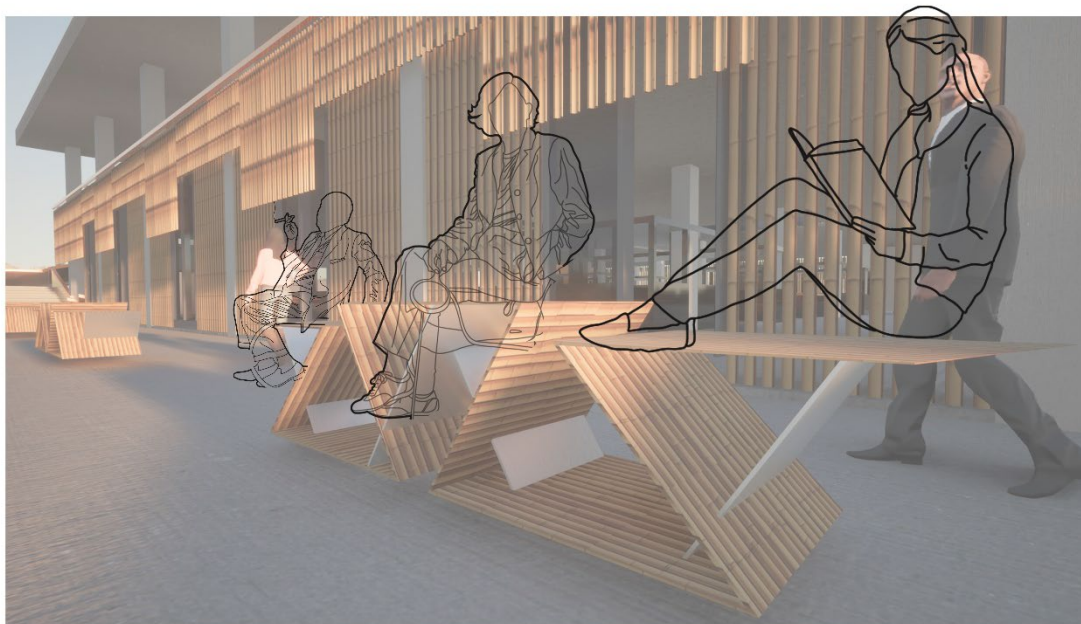


Ilustración 6 Mobiliario en el proyecto

El espacio público contará con zonas de permanencia y circulación, amplitud en los espacios y mobiliario dispuesto de tal forma que las dinámicas colectivas se originen dentro de la plaza, todo el espacio público se diseñó en torno al concepto de ENCUENTRO, por ende, los espacios se desarrollan de forma continua, y el mobiliario se organiza de forma cercana y enfrentada entre sí, para generar interacción entre los usuarios.

RECUPERACIÓN

En síntesis, el proceso de elaboración del proyecto permitió identificar como los espacios a través de la arquitectura pueden ser adecuados, para que las dinámicas que generan y fortalecen la memoria colectiva se lleven a cabo, estableciendo lugares amplios, confortables, con recorridos y lugares de permanencia en torno a un uso en específico como el comercio dentro del equipamiento, proyectándolo como un lugar de múltiples experiencias, intercambios y encuentros.



Ilustración 7 Espacio Público y colectividad

Dentro del proceso se presentaron dificultades para lograr amalgamar la renovación y recuperación de un espacio, con la memoria colectiva, la tradición y la evocación del pasado, dado que se suelen entender como conceptos opuestos, el guardar la identidad y memoria dentro de un “recipiente arquitectónico” nuevo, fue complicado, sin embargo, por medio de la materialidad, los espacios diseñados específicamente para continuar con las dinámicas tradicionales dentro de la plaza de mercado y la relación con su entorno inmediato y lejano, permitieron hacer que en la propuesta se lograran incorporar todos estos elementos, refrescando de cierta forma la manera de percibir y diseñar una plaza de mercado municipal típica, revalidando la afirmación de que la memoria colectiva es la suma de situaciones, la combinación de sensaciones, experiencias y recuerdos individuales de muchos miembros de una misma sociedad en un espacio y momento específico como conclusión.



Ilustración 8 Plaza parque

REFERENCIAS

Borja, J., & Muxi, Z. (2001). Centros y espacio públicos como oportunidades. *Perfiles latinoamericanos*, 115-130.

Borja, J., & Muxi, Z. (2003). *Espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Editorial Electa.

Cerasi, M. (1976). *El espacio colectivo de la ciudad*. Editorial Oikos-Tau.

Halbwachs, M. (1950). *Memoria colectiva*.