



# ALTARIA

LA CUMBRE DEL COLORADO

2022

DISEÑO INTEGRAL A PARTIR DE LOS ELEMENTOS HISTÓRICOS Y  
ARTÍSTICOS DEL TEMPLO DE SANTIAGO APÓSTOL PARA POTENCIAR EL  
TURISMO SOSTENIBLE EN SAN JUAN DE PASTO.

*Autores:*

MARÍA FERNANDA RAMÍREZ ARÉVALO  
CARLOS EDUARDO JIMÉNEZ DONOSO

UNIVERSIDAD CESMAG  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y BELLAS ARTES  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO  
PROYECTO DE GRADO  
SAN JUAN DE PASTO  
2022

DISEÑO INTEGRAL A PARTIR DE LOS ELEMENTOS HISTÓRICOS Y  
ARTÍSTICOS DEL TEMPLO DE SANTIAGO APÓSTOL PARA POTENCIAR EL  
TURISMO SOSTENIBLE EN SAN JUAN DE PASTO.

Autores:

MARÍA FERNANDA RAMÍREZ ARÉVALO  
CARLOS EDUARDO JIMÉNEZ DONOSO

Asesor:

FERNANDO CORAL BUSTOS

UNIVERSIDAD CESMAG  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y BELLAS ARTES  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO  
PROYECTO DE GRADO  
SAN JUAN DE PASTO  
2022

Universidad CESMAG  
Facultad de Arquitectura y Belas Artes  
Programa de Diseño Grafico

Diseño integral a partir de los elementos históricos y artísticos del templo de Santiago Apóstol para potenciar el turismo sostenible en San Juan de Pasto.

María Fernanda Ramírez Arévalo

Carlos Eduardo Jiménez Donoso

San Juan de Pasto, Julio de 2022



## **Nota De Responsabilidad**

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de su autor y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.



## **Nota De Aceptación**

Jurado:  
Paula Murillo

Jurado:  
Ramón Ortega

Asesor:  
Fernando Coral



## Dedicatoria

A nuestro asesor Fernando Coral por su ayuda en todo este proceso, porque, siempre estuvo inmerso en nuestro proyecto y nos brindó la valentía, entusiasmo y dedicación, para poder desarrollarlo, porque siempre creyó en nosotros.

A nuestros padres por siempre estar con nosotros apoyándonos, motivándonos, por sus palabras de aliento, ya que con ello logramos tener todo el ánimo para no darnos por vencidos, y lograr los resultados deseados, porque siempre nos apoyaron y estuvieron con nosotros.

A nuestra profesora Paula Murillo coordinadora de Semilleros de investigación de diseño gráfico de la una Universidad Cesmag, que con su enseñanza y amparo nos permitieron participar en diferentes eventos los cuales nos ayudaron a tener más confianza, empoderamiento y una mejor capacidad de comprensión de la importancia de nuestro proyecto.

Finalmente, a nosotros por ser tan constantes, porque gracias a nuestra excelente comunicación e ímpetu logramos llegar hasta este punto, porque siempre nos dimos la mano en cada dificultad y la logramos solucionarlo juntos, por que logramos desarrollar un proyecto en equipo excelente y porque gracias a eso hoy tenemos este resultado.



## Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por acompañarnos en todo este proceso y permitirnos llegar hasta este resultado.

Gracias a nuestros docentes que, con su conocimiento y paciencia permitieron que este proyecto reflejara unos resultados deseados, puesto que sin su ayuda este proyecto no se hubiese desarrollado de la misma forma, gracias a ustedes que estuvieron en todo este proceso y vieron crecer el proyecto y a nosotros como profesionales, gracias por el ánimo y por la motivación.

Gracias a nuestra familia que estuvo presente y nos acompañó, brindó ánimo y apoyo, por que siempre nos motivaron y creyeron en nosotros.

Finalmente, gracias a nosotros por tanta dedicación esfuerzo y compromiso para con este proyecto, porque, aunque no fue sencillo nos permitió observar la investigación y ser partícipes de ellas con herramientas y resultados deseados.





## **Resumen Analítico de Estudio (RAE)**

### **Códigos Estudiantiles:**

María Fernanda Ramírez Arévalo E009217

Carlos Eduardo Jiménez Donoso E013217

### **Acceso al documento:**

Universidad CESMAG

### **Facultad:**

Arquitectura y Bellas Artes

### **Publicación:**

Julio de 2022

### **Autores:**

María Fernanda Ramírez Arévalo

Carlos Eduardo Jiménez Donoso

### **Título del proyecto:**

Diseño integral a partir de los elementos históricos y artísticos del templo de Santiago Apóstol para potenciar el turismo sostenible en San Juan de Pasto.



# **RESUMEN**

## **Abstract**



La finalidad de este proyecto es desarrollar los elementos gráficos de una propuesta integral que potencie el turismo sostenible del Templo de Santiago Apóstol, ubicado en la ciudad de Pasto, Nariño, Colombia; ya que este no cuenta con estrategias que respondan a las necesidades del usuario (identidad, promoción, orientación, pregnancia y servicio) con el objetivo de salvaguardar su patrimonio, desde el diseño gráfico y experiencia de usuario.

*Palabras Clave:* patrimonio, turismo sostenible, experiencia de usuario, diseño



This project aims to develop the required graphic elements for an integral design to improve the sustainable tourism of the temple named “Santiago Apóstol”, which is located in San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. This structure has no a strategy to meet the user’s requirements such as identity, promotion, orientation, pregnancy and service in order to safeguard the heritage from the graphic design and user experience.

*Keywords:* heritage, sustainable tourism, user experience, integral design



# TABLA DE CONTENIDO

Lista de Fotografías.....	18
Lista de Figuras.....	20
Introducción.....	22
Objeto de Investigación.....	24
Contextualización.....	24
Macro contexto.....	24
Micro contexto.....	27
Problema de Investigación.....	28
Descripción Del Problema.....	28
Formulación Del Problema.....	31
Justificación.....	32
Objetivos de la Investigación.....	36
Objetivo General:.....	36
Objetivos Específicos:.....	36
Área de Investigación.....	37
Línea de Investigación.....	38
Metodología de Investigación.....	38
Enfoque.....	38
Método.....	40
Unidad De Análisis.....	41
Población.....	41
Muestra.....	41
Técnicas:.....	42
Recolección de información.....	43
Instrumentos:.....	43
Contenido de Capítulos.....	44
TEMPLO DE SANTIAGO APÓSTOL.....	47
Descripción Estético – Formal.....	48
Arquitectura Religiosa.....	49
Tipologías Arquitectónicas.....	52
Evolución Histórica.....	55
Piezas Artísticas.....	56
Descripción Práctico-Funcional.....	60
Función Religiosa.....	61
Entorno.....	62
Descripción Simbólica.....	64
Valor Simbólico.....	65
Conceptualización tipología patrimonial.....	68
Salvaguarda, conservación y exaltación.....	69
Valor Histórico – Representativo.....	71
TURISMO SOSTENIBLE.....	73
Turismo.....	74
¿Qué es el turismo?.....	75
Desarrollo Histórico.....	76
Efectos del turismo.....	77
Turismo Religioso.....	78
¿Qué es el turismo religioso?.....	79
Turismo Religioso Mundial.....	80
Turismo Religioso en Colombia.....	84
Turismo Religioso en San Juan de Pasto.....	86
Turismo Sostenible.....	96
¿Qué es el turismo sostenible?.....	97
Latinoamérica en el turismo sostenible.....	99
Colombia en el turismo sostenible.....	100
Turismo Religioso y Turismo Sostenible.....	101
Referente Nacional.....	103
Referente Internacional.....	106



## Estructura General del Proyecto



## Capítulo 1 Marco Teórico



## Capítulo 2 Marco Teórico

DISEÑO INTEGRAL.....	109
Concepto.....	110
¿Qué es el diseño integral?.....	111
Características técnicas.....	112
Características conceptuales.....	113
Características estructurales.....	114
Service Design.....	115
Arquitectura de Información.....	117
UX Experiencia de Usuario.....	118
Caracterización de estrategias.....	120
Visual.....	122
Museografía.....	123
Producción Audiovisual.....	126
Gráfico.....	128
Identidad Corporativa.....	129
Señalética.....	132
Campaña publicitaria de Difusión.....	134
DESARROLLO GRÁFICO Y CONCEPTUAL.....	137
Contextualización.....	138
Concepto de diseño.....	138
Hito de una ciudad.....	144
Resignificar.....	144
Ascensión.....	144
Tendencia de diseño.....	145
Mapa Metodológico.....	152
Metodología de Diseño Proyectual.....	153
BASA: Fase Analítica.....	154
FUSTE: Fase Creativa.....	162
Estado del Arte.....	168
CAPITEL: Fase Ejecutiva.....	178
Caracterización de usuario.....	180
Arquitectura de Creación Artefactos de Diseño.....	182
Identidad Corporativa.....	185
Medios de Difusión.....	195
Señalética.....	205
Museografía.....	213
Diseño de Servicio.....	223
Indicadores de Efectividad.....	228
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.....	237
Replicabilidad.....	238
Conclusiones.....	244
Recomendaciones.....	245
Bibliografía.....	246

## Capítulo 3 Marco Teórico

## Capítulo Prototipado

## Capítulo Resultados de Investigación

# Lista de Fotografías

Fotografía 1. Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 22

Fotografía 2. Panorámica San Juan de Pasto Fuente: Elaboración propia..... 25

Fotografía 3. Vista Contrapicada Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 26

Fotografía 4. Vista Aérea Templo de Santiago Apóstol Fuente: Meneses (2021)..... 29

Fotografía 5. Torre Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 32

Fotografía 6. Torre Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 35

Fotografía 7. Escultura San José - Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 39

Fotografía 8. Vitral Nave Central - Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 40

Fotografía 9. Frame Extraído - Entrevista Fernando Coral Fuente: Elaboración propia..... 41

Fotografía 10. Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 48

Fotografía 11. Muros y Pilastras – Templo de la Sagrada familia - España Fuente: Fernández Montalvo (2022)..... 50

Fotografía 12. Fachada Externa - Capilla Notre Dame du Haut - Francia Fuente: Bradley (2020)..... 51

Fotografía 13. Fuente: Pasto Ayer y Hoy (s.f.)..... 54

Fotografía 14. Fuente: Señal Memoria (1954)..... 54

Fotografía 15. Fuente: Meneses (2021)..... 54

Fotografía 16. Vista Aérea Frontal Templo de Santiago Apóstol Fuente: Meneses (2021)..... 56

Fotografía 17. Oleo Santiago Matamoros Fuente: Elaboración propia..... 57

Fotografía 18. Escultura Niño Jesús de Praga Fuente: Elaboración propia..... 58

Fotografía 19. Rosetón Frontis - Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 59

Fotografía 20. Elementos Eucaristía Fuente: Elaboración propia..... 60

Fotografía 21. Vista aérea Templo de Santiago Apóstol Fuente: Meneses (2021)..... 63

Fotografía 22. Vista aérea Templo de Santiago Apóstol y Parque Fuente: Meneses (2021)..... 63

Fotografía 23. Fragmento óleo Santiago Matamoros Fuente: Elaboración propia..... 64

Fotografía 24. Fragmento Rosetón Frontis Templo Fuente: Elaboración propia..... 65

Fotografía 25. Vista Segunda Planta Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 66

Fotografía 26. Representación Batallas de la Colonia Fuente: Getty Images (como se citó en BBC, 2019)..... 71

Fotografía 27. Panorámica del casco urbano de la ciudad de San Juan de Pasto Fuente: Elaboración propia..... 74

Fotografía 28. Escultura Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia..... 78

Fotografía 29. Dome of the Rock – Panorama urbano Jerusalem Fuente: Israel destination (2021)..... 81

Fotografía 30. Capilla Sixtina – Panorama urbano de la Ciudad del Vaticano Fuente: Klier (2018)..... 82

Fotografía 31. Templo de Santiago de Compostela, España Fuente: Hughes (2019)..... 83

Fotografía 32. Templo de San Felipe Neri Fuente: Elaboración Propia..... 88

Fotografía 33. Templo de Cristo Rey Fuente: Situr Nariño (s.f.)..... 89

Fotografía 34. Templo de la Catedral Fuente: Elaboración Propia..... 90

Fotografía 35. Templo de San Juan Bautista Fuente: Oficina de Turismo - San Juan de Pasto (s.f.)..... 91

Fotografía 36. Templo de la Merced Fuente: Portillo Muñoz (2020)..... 92

Fotografía 37. Templo de San Sebastián Fuente: Oficina de Turismo - San Juan de Pasto (s.f.)..... 93

Fotografía 38. Templo de San Andrés Fuente: Albán Flores (2020)..... 94

Fotografía 39. Templo de San Andrés Fuente: Portillo Muñoz (2020)..... 95

Fotografía 40. Fragmento Rosetón con Vitrales Fuente: Elaboración propia..... 96



Fotografía 41. Vista aérea de la fachada del templo Fuente: Making Paradise (2020).....	103
Fotografía 42. Frontis de la basílica Fuente: Fuente: Silva (2021).....	104
Fotografía 43. Vitral Catedral Basílica Nuestra Señora del Rosario de Manizales Fuente: Linamoc (2014).....	105
Fotografía 44. Frontis del templo Basílica del Voto Nacional Fuente: Alano (2021).....	107
Fotografía 45. Interior del templo Basílica del Voto Nacional Fuente: M, Maros (2009).....	107
Fotografía 46. Nave Central Segunda Planta Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración Propia.....	110
Fotografía 47. Techo Altar Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración Propia.....	122
Fotografía 48. Ejemplo Museografía Religiosa Fuente: Asociación de Museos de la Iglesia (s.f.).....	125
Fotografía 49. Ejemplo Museografía Religiosa Fuente: Asociación de Museos de la Iglesia (s.f.).....	125
Fotografía 50. Proceso de Registro Fotográfico y Videográfico Fuente: Elaboración propia.....	126
Fotografía 51. Vitral Planta Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración Propia.....	128
Fotografía 52. Turismo sostenible, el futuro de México Fuente: Generación Anáhuac (2019).....	147
Fotografía 53. Moneda Turismo Basílica De Sacre Coeur de Montmartre Cristo Fuente: Elaboración Propia.....	148
Fotografía 54. Fotografía En Escala De Grises Mujer Haciendo Yoga Fuente: Pixabay (2016).....	149
Fotografía 55. Persona Que Usa Gafas De Realidad Virtual Fuente: Fauxels (2019).....	150
Fotografía 56. Comunidad Fuente: Monstera (2020).....	151
Fotografías 57 - 60 Frames Extraídos de Entrevistas Fuente: Elaboración propia.....	160
Fotografía 61. Selección y Evaluación de Propuestas 9º Semestre 2021B Fuente: Elaboración Propia.....	163
Fotografía 62. Catedral Basílica Manizales Fuente: Hola América (2021).....	174
Fotografía 63. Basílica del Voto Nacional Fuente: Travelombia (2014).....	174
Fotografía 64. Museo Taminango Fuente: Situr Nariño (s.f.).....	175
Fotografía 65. Museo Taminango Fuente: Situr Nariño (s.f.).....	175
Fotografía 66. Vista Frontal Quinta de Bolívar Fuente: Rutas Trazadas (2017).....	176
Fotografía 67. Entrada Quinta de Bolívar Fuente: Restrepo Acosta (2010).....	176
Fotografía 68. Interior Quinta de Bolívar Fuente: Mreyen (s.f.).....	176
Fotografía 69. Vista Aérea Palacio Presidencial Fuente: Presidencia de la República del Ecuador (s.f.).....	177
Fotografía 70. Interior Palacio Presidencial Fuente: ElEnfoque (2017).....	177
Fotografía 71. Interior Museo Palacio Presidencial Fuente: ElEnfoque (2017).....	177
Fotografía 73. Interior Iglesia Museo Santa Clara Fuente: Comisión Fílmica de Bogotá (s.f.).....	178
Fotografía 72. Vista Lateral Iglesia Santa Clara Fuente: Elaboración propia.....	178
Fotografía 74. Interior Iglesia Museo Santa Clara Fuente: Lafaurie (2018).....	178
Fotografía 75. Café Tazzioli Fuente: COTELCO (s.f.).....	183
Fotografía 76. Café La Palma Fuente: España (2022).....	183
Fotografía 77. Italian street festival Fuente: Hayes (2019).....	184
Fotografía 78. Plaza de Jamaa el Fna Fuente: Mattos(s.f.).....	185
Fotografía 79. Vista Panorámica Recorrido Externo Nave Central Fuente: Elaboración Propia.....	213
Fotografía 80. Vista Panorámica Torres Fuente: Elaboración Propia.....	213
Fotografías 81-84 Piezas Artísticas Fuente: Elaboración Propia.....	226
Fotografía 85. Vista Aérea del Templo y edificaciones aledañas Fuente: Meneses (2021).....	236
Fotografía 86. Extracto Ponencia SABÍC 2019 Fuente: Elaboración Propia.....	254



# Lista de Figuras

Figura 1. Planos Templo de Santiago Apóstol Fuente: Guacas, Torres, Lopez, & Bolaños (1986)..... 53

Figura 2. Logo UNESCO Fuente: <https://es.unesco.org/> ..... 68

Figura 3. Cantidad y ubicación de los Templos del municipio de San Juan de Pasto. Fuente: Elaboración propia. 87

Figura 4. La Episteme del diseño Fuente: Horta Mesa (2018)..... 116

Figura 5. Dimensiones de UX en el diseño en contextos multiculturales Fuente: Valbuena Buitrago (2017) ..... 119

Figura 6. Screenshot - Video para el XXIV Encuentro Nacional y XVIII Encuentro Internacional de..... 127

Semilleros de Investigación Fundación Redcolsi Fuente: Elaboración propia..... 127

Figura 7. Componentes para formar un Diseño Gráfico Experiencial Fuente: Ibáñez Villalobos (2018) ..... 133

Figura 8. Patrón Pictográfico Referente visual (Marca Ciudad Pasto) Fuente: Mumu (2017)..... 134

Figura 9. Marca y Banner Referente visual (Marca Oficina de Turismo Paris) Fuente: Graphéine (2016)..... 135

Figura 10. Red Relacional 1 Patrimonio - Templo Fuente: Elaboración Propia ..... 140

Figura 11. Red Relacional 2 Turismo Fuente: Elaboración Propia ..... 141

Figura 12. Red Relacional 3 Diseño Integral Fuente: Elaboración Propia ..... 142

Figura 13. Word Cloud 1 Fuente: Elaboración Propia ..... 143

Figura 15. Word Cloud 3 Fuente: Elaboración Propia ..... 143

Figura 17. Word Cloud 5 Fuente: Elaboración Propia ..... 143

Figura 14. Word Cloud 2 Fuente: Elaboración Propia ..... 143

Figura 16. Word Cloud 4 Fuente: Elaboración Propia ..... 143

Figura 18. Mapa del Presente Fuente: Elaboración Propia..... 156

Figura 19. Mapa del Futuro Fuente: Elaboración Propia ..... 156

Figura 20. MOBServación / Protocolo Fuente: Elaboración Propia..... 157

Figura 21. Observación / Registro Fuente: Elaboración Propia..... 157

Figura 22. Matriz DOFA Fuente: Elaboración Propia ..... 158

Figura 23. Mapa de Empatía Fuente: Elaboración Propia ..... 158

Figura 24. Mapa de Stakeholders Fuente: Elaboración Propia ..... 159

Figuras 25 - 28 Protocolos de Entrevista Fuente: Elaboración Propia..... 160

Figura 29. Selección N.U.F Fuente: Elaboración Propia ..... 164

Figuras 30 - 36 Moodboards Fuente: Elaboración Propia ..... 165

Figuras 37 - 39 Extracciones Morfológicas Fuente: Elaboración Propia..... 166

Figuras 40 - 46 Extracciones Cromáticas Fuente: Elaboración Propia ..... 167

Figura 47. Exploración Tipográfica Fuente: Elaboración Propia ..... 168

Figura 48. Versiones Logotipo Fuente: Elaboración Propia..... 168

Figura 49. Digitalización de Isotipos Fuente: Elaboración Propia..... 169

Figura 50. Isotipos finalistas y seleccionado Fuente: Elaboración Propia ..... 169

Figuras 51 - 57 Aplicación de isotipos - Parte 1 Fuente: Elaboración Propia ..... 170

Figuras 58 - 62 Aplicación de isotipos - Parte 2 Fuente: Elaboración Propia ..... 171

Figura 63. Matriz Canvas Fuente: Elaboración Propia..... 172

Figura 64. Blueprint Fuente: Elaboración Propia ..... 172

Figura 65. Marca Paris Fuente: Graphéine (2016)..... 179

Figura 67. Aplicaciones Fuente: Graphéine (2016)..... 179

Figura 66. Construcción Marca Fuente: Graphéine (2016)..... 179

Figura 68. Marca en físico Fuente: Graphéine (2016)..... 179

Figura 69. Marca Opera Fuente: Graphéine (2015) ..... 180

Figura 71. Publicidad Fuente: Graphéine (2015)..... 180

Figura 70. Papelería Fuente: Graphéine (2015)..... 180

Figura 72. Diseño Editorial Fuente: Graphéine (2015) ..... 180

Figura 73. Marca Ciudad Pasto Fuente: Mumu (2017)..... 181

Figura 75. Aplicaciones Fuente: Mumu (2017)..... 181

Figura 74. Pictograma Fuente: Mumu (2017)..... 181

Figura 76. Aplicaciones Fuente: Mumu (2017)..... 181

Figura 77. Marca Teatro Fuente: Kaminsky (2018) ..... 182

Figura 79. Página Web Fuente: Kaminsky (2018)..... 182

Figura 78. Piezas impresas Fuente: Kaminsky (2018)..... 182

Figura 80. Aplicación Fuente: Kaminsky (2018)..... 182

Figura 81. Focus Group Fuente: Elaboración Propia ..... 187





Figura 82. Apuntes de Testeo Fuente: Elaboración Propia.....	187
Figura 83. Previsualización Artefactos de diseño Altaria Fuente: Elaboración Propia.....	191
Figura 84. Proceso de Naming desarrollado Fuente: Elaboración Propia.....	195
Figura 85. Paleta cromática Altaria Fuente: Elaboración Propia.....	196
Figura 86. Ajuste Tipográfico Antes/Después Fuente: Elaboración Propia.....	197
Figura 87. Justificación Morfológica Fuente: Elaboración Propia.....	197
Figuras 88-91. Extracción de los planos del Templo Fuente: Guacas, Torres, Lopez, & Bolaños (1986).....	198
Figura 92. Símbolo de la Marca Fuente: Elaboración propia.....	199
Figura 93. Portada Brandbook Fuente: Elaboración propia.....	201
Figura 94. Intervención WhatsApp Templo Fuente: Elaboración propia.....	204
Figura 95. Visualización Medios Digitales Fuente: Elaboración propia.....	205
Figura 96. Visualización Medios Impresos Parte 1 Fuente: Elaboración propia.....	206
Figura 97. Visualización Medios Impresos Parte 2 Fuente: Elaboración propia.....	209
Figura 98. Visualización Banners de Promoción Fuente: Elaboración propia.....	210
Figura 99. Banners de Promoción Fuente: Elaboración propia.....	211
Figura 100. Simulación Podcast Fuente: Cottonbro (2021).....	214
Figura 101. Fotogrametría Muralla Romana Fuente: Imasgal (2015).....	214
Figura 102. Cuentero Fuente: madlen.haarbach (2020).....	215
Figura 103. Jardín Mágico Fuente: La Vibrante.com (2019).....	215
Figura 104. Set Pictográfico Fuente: Elaboración propia.....	218
Figura 105. Planimetría Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia.....	219
Figura 106. Previsualización de Paneles Prohibitivos y Señaléticos Fuente: Elaboración propia.....	221
Figura 107. Previsualización Totem Señalético Fuente: Elaboración propia.....	221
Figura 108. Previsualización Señales de Pisos Fuente: Elaboración propia.....	222
Figura 109. Previsualización Señales Informativas Fuente: Elaboración propia.....	222
Figura 111. Previsualización Señal Poste Fuente: Elaboración propia.....	223
Figura 110. Previsualización Señales Fuente: Elaboración propia.....	223
Figura 112. Portada Manual Señalético Fuente: Elaboración propia.....	223
Figura 113. Plano Museográfico General Fuente: Elaboración propia.....	227
Figura 115. Jesús del Golgota - Previsualización Iluminación Fuente: Elaboración Propia.....	228
Figura 114. Portada Guión Museográfico Fuente: Elaboración propia.....	228
Figura 116. Previsualización de Piezas Artísticas en las Salas Museos Fuente: Elaboración propia.....	229
Figura 117. Wireframes de Navegación App Fuente: Elaboración propia.....	230
Figura 118. Previsualización App Fuente: Elaboración propia.....	231
Figura 119. Previsualización Aplicaciones Digitales Museografía Fuente: Elaboración propia.....	232
Figura 120. Prototipo de Aplicaciones Digitales Museografía Fuente: Elaboración propia.....	233
Figura 121. Render 3D Módulo de Venta Fuente: Elaboración propia.....	237
Figura 123. Previsualización Table Tent Diseño de Servicio Fuente: Elaboración propia.....	238
Figuras 124-126 Render 3D Detalles Módulo de Venta Fuente: Elaboración propia.....	239
Figura 127. Formato de Escala de Afecto Positivo - Negativo Fuente: Elaboración propia.....	242
Figura 128. Gráficos resultados Artefacto 01 Fuente: Elaboración propia.....	244
Figura 129. Gráficos resultados Artefacto 02 Fuente: Elaboración propia.....	245
Figura 130. Gráficos resultados Artefacto 03 Fuente: Elaboración propia.....	246
Figura 131. Gráficos resultados Artefacto 04 Fuente: Elaboración propia.....	247
Figura 132. Gráficos resultados Artefacto 05 Fuente: Elaboración propia.....	248
Figura 133. Panel de editor - Google Forms Fuente: Elaboración propia.....	250
Figuras 134-138. Gráficos - Google Forms Fuente: Elaboración propia.....	251
Figura 139. Certificados Ponentes SABIC 2019.....	255
Figura 140. Certificados Ponentes Institucional CESMAG 2020.....	256
Figura 141. Certificados Ponentes Semilleros RED.....	256
Figura 142. Certificados Ponentes ENCIDIARTEC 2020.....	257
Figura 143. Certificados Ponentes Institucional CESMAG 2021.....	257
Figura 144. Certificados Ponentes RED COLSI 2021.....	258
Figura 145. Ponencia confirmada Univesidad de Palermo 2022.....	258
Figura 146. Portada Artículo de Investigación Memorias SABIC 2019 Fuente: RAD (2019).....	259





# Introducción

Fotografía 1. Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia.

Al extremo sureste de la ciudad de San Juan Pasto, empezando como una ermita, se encuentra el Templo de Santiago Apóstol administrado por los Hermanos Menores Capuchinos, un ícono de la ciudad que ha sido testigo de varios sucesos históricos, en especial la Navidad Negra, al encontrarse en la cumbre de la calle del Colorado, ubicada en la carrera veintitrés. Es un templo reconocido por su arquitectura, variadas piezas artísticas y un gran valor histórico que ha influenciado a todo su entorno y por ello tiene una gran afluencia de personas que predicán la religión principal de Pasto; el catolicismo, posee especiales características arquitectónicas y artísticas que llaman la atención de tanto extranjeros como locales, elementos que no se han profundizado en la cultura de los ciudadanos, sin embargo este templo y el entorno que lo rodea contiene acontecimientos fundamentales de la época colonial y republicana.

Lastimosamente esta valiosa edificación posee varios problemas en tres grandes escenarios, primero la desapropiación y desinterés por parte de la ciudadanía en general prácticamente abandonando su espacio físico y la información que guarda, en segundo lugar aunque por muchos es considerado un lugar turístico, en verdad no posee productos turísticos atractivos que puedan generar una real interacción entre el usuario y este sitio, y por último lugar considerando los aspectos anteriores, tampoco posee elementos gráficos, visuales o conceptuales que favorezcan la concepción del templo en otra faceta diferente a la actual o puedan comunicar el valor patrimonial que conserva.

Este proyecto a partir del diseño integral genera una serie de artefactos de diseño o estrategias que responden a las necesidades que tiene el usuario cuando entra en contacto con un destino turístico (identidad, promoción, orientación, pregnancia y servicio) claramente potenciados desde el turismo sostenible para salvaguarda su patrimonio y adecuados desde las propias tipologías arquitectónicas y artísticas que entrega el Templo de Santiago Apóstol.



# Objeto de Investigación

Los elementos históricos y artísticos del templo Santiago Apóstol de la ciudad de San Juan de Pasto, en relación con el turismo sostenible.

## Contextualización

### Macro contexto.

El departamento de Nariño, en el municipio de Pasto, tiene una riqueza enorme en diferentes ámbitos, no obstante es preciso enfocarnos en ciertos valores culturales intrínsecos que se pueden identificar en nuestro entorno, aquí se realiza referencia directa al valor patrimonial descrito a continuación:

Reafirmando la idea del valor patrimonial que nos pertenece y nos rodea, es imposible no referenciar a la arquitectura, pero aquella arquitectura colonial que marca al centro histórico de la ciudad (Figura 1), y más aún aquellos templos religiosos que en cualquier esquina se asoman desde el suelo y proyectándose hacia el cielo de San Juan de Pasto, ya que sin ninguna duda esos templos conforman el imaginario colectivo que tenemos los ciudadanos en general del significado que poseen al igual que el espacio físico que ocupan, tal como lo dice Rueda Cáceres, Figueroa, & Elvis Plata (2017),

En ese sentido es claro tener en cuenta que una ciudad está conformada en una estrecha e íntima relación del significado de las edificaciones arquitectónicas históricas que la conforman, en este caso religiosas, sin entrar en el debate teológico convencional aun así han forjado la historia que hoy contamos.

Mencionando la historia, citando a Zemelman Merino (2015):

Lo que acontece hoy es producto de ir desfigurando y mutilando el pensamiento. En la vieja literatura, se exaltó la razón tecnológica o la razón instrumental o la racionalidad con apego a fines; hoy se fue perdiendo la capacidad de mirar la realidad, de verla. No tenemos capacidad de explicar comprensivamente la realidad, lo cual se agudiza cuando exageramos el interés por explicarla descriptivamente y encerrar su complejidad en una serie de esquemas conceptuales. (p. 346)

Esto afirma claramente la base de nuestra hipótesis y el punto de conflicto que se profundizara más adelante en el documento que en pocas palabras se asienta en el valor histórico que tanto nos ha influenciado hasta hoy en día, prácticamente nuestro pasado nos ha llevado

“

Una primera “línea” o subdivisión de este grupo es la que realiza el análisis a partir de la observación del hecho arquitectónico religioso como elemento estructurante del espacio urbano” (p. 314).





Fotografía 2. Panorámica San Juan de Pasto Fuente: Elaboración propia.

a estar hoy aquí, no obstante la historia se ha dejado a un lado, evadiendo la realidad que se expresa ante nuestros ojos, lo que provoca que en el futuro inmediato pase desapercibido, pero la consecuencia más notoria será en nuestra proyección a futuro. Por último en la trinidad de términos que conforman el valor patrimonial, el arte integra y manifiesta hechos y recuerdos de la manera visual inconfundible, comunica muchas décadas de conocimiento y por esto cumple un rol drástico para mantener y salvaguardar dichos contextos que tengan una alta repercusión en el medio y aquellos individuos que los vivan. La tradición centenaria de construir templos "ad la vida eclesial" en Kielce, sus raíces se remontan a principios de la Edad Media. Los procesos de desarrollo de las estructuras históricas de la ciudad, siempre han estado asociados a una particular conformación de estructuras públicas con formas características, como mercados, plazas y calles, investidas de lo sagrado. A lo largo de los siglos, estos edificios han tenido un valor incalculable en la vida social y cultural de la ciudad y sirvieron como el principal centro de vida. (Gil-Mastalercayk, 2016, p. 2053)

Finalizando esta idea y aunando el punto de vista de Herrera Pardo (2016):

Cuando hablamos de la palabra patrimonio, es inevitable pensar en una herencia o en una propiedad importante de carácter económico. La palabra está relacionada con unos bienes propios de una institución o de una persona; sin embargo, dejamos de lado el carácter cultural que implica. El patrimonio cultural también es una herencia, pero no es propio de una institución o de una persona, sino que es propia del pasado de alguna comunidad. Este patrimonio es un bien de todos los ciudadanos, y lleva en su espalda el reflejo de una sociedad que se fue formando en el día a día, muchos años atrás. Por esta razón es importante que sea tangible, que viva en el presente y, ojalá, en el futuro de la comunidad a la que pertenece. (p. 162)

Por consiguiente la amplitud del patrimonio arquitectónico, histórico, artístico se deriva dentro del ámbito cultural y religioso que ha significado un gran número de influencias y manifestaciones por la situación de diversas épocas en los sucesos del municipio, precisamente se ven reflejados en la época colonial como primer punto a recalcar, y de igual forma hasta nuestros días, dando así como resultado símbolos que reúnen diferentes cambios en los puntos de referencia en el comportamiento social con dichos patrimonios.





Fotografía 3. Vista Contrapicada Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia.

## Micro contexto.

Profundizando la investigación patrimonial, el estudio se realiza en el Templo de Santiago Apóstol ubicado en el Barrio colorado, específicamente en la Calle 12 No. 22 – 16 de la ciudad de San Juan de Pasto, construida inicialmente en el año de 1586. Se empezó a edificar el 13 de marzo de 1894 y posteriormente la última teja fue colocada el 4 de julio de 1897, concluyendo así un poco más de 3 años de construcción. (Moran Stapper y otros, 2003).

Este templo actualmente es administrado por los Hermanos Menores Capuchinos, siendo uno de los templos más icónicos y destacados de la Capital Teológica: San Juan de Pasto.

El valor del templo recae en su gran aporte al patrimonio histórico cuyo lugar fue eje principal del navidad negra; “La plaza de Santiago y su ermita fueron escenario el 24 de diciembre de 1822 de la última resistencia de los realistas pastusos a las fuerzas republicanas que comandaba el general Sucre” (Pérez Tobar & Portilla Erazo, 2013) y contiguo a esto con fuerte relevancia es decir con múltiples consecuencias socioculturales y económicas para la comunidad se evidencian los diversos sismos en la ciudad que comprometieron estructuralmente al templo en diversas fechas a lo largo del tiempo; en el patrimonio arquitectónico al mezclar diferentes estilos como por ejemplo el colonial, toscano, románico, mudéjar y gótico; además de aportar significativamente al patrimonio artístico con más de 100 piezas artísticas entre las que se matizan óleos, vitrales y esculturas.

Al mismo tiempo hay que mencionar una gran ventaja del Templo de Santiago Apóstol que atrae a visitantes locales y extranjeros como lo expresa Camacho Caicedo (2012),

“Es un templo de arquitectura **elegante, panorámica y atractiva** por su situación topográfica. Su estructura es de tres naves y exhibe vitrales, retablos, cuadros al óleo de santos y personajes de la comunidad capuchina” (p.7).

”



# Problema de Investigación

## Descripción Del Problema.

A partir del gran patrimonio histórico, arquitectónico y artístico que posee el templo, se ha identificado que los feligreses, personas locales y extranjeros que lo visitan no conocen y casi no se interesan por conocer todo lo que significa para la ciudad y su historia, desde hace tiempo los entes gubernamentales y la misma comunidad capuchina no crean políticas de difusión y de fácil acceso a la información, por consiguiente provoca un preocupante carecimiento de apropiación cultural. Complementando este pensamiento desde la posición de Rizo Aguilera & López Arias (2015):

La explotación sin mantenimiento, las reestructuraciones por ampliación o cambio de función, las quiebras y la introducción de nuevas tecnologías, son algunas de causas que han provocado que al paso de los años muchos de los inmuebles vinculados al patrimonio industrial se encuentren deteriorados y olvidados. (p.21)

En consecuencia por estos y otros numerosos componentes han deteriorado la imagen de este tipo de patrimonio al igual que muchos otros, las generaciones nuevas y la misma población en general no saben ni les interesa cómo y para que está ahí el templo u otros inmuebles con un gran aporte para la sociedad, aunque les interesara, tampoco la información y el conocimiento está a su disposición, la poca información que se encuentra en medios digitales es básica e incompleta hasta puede llegar a variar de autor a autor, toda esta desinformación provoca en la ciudadanía: confusión y evasión de la razón, empezando por la riqueza histórica y su legado, casos como este se han observado en otros contextos de América como por ejemplo, en Cuba donde el patrimonio industrial tiene un gran impacto para la construcción en su historia no obstante está abandonado, estos patrimonios que integran el paisaje urbano de una





ciudad y constituyeron gran parte del desarrollo económico, urbano y demográfico en general, es decir que pertenecieron a un punto de la historia, ¿Está bien que dejemos atrás la morfología y tipología urbana de nuestro pasado? prácticamente forma parte de nuestra identidad y herencia que nos pertenece y nos ha acompañado desde hace décadas, formando parte de nuestra cultura (Rizo Aguilera & López Arias, 2015) definitivamente es un deber tomar como un referente de primera mano este tipo de cuestiones y que realmente sirvan para salvaguardar este patrimonio de la misma manera como lo indican los objetivos de desarrollo sostenible, si la ciudad quisiera dar ese próximo paso para avanzar en muchas áreas, lastimosamente la historia la posee las personas más ancianas, y poco a poco la historia muere con ellos, si no hacemos algo, si no creamos mecanismos de difusión con el propósito de motivar el aprendizaje, apropiación cultural y social, será una propiedad vacía que nadie conocerá y se empezara a olvidar, es más podría demolerse o dañarse hasta el punto de ser irrecuperable como ya ha pasado con otras edificaciones o propiedades de la ciudad.

Por otra parte todos los aspectos visuales, arquitectónicos, morfológicos y artísticos que encontramos en el templo podrían servir como referente de investigación de primera mano para los ámbitos de arte que se están desarrollando actualmente, ¿Por qué no nos inspiramos de lo que nos pertenece? De un referente que sigue recolectando historia de la sociedad, inspirarnos para ofrecer, crear y explorar diferentes dispositivos, mecanismos, procesos que son de utilidad en el futuro, debemos aprovechar de buena manera la riqueza artística y cultural lo que funciona directamente para abordar los nuevos retos de cultura ciudadana y junto a esto todas las necesidades que van apareciendo en el usuario implicado dentro del objeto de estudio junto a zonas aledañas o en general de la ciudad de Pasto, el templo serviría como uno de los pasos para progresar como una ciudad capital, por ejemplo de muchas ciudades que a partir del turismo sostenible han reactivado el movimiento de la ciudad y prácticamente incrementado la economía, cultura, movimientos sociales, investigación, trabajo, entre otros solamente a partir de los recursos e inmuebles con los que cuentan en su espacio, aprovechando idóneamente el valor que poseen.



Fotografía 4. Vista Aérea Templo de Santiago Apóstol Fuente: Meneses (2021)

No obstante el objeto de estudio de esta investigación no solo se centra en una problemática cultural o social que realmente acontece en su entorno, sino que también tiene inmerso otros conflictos que empeoran la premisa sobre perder el valor patrimonial que el templo posee, esto gira claramente entorno al diseño; disciplina necesaria para potenciar lo que llaman “turismo” la mayoría de personas que entran en contacto con el Templo de Santiago Apóstol, por consiguiente sin el diseño no se alcanzaría los valores comunicacionales completos y adecuados para ser eficaces cuando interactúa con un turista ya sea local o extranjero.

Complementando la idea expuesta, el potencial que tiene el diseño para englobar toda la información disponible, partiendo desde esa base, generar procesos enriquecedores alrededor del turismo, un turismo que permita salvaguardar su patrimonio a la vez de tener un diseño estético y funcional, pero ¿Cómo logra esto el diseño gráfico?, como expresa Machado Chaviano (2013):

El procedimiento que se propone tiene por objetivo lograr una ventaja competitiva sobre la base del diseño de productos turísticos integrados, toma en consideración toda una serie de recursos históricos, culturales y naturales, que podrían incorporarse al mismo, sin perder la esencia de la visita del cliente y constituye una experiencia a vivir más que un simple viaje contemplativo. (p. 78)

Siguiendo esa línea de ideas, el diseño va hasta ese punto, en generar una experiencia para sentir o recordar, por esta misma razón es su papel extremadamente fundamental para el turismo, en este caso religioso, porque lastimosa-

mente lo que peca mucho en este tema es la ciudad de San Juan de Pasto, al llamarse la Ciudad Teológica, en realidad no posee productos turísticos fuertes o bien consolidados, es justamente lo que decía la postura anterior, se convierte en un simple viaje contemplativo, claramente una pequeña porción de personas le gustará, pero no lo suficiente para establecer un turismo sostenible sólido; un turista o un usuario normal va a llegar a cualquier templo de la ciudad de Pasto y puede pasar por sus hermosos pasillos o naves, observar todo lo que contiene, no obstante ese viaje no será memorable ni pregnante en su memoria, al carecer de turismo y diseño, el “sitio turístico” está perdiendo el juego ante el tiempo, el dinero y la sociedad.

Por consiguiente el problema primordial para atender con las necesidades dichas al principio de este tema, es la falta o carencia de piezas comunicacionales, ya sean gráficas, audiovisuales o integrales para atender al usuario y proveerle las actividades o productos turísticos mínimos para generar un turismo, que se define en ir y volver, claramente beneficioso para el templo y otros agentes interesados en este contexto.

El objetivo final del diseño debe ser tener en cuenta las necesidades del mayor número de personas posibles y fomentar la inclusión y la transversalidad en favor de soluciones aisladas, obteniendo un diseño para toda la vida, apoyados en planes integrales enfocados desde el diseño universal a priori, o bien mediante mejoras de accesibilidad a posteriori. (Domínguez Vila, Fraiz Brea, & Alén González, 2011, p. 28)



Ratificando el argumento anterior, el diseño gráfico posee las capacidades suficientes para aportar positivamente y en gran medida en la resolución de problemas de los usuarios, todo tipo de personas que puedan entrar en contacto con el templo, sencillamente incrementando la factibilidad y eficacia que ya tiene un inmueble de interés cultural de por sí por sus valores propios que merecen ser conservados, para potenciarlo exponencialmente con variedad de artefactos de diseños con características que calzan perfectamente con la viabilidad del turismo sostenible en el objeto de estudio, elementos que a día de hoy, faltan en gran medida, a pesar de que algunas personas se conforman por detalles absurdos que no tienen funcionalidad ni están aportando gráficamente, la realidad es que el diseño y el turismo en este contexto no aparecen explícitos de ninguna manera.

### Formulación Del Problema

¿De qué manera a través del **diseño integral** se puede potenciar el **turismo sostenible** del **Templo de Santiago Apóstol** en San Juan de Pasto?



# Justificación

Para responder a las necesidades directas de transformación y evolución de la ciudad de Pasto al poseer un gran registro de lugares y edificaciones con un gran valor patrimonial junto a que es considerada la ciudad Teológica de Colombia, tendría un gran potencial aprovechar los recursos que tenemos disponibles para dos objetivos como tal: primero la salvaguarda de este tipo de patrimonios que va correlacionado con los objetivos de desarrollo sostenible, objetivos que vienen persiguiendo diferentes entes gubernamentales para conservar todos los procesos que se ejecutan en el carnaval y obligatoriamente tienen que ampliarlo en un contexto local para salvaguardar no solo ese tipo de patrimonios sino que el valor patrimonial como tal y segundo para la reactivación económica de la ciudad al tener un ingreso bastante grande a partir del turismo, factor que esta frenado y que poco a poco sin contar la situación sanitaria actual, va ir estancándose y quedando rezagada contra las estrategias que se están generando en otros destinos, es una necesidad que está pasando sin embargo nadie hace ninguna acción, ni los propios entes gubernamentales, ni la ciudadanía pastusa.

Por esto el proyecto de investigación está justificada y fundamentada a partir de necesidades e intereses reales de la ciudad, esto en un contexto más grande enfocado en la ciudad que abarca el problema, pero acercándonos a una raíz que se despliega desde esos conflictos de una ciudad que no avanza contemporáneamente, es posible detallar al turismo religioso como un ente que ejecuta uno de los aportes más





grandes a nivel nacional y mucho más en nuestra zona, sin especificar el lugar como tal hay que hablar en general que el valor patrimonial que poseen los templos se han dejado en un plano secundario por muchos de los actores relacionados, esto combinado junto la notable desapropiación de este tipo de espacio, su significado y legado a través de la historia y evidentemente su valor, algo que aún así el interés y la pertinencia fuera alto de parte de los usuarios o personas, no se dispone de una infraestructura provocando una gran falta de acceso a la información en referencia histórica y además estrategias de difusión de manera completa y masiva.

El patrimonio cultural, por su potencial para formar la identidad, puede ser una herramienta valiosa para generar cohesión social en sociedades disgregadas y poco equitativas como la nuestra. Puede funcionar como promotor de nuevas relaciones sociales, productivas y políticas, puede generar movilidad social, cuando logra incluir a comunidades tradicionalmente marginadas, dándoles otro papel en las relaciones de poder, incluso ante diferencias ideológicas, el patrimonio puede generar dinámicas de equidad, afinidad, re-significación y nuevas formas de apropiación del territorio, que promuevan la participación y el ejercicio de la ciudadanía. (Cabrerá Martínez & Vidal Ortega, 2017, p. 393)

Lo anterior exterioriza la comprensión colectiva que se tiene socialmente en concreto la influencia que significa para todas aquellas comunidades que se ven inmersas en el patrimonio cultural, de esto surge la posibilidad de actuar en este problema sociocultural.



En cuanto a dichas estrategias sumamente útiles que tienen como objetivo aprovechar y por consiguiente salvaguardar dichos lugares que aportan al patrimonio cultural de las ciudades, es fuertemente necesario ahondar en el posible potencial que pueden plasmar.

Dentro de la investigación se puede afirmar que desde un estudio formal del templo en cuestión se pueda manejar como base conceptual y metodológica, se pueda favorecer la implementación de áreas como el diseño de servicio o la experiencia de usuario para contemplar al templo y su valor patrimonial dentro del marco del Turismo Sostenible, algo que corresponde a las necesidades anteriormente planteadas. Concluyendo el porqué de esta investigación es evidente sentar las bases para justificar este proyecto a partir de 3 grandes categorías que arrojan la idea y objetivo del mismo, primero que todo desde el artefacto como tal, es posible afirmar tal como lo manifiesta Cabrera Martínez & Vidal Ortega (2017) que la correcta exploración y aprovechamiento de los objetos monumentales, arquitectónicos o artísticos que pertenecen a esa conformación del patrimonio de una ciudad, es un recurso que se ha manejado hace años no obstante es el indicado para poder favorecer culturalmente e impactar positivamente en el ámbito socioeconómico, aportando una visión más amplia del entorno urbano al que pertenecen, apartándose del vano significado de los objetos, convergiendo a un plano de circulación social continua junto a que todos los actores implicados tengan una participación activa y por consiguiente una variedad de beneficios a corto y largo plazo que no se limitan solamente al plano económico, por ejemplo sino que estaría vinculado a la salvaguarda de ese conocimiento y que el patrimonio cul-

tural se promueva mediante el turismo sostenible, como se refiere anteriormente. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015)

En segundo punto, a partir de los resultados metodológicos que puede aportar el diseño aplicado al turismo sostenible e igualmente a templos con un gran valor patrimonial, de acuerdo con Ramírez Carmenate, Thomas Ferrer, Brooks Quiala, & Arias López (2017),



“Mediante el ejemplo de diseño presentado se demuestra que con el cumplimiento del **principio de sistema de objetivos** correctamente elaborados, se asientan las bases para buscar **variantes metodológicas** en la planificación del proceso” (p. 494).

En ese sentido un punto de partida fuerte es la base de un sistema o modelo que facilite el desarrollo normal de trabajo, tanto en esta investigación, como extrapolado a otro sitio u objeto de estudio con características similares que se puedan contrastar a través del mismo problema y de esta manera poder abordarlo con una serie de pasos continuos con el fin de ejecutar con la máxima precisión el punto de contacto con el contexto, sumergirse por las características puntuales de este tipo de inmuebles, donde es posible encontrar tipologías semejantes para así marcar una ruta metodológica aplicable a otros entornos o contextos.

Y en último lugar en cuanto a los resultados teóricos esperados por parte de este proyecto, se intenta contrastar casos de estudio o posturas bibliográficas junto al conocimiento recolectado en la aplicación y ajuste del artefacto de diseño, su evolución y también la información investigada necesaria para generar una parte de nuevo conocimiento, de manera que teóricamente este proyecto se fortalece por varias fuentes de información, es decir que a partir de la teoría existente y nuestro propio aporte se provoca una serie de acontecimientos vitales para la conservación de tipologías de elementos históricos y arquitectónicos, con el fin de que no se pierda esta indagación a la vez que en un futuro sirva como base epistemológica.



Fotografía 6. Torre Templo de Santiago  
Apóstol Fuente: Elaboración propia.

# Objetivos de la Investigación

## Objetivo General:

**DISEÑAR** los elementos que conformen el diseño integral a través del turismo sostenible a partir de los elementos históricos y artísticos del Templo de Santiago Apóstol en San Juan de Pasto.

## Objetivos Específicos:

- 1** **Estudiar** las características formales de los elementos históricos y artísticos de la arquitectura religiosa presente en el Templo de Santiago Apóstol.
- 2** **Conocer** la percepción del contexto sociocultural del Turismo sostenible vigente en la ciudad de San Juan de Pasto.
- 3** **Comprender** las propiedades conceptuales, comunicacionales y funcionales de las estrategias que engloba al diseño integral.
- 4** **Descubrir** el concepto de diseño a partir de los elementos simbólicos y conceptuales de la recolección de información sobre el objeto de estudio.
- 5** **Desarrollar** los elementos gráficos, visuales y conceptuales que abarca el diseño integral para el Templo de Santiago Apóstol en San Juan de Pasto.



# Área de Investigación

**ÁREA: Humanidades según el portal DINA-OCDE**  
**Sub área Arte – Disciplina Diseño**



# Línea de Investigación

## Imagen, Comunicación Visual y Procesos Interactivos

En armonía con la justificación de la línea de investigación del grupo de investigación Tipos Móviles (Coral, B., 2018, págs. 1,2):

La línea de investigación Imagen, comunicación visual y procesos interactivos atiende los estudios del diseño, por medio de los componentes, formales y conceptuales de la imagen. Y se ocupa de las raíces epistemológicas de la comunicación visual, así como de los procesos analógicos e interactivos emplazados en diversos campos del conocimiento como: la sociología, la semiótica, la psicología, la filosofía, comunicación, las ingenierías. La evolución tecnológica advierte una serie de objetivos que se entrecruzan desde los procesos anclados al ecosistema mediático según lo refiere Barbero (2012), constituido por nuevas maneras de comunicar, nuevos lenguajes, nuevos saberes, así como la dinámica audiovisual que se transmutan de un medio a otro, así como la reinterpretación de la imagen en los espacios epistemológicos.

# Metodología de Investigación

## Enfoque.

La investigación tiene un enfoque cualitativo al encargarse de hacer un análisis descriptivo e interpretativo de las características artísticas, arquitectónicas e históricas del Templo de Santiago Apóstol y su entorno junto a la continua generación y comprensión de la información que se recopiló, es decir que los datos en profundidad proporcionados por grupos focales tienen relevancia para desarrollar ideas e hipótesis estructuradas, estos grupos focales están dispuestos en esta fase de investigación, por la gran conexión que integra con la investigación cualitativa.

Los grupos focales son considerados una técnica específica de la investigación-acción participativa orientada a la obtención de información cualitativa, dentro de la categoría más amplia de entrevistas grupales. Un GF se conforma con un conjunto de “personas representativas”, en calidad de informantes, organizadas alrededor de “una temática” propuesta por otra persona, en este caso “el investigador”, quien además de seleccionarlos, coordina sus procesos de interacción, discusión y elaboración de acuerdos, en un mismo espacio y en un



tiempo acotado. (Bertoldi, Fiorito, & Álvarez, 2006, p.115)

Justificando la función de los grupos focales dentro de este conjunto de técnicas con un claro potencial de ser aplicadas en otros campos directamente relacionados con el diseño gráfico. La importancia del enfoque cualitativo y porque es el camino eficaz para esta investigación recae en la interpretación que se le da a esta información tal como señala Carhuaricra (2015), “El enfoque de la investigación cualitativa valora significativamente el aporte del educador en el quehacer de la investigación bajo el criterio de “es necesario legitimar cada vez más los procesos de reflexión específica y autocritica que hacen los educadores [...]” (p.73).

De esta manera cerrando esta idea acerca del enfoque utilizado, la clave está en desenvolver metodológicamente los intereses y motivaciones de los agentes involucrados con el fin de exponer un recurso que resuelva el conflicto principal planteado anteriormente del Templo de Santiago Apóstol y de este modo genere nuevas oportunidades sostenibles en el futuro San Juan de Pasto, consiga estrategias y no exploradas que la conviertan en una capital al nivel de otras en Colombia y Latinoamérica.





Fotografía 8. Vitral Nave Central - Templo de Santiago  
Apóstol Fuente: Elaboración propia.

## Método.

Este análisis tiene como eje fundamental en el método histórico-hermenéutico con la clara finalidad de interpretar y comprender aquellos elementos transcendentales del templo a través de los años, su significado para las comunidades relacionadas dentro su contexto histórico y social dada la importancia de este método tal como lo plantea Gende (2019),

“

“Es un tratamiento hermenéutico que propone dar lugar a la complejidad, con una **actitud abierta y abarcadora**, pero a la vez manteniendo siempre la **precisión conceptual** que exige distinguir, esclarecer, determinar” (p.164).

”

En esta línea de ideas el único fin se enfoca en que desde el inicio de la investigación se logre comprender la información recopilada, caracterizarla y a partir de ahí generar conocimiento contiguo a otros tipos de servicios y productos que conserven y exalten el valor patrimonial mencionado ya sea directa e indirectamente de manera de que cada objeto o individuo no sea estudiado aisladamente sino que mediante la conexión de cada factor se logre entender el trasfondo en totalidad acerca a esta edificación para posteriormente manifestarlo dentro de artefactos de diseño bajo un modelo de desarrollo sostenible, de esta manera tanto locales y extranjeros que entren en contacto y/o relación con el templo tienen la capacidad de clarificar los paradigmas dentro del comportamiento del objeto de estudio a través de los años y observar su evolución desde esa premisa hacia su proyección en el futuro.

# Unidad De Análisis

## Población.

La población en cuestión se ha dividido en dos partes: primero se trabajara con expertos de la ciudad que tengan conocimiento y/o experiencia con el objeto de estudio, integrantes de la comunidad capuchina, docentes de la Universidad Cesmag y diferentes actores que tengan relación y/o conocimiento directo del contexto que estamos hablando, con el fin de aclarar los límites de la información y también de llegar a un acercamiento puro de la razón evidentemente acerca del Templo de Santiago Apóstol, en segunda instancia se tuvo en cuenta el análisis al conjunto de personas o grupos que frecuentemente visiten o hayan visitado este templo o sus alrededores junto a aquellas comunidades con una gran relación, como por ejemplo el barrio el colorado (zona aledaña próxima al templo) y que tiene como función principal evaluar los procesos y estrategias aquí mencionadas, también al primer objetivo la recolección clara y asertiva de información clave de los ejes investigativos abordados.

## Muestra.

La muestra de la población posee conocimiento sobre aquellos temas que guarden una estrecha relación con el pasado histórico, artístico y arquitectónico del templo: el Turismo Religioso, Arquitectura Colonial, Románica y Toscana propias del Templo, Navidad Negra, El Colorado, entre otros; 1 Miembro de la Orden de los Hermanos Capuchinos Menores, en preferencia con gran recorrido dentro de ella y de igual forma con cierta experiencia interactuando en el Templo; así que está conformada respectivamente por 1 historiador, 4 docentes de la Universidad Cesmag constituyendo el plantel educativo de la Facultad de Arquitectura y Bellas Artes, específicamente los programas de Arquitectura y Diseño Gráfico, y finalmente 1 individuo que sea participe dentro del área del barrio del Colorado y el Templo Santiago Apóstol.



Fotografía 9. Frame Extraído - Entrevista Fernando Coral Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las técnicas e instrumentos de investigación que son la base esencial para recolectar, proporcionar y recopilar datos con el resultado de desarrollar y obtener de los objetivos de la investigación (Agreda Montenegro, 2004) estos se tienen en cuenta bajo todo el proceso, desde etapas iniciales hasta el contacto con el usuario, así pues los métodos de recolección de información son los siguientes:

### **Técnicas:**

- **Observación asistemática / No participante:** Se han elegido estos dos tipos de observación porque tienen mayor margen de libertad hacia el manejo de registros y la misma información, posiblemente el contexto donde está ubicado el objeto de estudio y el propio proyecto, dada su amplitud y diversas vertientes posee mejor potencial analizarlo externamente a las dinámicas internas que suceden en las poblaciones en cuestión.

- **Entrevista estructurada:** En consecuencia al tema tratado y como es profundizado en la muestra de la unidad de análisis, es necesario realizar una visualización extensa para referirse a la cantidad de disciplinas y profesiones implicadas, a causa de esta razón los tópicos tocados dentro de la entrevista y prácticamente el hilo conductor del contenido dentro de ella debe ser revisado cuidadosamente con la finalidad de realizar un acercamiento a la indagación solicitado del mejor carácter posible, acercándonos a un resultado planeado anterior a la producción de la entrevista en sí.

- **Mapa parlante:** Relacionando el ámbito gráfico con el ámbito investigativo, esta técnica es de vital importancia para ubicar histórica, cultural y geográficamente la visión de hechos y acontecimientos importantes u personajes destacados a lo largo del tiempo, en consecuencia es una técnica de doble función, puesto que los mismos participantes de la estrategia dimensionarán la extensión del tema en cuestión, sus puntos fuertes con énfasis a ciertos factores que marcaron la diferencia y claramente los investigadores.

Dentro de la elección de estas técnicas se afirma que son las principales para formar una unidad de recolección de información al ser unas técnicas puestas a detalle observando cada proceso de manera ágil y sencilla pero a la vez eficaz lo que corresponde un uso adecuado de recursos optimizando los tiempos de ejecución. También hay que tener en cuenta que la participación ciudadana, el usuario en este caso tiene una relevancia mayor en comparación de otras metodologías y se va a registrar su opinión y conocimientos en distintos formatos lo que permite que ninguna información va a quedar sobrando junto a que están precisamente ajustados como por ejemplo el mapa parlante para generar una interacción mayor en el contexto que vamos a investigar los diferentes puntos históricos y geográficos altamente relevantes, esto no se conseguiría con otras técnicas, en pocas palabras se tuvo en cuenta cada variable de la participación de los agentes clave.



# Recolección de información

## Instrumentos:

- **Dispositivos Mecánicos:** En cuanto a este tipo de instrumento se refiere a los recursos que se posee en el proyecto y se utilizarón para la ejecución de algunas estrategias como compilar la misma información al igual que recolectar material útil en fases posteriores de ejecución del proyecto como registros fotográficos, video gráficos, sonoros, geográficos y demás que poseen gran utilidad desde primer momento de la fase indagatoria y en fases de promoción, lanzamiento o sostenimiento del proyecto.

Dentro de la elección de estos instrumentos se puede afirmar que está orientado al registro de la información pura y que quede sin ninguna interpretación inicialmente, es decir ir formando un banco de información en diferentes formatos, ya sean sonoros, visuales, escritos, dibujados, narrados, como es el caso del archivo histórico, de los dispositivos mecánicos y los informes narrativos, que en su caso toma mucha más relevancia el registro y recopilación para generar un jerarquización por temas y categorías, sin embargo también coexiste la encuesta cuyo fin consiste en determinar y evaluar las opiniones del usuario en cuanto a los procesos mencionados y tener controlados los procesos de calidad y empatía con los individuos o agentes relacionados con el objeto de estudio.

Para finalizarla justificación en el uso de aquellas técnicas e instrumentos nombrados anteriormente se considera primordial observar la relación que guardan entre si y las consecuencias positivas de tomar este enfoque combinando diferentes factores en la recopilación de datos e información relevantes para la investigación.

Bajo un enfoque mixto por lo que favorece el acercamiento al objeto desde los hechos teóricos – empíricos. Para ello, se recurrió al uso de encuesta y a la entrevista a profundidad, donde se indaga sobre las potencialidades turísticas a evaluar en la investigación, caracterizadas por: política pública, Innovación social, valores del turismo, conocimiento sobre la prestación de un buen servicio de turismo, ambiente, actitud hacia el turismo, amabilidad, satisfacción de residentes y de turistas, servicio de hospedaje, servicio de alimentos, marca territorial, entre otros. (Moreno Freites, Ziritt Trejo, & Silva, 2019, p.110)



# Contenido de Capítulos

## Introducción Temática

# 01

### Capítulo 1: Templo de Santiago Apóstol

*Palabras clave: Templo, Patrimonio, Tipologías, Arte, Historia.*

En este capítulo se describen las tipologías arquitectónicas, artísticas e históricas propias del Templo de Santiago Apóstol, cuyas características sirvieron primero para conocer e interpretar correctamente el patrimonio allí descrito mediante el diseño integral en secciones posteriores, segundo para servir como inspiración conceptual y estético formal en las respectivas manifestaciones de diseño. Este capítulo servirá como preámbulo del proyecto ya que se menciona directamente el significado del Templo para la ciudad y la ciudadanía de su entorno.

### Capítulo 2: Turismo Sostenible

*Palabras clave: Turismo, Sostenibilidad, Turismo religioso, Colombia.*

En correlación a los objetivos de la investigación, es importante abordar el concepto del turismo sostenible, su concepto, su área de acción, de donde viene y como se ha aplicado en nuestros territorios, con el fin de comprender correctamente la razón de su aplicación en este contexto y/o objeto de estudio, las posibilidades que entrega y finalmente entender su influencia directamente en la ciudad de San Juan de Pasto.

# 02





# 03

## Capítulo 3: Diseño Integral

*Palabras clave: Diseño, Service design, UX, Estrategias, Características*

Aquí se llevará una descripción detallada de las características que engloban al diseño integral como una disciplina holística del diseño gráfico al igual que otros conocimientos que arroja desde el mismo punto de partida; en otras palabras se manejarán 3 escenarios fundamentales, conceptualmente como esta articulado el diseño integral, sus posibilidades comunicacionales pasando por una variedad de estrategias a fines del proyecto para concebir finalmente su funcionalidad.

# 04

## Capítulo 4: Desarrollo Gráfico y Conceptual

Después de recolectar la información necesaria, es hora de crear los mecanismos más adecuados para el proyecto y el objeto de estudio, claramente ajustado a una serie de parámetros dictados bajo el concepto de diseño, tendencia, procesamiento de datos, la metodología proyectual, entre otros; Es el capítulo que involucra la ejecución y creación del diseño integral anclado a distintos efectos metodológicos que dieron viabilidad y paso a los artefactos de diseño realizados.

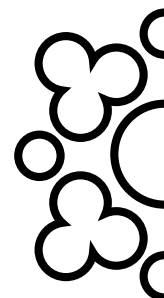


Ol



**ALTARIA**

**TEMPLO DE  
SANTIAGO  
APÓSTOL**





# Descripción Estético – Formal

Arquitectura Religiosa  
Tipologías Arquitectónicas  
Evolución Histórica  
Piezas Artísticas

Fotografía 10. Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia.

## Arquitectura Religiosa.

La arquitectura religiosa claramente presente en un ícono de la ciudad de San Juan de Pasto, como ya se ha mencionado, es catalogada como la ciudad Teológica de Colombia, en efecto por la gran cantidad de arquitectura religiosa construida en ella, la gran inversión de recursos por parte de diferentes comunidades católicas para lograr resultados tangibles como la iconografía o grandes signos religiosos inmersos en el interior de estos templos, todo esto generando un carácter bastante claro a la hora de diferenciar un edificio religioso, su ambiente, lo que evoca o simplemente la manera de cómo está configurado un inmueble de este estilo.

Dentro del contexto del objeto de estudio se pueden afirmar otras características bastante notables como lo menciona Rueda Cáceres, Figueroa & Elvis Plata (2017), “En efecto, Alberto Corradine, Arbeláez Camacho y Santiago Sebastián fueron pioneros en indagar, revisar, reconocer, validar, analizar y clasificar la arquitectura colombiana denominada “colonial”, donde subsiste de manera predominante la arquitectura religiosa católica”(p. 311). En esa dominancia colonial en esta nación, se puede destacar la influencia de la colonia para consolidar este estilo arquitectónico presente en todo el país, sin embargo en este contexto se hace mucho más fuerte, ya que la mayoría de templos pastusos se construyeron justo en la disputa de poder entre los revolucionarios y la Corona. Así que finalmente la arquitectura religiosa es cimentada bajo distintos aspectos románicos pero atada al estilo republicano o colonial lo que permitió condicionar su evolución para cumplir con algunos requerimientos de climatología, afluencia de personas, integración del arte, entre otros.

Describiendo la compleja arquitectura religiosa, empezó prácticamente sin ningún principio en cuál guiarse, sin saber que hoy en día serían consideradas como edificaciones como un bien de valor cultural en todo el mundo. Se puede decir que el origen de la arquitectura religiosa se dio en las grandes civilizaciones de la humanidad, como por ejemplo en Egipto, la India, Grecia o México, todo esto con fines de culto o punto de reunión como áreas sagradas de culto, estas claramente conformadas por todo el simbolismo que los rodea. Sin embargo este tipo de arquitectura se empieza a consolidar en mayor medida en la edad media, donde la religión sobretodo en Europa tiene el control en la mayoría de las áreas sociales. Paralelamente esta forma de construcción fue en continua evolución junto a la arquitectura prerománica, carolingia, la otomana, o celta; España fue uno de los exponentes que tomo mayor relevancia en este tema, al ser influenciados por movimientos orientales o los conceptos básicos del arco y columna, claramente adaptándolos en la modernidad técnica. (Tipos de Arte, s.f.)

Gaudí explotaría este concepto en una de las obras más destacadas de su carrera, sin embargo el punto de partida que dio como resultado varias obras de este estilo junto a otros artistas dedicados a la arquitectura, en ese sentido la inspiración total fue en los llamados tratamientos especiales y las formas mediterráneas, todo bajo el esquema regulado por el modulator Le Corbusier que consiste en retomar el ideal de construcción, donde las proporciones de los edificios salían directamente del hombre, siendo una relación con las medidas más sobresalientes de la escala humana como por ejemplo, la estandarización de la altura ideal para sentarse,



Fotografía 11. Muros y Pilastras – Templo de la Sagrada familia - España Fuente: Fernández Montalvo (2022)

apoyarse en un barandal, estar de pie, como otros elementos cotidianos que usamos hoy en día como por ejemplo las camas, electrodomésticos, baños, entre otros. Todo esto determinado por la proporción áurea.

“

La dinámica de la arquitectura religiosa tiene una constante: estimular la investigación divina; desde las cavernas de Lascaux hasta la sublime catedral medieval; desde las pirámides faraónicas de tiempos de Moisés hasta el glorioso domo de Miguel Ángel en San Pedro de Roma; “dentro de tanta diversidad exterior se descubre la Unidad Fundamental. (Mesa Jaramillo, 2020, p. 187.)

”

Complementando el concepto explorado anteriormente, donde el origen de la arquitectura religiosa viene desde hace bastante tiempo, pero es importante mencionar las consecuencias positivas de este saber cómo lo menciono Mesa Jaramillo, en el 2020, por ejemplo el Templo de la “Sagrada Familia” una obra sin precedentes que causo conmoción en la época por su manera de innovar, prácticamente todos estaban anonadados de su construcción hasta que Le Corbusier expuso a partir del mismo concepto la Capilla de Ronchamps en Francia.

Técnicamente todo este tipo de construcciones religiosas coinciden en el uso de límites horizontales generados a partir de pilastras y muros (Fotografía 11) con el fin de generar una vista totalmente planeada hacia lo alto o majestuoso de las cúpulas, si se mira desde otra perspectiva los iconos ahí expuestos contribuían al mismo concepto, como por ejemplos los santos pintados en las columnas, cúpulas y pechinas, están en una posición de inclinación o movimiento ascendente, de hecho hasta la propia arquitectura se modificaba en función de algunas condicionantes específicas o de apoyo conceptual (Fotografía 12) Simbólicamente está clara la referencia de la búsqueda de Dios como fue toda esta era dominada por la religión, y claro está estos ambientes arquitectónicos ayudaban a crear esa atmosfera, potenciada por la iluminación, y ese contraste de sombras creada por la misma arquitectura.

Sin embargo es necesario aterrizar el concepto de la arquitectura religiosa en el contexto latinoamericano, por el tema de la conquista, todo este territorio ha sido





Fotografía 12. Fachada Externa - Capilla Notre Dame du Haut - Francia Fuente: Bradley (2020)

afectado por la vanguardia establecida en Europa como se miraba en los ejemplos anteriores, no obstante este término llegó como una transformación o combinación de influencias, es decir como un fenómeno cultural compuesto por un gran sincretismo religioso, conceptualizando esta proposición de arquitectura vernácula, de acuerdo con Vargas Febres (2021):

Se la cataloga como arquitectura vernácula, ya que, en su configuración espacial en planta, contiene espacios funcionales planificados; así se presenta el zaguán precedido por un arco de medio punto edificado en adobe con base de piedra. El primer nivel está destinado a funciones sociales, laborales y de cocina, mientras que el segundo nivel se reserva enteramente para vivienda y depósito de granos. Así se entiende que dicha distribución se da de manera planificada, pensada, según a las necesidades y tipo de actividad laboral de sus usuarios. (p. 89)

Se toma como referencia este tipo de arquitectura tradicional, ya que en nuestro contexto local, las construcciones empezaron de esta manera, con los conceptos básicos para sostener un muro o el techo, la distribución espacial, el uso que se les daba según necesidades laborales, pese a esto claramente fue evolucionando y adaptándose con el ámbito religioso, mejorando su construcción en materiales, presupuestos y tiempo, de hecho el Templo de Santiago Apóstol empezó como una ermita en adobe con base de piedra, bastante sencilla.



## Tipologías Arquitectónicas

El templo de Santiago Apóstol se caracteriza por su gran altura, pertenece al estilo románico, ya que el arco de medio punto es el predominante en la construcción, sus muros son gruesos y sus columnas son de fuste cilíndrico, y su puerta principal ligeramente abocinada. El templo es rectangular, consta de tres naves, una central y dos laterales, la nave central se alarga por el presbiterio o santuario que está en la posición más alta y es enmarcado por un arco total que descansa sobre dos fuertes pilastras adosadas, se encuentran además dos pulpitos octogonales con pinturas bíblicas.

De igual manera el templo en términos arquitectónicos, se puede decir que es de los templos donde prevalece aún el estilo del periodo republicano, aunque cabe aclarar que su construcción fue en la época de la colonia, la excepción es que toda esta construcción queda realmente poco, ya que anteriormente en esa época el templo constaba solo de la nave central hecha a partir de tapia y era cerrado, es decir sin ninguna ventana, es más las ventanas que observamos hoy en día y sus torres tienen una construcción reciente, prácticamente del periodo republicano mencionado, sin embargo una característica por resaltar es su emplazamiento urbano ya que está ubicado en la cima de la loma de Santiago, lo que le da varias características arquitectónicas de imponencia, altura, etc.

Por otra parte, su estructura, prácticamente está realizado en arquerías de medio punto, que generan una división de la nave central, las dos naves laterales y las torres. Uno de sus valores diferenciales es su propia ubicación

elevada, con esos senderos o escalinatas tanto laterales y frontales que refuerzan el acceso de los feligreses, la movilidad, característica que es única en la ciudad ya que otros templos no poseen espacio público o el mismo descenso por la Calle del Colorado para provocar un espacio de interacción mucho mayor, a comparación de otros templos que se pierden en la retícula urbana; junto al templo de Santiago Apóstol podemos encontrar una casa neoclásica espectacular construida por Lucindo Espinoza que refuerza el sentido del contexto republicano del entorno.

(H. Morales, comunicación personal 18 de febrero, 2022)

Al fondo se encuentra el altar mayor, a los lados los coros para la comunidad, ornamentados con arcos trilobulados de estilo mudéjar (de descendencia árabe). Sus muros están decorados con cuadros al óleo de santos y personajes de la comunidad capuchina, el cielo raso está ataviado y entre las columnas se encuentran ventanales recubiertos con vitrales de estilo gótico. Para el acceso al templo hay escalinatas de piedra, en la fachada principal y lateral con sus correspondientes plazoletas, simétricamente construidas en su conjunto, que conducen desde la plazoleta hasta el atrio del templo.

A los lados de la portada se encuentran dos hornacinas que albergan a la estatua de San José Obrero y a la estatua de Pio X, además está la escultura de San Francisco de Asís con el hermano lobo obra de Marceliano Vallejo. Además de una serie de balaustres con sus respectivos zócalos y antepechos. La fachada principal se divide horizontalmente en tres cuerpos: el primer cuerpo tiene figura rectangular coronada por un tímpano, se conforma por cuatro co-





lumnas principales que sirven de elementos sustentantes a tres arcos de medio punto, los cuales se levantan sobre basamentos recubiertos en piedra; al arco central está decorado con el escudo heráldico y la sigla “Deus meus et omnia” (Dios mío es todo). El segundo cuerpo está formado por dos torreones de forma rectangular construidos con mucha simetría y definidos para una combinación de estilos románicos y renacentistas. En el tercer cuerpo se destaca un tambor octagonal con vanos en arco de medio punto que sirven de base a una cúpula que sostiene una linterna compuesta por: un pequeño cuerpo octogonal, una cupulina y una cruz. En su parte central se encuentra la entrada lateral, la parte superior de la fachada presenta una balaustrada de estilo gótico, las cubiertas de las tres naves se cubren en teja, de las cuales la del centro es más elevada para dar más iluminación al templo.

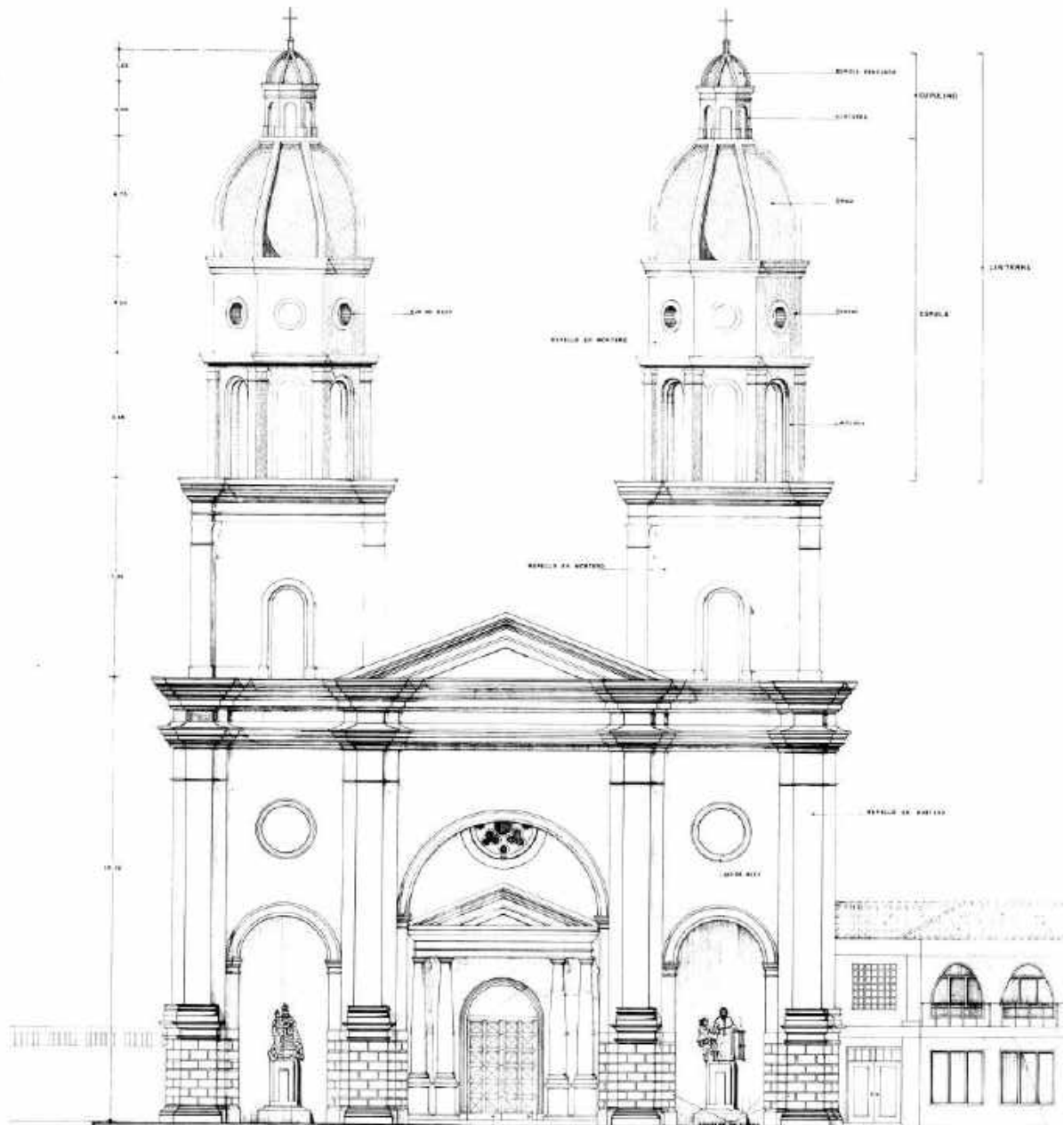


Figura 1. Planos Templo de Santiago Apóstol Fuente: Guacac, Torres, Lopez, & Bolaños (1986)





Construcción de Frontis y Torres  
**Fecha Desconocida**

Fotografía 13. Fuente: Pasto Ayer y Hoy (s.f.)



Cincuentenario de Nariño  
**1954**

Fotografía 14. Fuente: Señal Memoria (1954)



Actualidad  
**2021**

Fotografía 15. Fuente: Meneses (2021)

## Evolución Histórica

El Templo de Santiago Apóstol tiene una gran cantidad de particularidades en su estilo arquitectónico, mezclando diferentes estilos; sumado a que el paso del tiempo desde su construcción claramente le ha pasado factura, tal como lo cuentan (Mesías Rosas y otros, 2005) el templo comenzó con una ermita en 1586 dedicada al apóstol Santiago (Patrono de España), a finales del siglo XVI en la colina de que hoy en día es el barrio del colorado, tuvo una reedificación en 1665, sin embargo los sismos constantes e igual que los fuertes enfrentamientos en la Ciudad de Pasto, como ya lo habíamos mencionado por ejemplo, la navidad negra, la cuál afecto seriamente la construcción. El 13 de marzo de 1894 se destruyó el antiguo templo con ayuda de la ciudadanía, y Alfonso María de Caicedo bendijo la primera piedra para la construcción de la casa. En 1895 se inició la obra del actual templo de Santiago Apóstol, y en 1897 se colocó la última teja, este mismo año, el 4 de octubre sería bendecido e inaugurado por el obispo Ezequiel Moreno Díaz. Es necesario calificar como ha sido el contexto histórico que ha arropado al templo en su evolución como tal, para comprender significativamente su función a través del tiempo para las personas, ya que este edificio religioso seguramente ha generado una diversidad de percepciones atadas a lo que interpretan o significan para las personas que lo recorren.

El templo de Santiago Apóstol dada su ubicación topográfica siempre ha estado en el ojo de todos los habitantes de la ciudad, desde su construcción inicial como ermita, precisamente como un edificio bastante pequeño pero que inicio la semilla de un punto tan visitado y frecuentado hasta ahora, desde ese momento junto a diversas situaciones de orden político y social como lo fue la época colonial en Pasto, un territorio disputado por sus ideologías para nada convencionales además de su gran posición estratégica al ser frontera con la provincia que hoy en día conocemos como el vecino país de Ecuador, todo esto provoco que el templo y la ciudad misma sean un epicentro de acontecimientos transformadores e impactantes para la ciudadanía pastusa, como por ejemplo, la navidad negra o la guerra de Catambuco, todo a los alrededores del núcleo urbano para decidir el mejor rumbo como sociedad. Si esto no fuera suficiente en esa época se vivió una gran cantidad de sismos de gran magnitud, la colina del colorado como la conocemos hoy en día, tuvo grandes consecuencias como por ejemplo, la destrucción del templo para que posteriormente sea reconstruida en el modo de construcción, mayor altura, mayor espacio, etc.

Su primera remodelación fue realizada mediante la ayuda de la misma comunidad, es claro decir que desde esos momentos ya se manejaba indirectamente los conceptos de apropiación cultural de un lugar, para que se den estos procesos tan enriquecedores de ayuda mutua. A finales del siglo XIX se evidenciaba otro gran cambio para la población que ahí residía, la comunidad capuchina llegaba a nuestra región, (Gómez López, 2015) lo cuál iba a significar varios cambios importantes, en primer lugar años más adelante el Obispo Ezequiel Moreno Díaz inauguraría el templo y le entregaría la administración a la Comunidad de Hermanos Menores Capuchinos, en su interior se construyó un gran convento para ellos que contendría un lago con peces dorados, un jardín con sesenta clases diferentes de rosales, de nuevo en una obra social con bastante apoyo comunitario.



## Piezas Artísticas

Empezando con un breve repaso en general del templo, por el exterior se concluye en primera instancia que posee un estilo colonial – románico como lo afirma (Chaves, 1970), esta iglesia reconocida por mezclar diferentes estilos artísticos en sus elementos, todavía no se ha reconocido el arquitecto autor de esta obra, por otro lado, al frente del templo encontramos una plaza y las respectivas escalinatas de piedra con elegantes pasamanos (Fotografía 16), detalle único en la ciudad, que llevan al atrio de la iglesia, semióticamente se puede concluir que forman el camino de los feligreses para la adoración hacia Dios, ya que nos conducen hacia la nave central, que de ahí se despliegan todos los elementos de los que estaremos hablando.

Fotografía 16. Vista Aérea Frontal Templo de Santiago  
Apóstol Fuente: Meneses (2021)



Detallando aspectos en generales de la arquitectura, y en fragmentos especiales morfológicos que se esconden en la misma estructura, la ubicación de las columnas, los dos torreones que finalizan con una gran cúpula y su respectiva cupulina junto a una cruz en la parte superior, sin olvidarnos el arco de medio punto que está presente en toda la construcción, hay que recalcar también el frontis que se empezó a construir en 1925, y tiene una función de elevar la iglesia en sus proporciones y crear un contraste armónico de formas entre de las naves laterales junto a la central. Incluyendo el factor colonial que agrega detalles como todas las naves están cubiertas con teja, y algunos remates de las columnas se podría decir que pertenecen o se podría ligar con cierto estilo republicano también presente en la época. Hay que tener en cuenta la altura y la gran posición estratégica del templo con respecto a la ciudad, ya que está ubicado en una colina del centro de la ciudad, simplemente tiene accesos a vistas de todo el panorama urbano, esto combinado con la gran altura que posee y el acceso a las torres, permite una visibilidad increíble, no se conoce si fue construido ahí de manera estratégica y planeada, o solo fue una coincidencia de la futura planeación de la ciudad.

Desde otro ángulo también hay que tener en cuenta el cromatismo que posee el templo, posee una gran historia donde el templo al pertenecer a la orden de los hermanos capuchinos, tienen unas variaciones de sus colores más significativos, igualmente lo tienen construcciones contiguas como el convento y el colegio San Francisco de Asís, lo cual hace un grupo de estructuras correlacionadas por su paleta cromática y su arquitectura. En general unos elementos de suma importancia acerca

del arte del templo, en el interior encontramos, en primer lugar, oleos pintados en bastantes áreas (Fotografía 17) los cuales poseen un estilo y un acabado tridimensional, un acabado poco visto y también no bien desarrollado en otros templos de la ciudad, el efecto que se logra en estas pinturas es único y genera una sensación más envolvente en el ambiente espiritual que los rodea, los oleos se encuentran en los laterales de la nave central en su parte superior intercalados con unos vitrales pequeños donde se observan personajes importantes en la orden capuchina, también unos de mayor tamaño a los lados del altar, y además se encontró pinturas de los 12 apóstoles en dos estructuras similares a un pulpito y que se utilizan actualmente para las lecturas de los evangelios. Hay algunas pinturas que forman repeticiones y texturas en el techo y en el encuentro de dos columnas.



Fotografía 17. Óleo Santiago Matamoros Fuente: Elaboración propia

También hay que agregar los materiales que se utilizaron para la decoración del interior de la iglesia, por ejemplo el material del techo, el piso, las columnas, las bancas, elementos que poseen una misma unidad visual y conceptual, siguiendo una misma línea y que ningún detalle desentona. Al igual cabe mencionar el cuidado y la conservación de los mismos, ya que se evidencia un buen manejo para encontrarlos en tan buen estado hoy en día y como último punto para recalcar dichos materiales en ciertas ocasiones provocan patrones y texturas visuales bellísimas que enriquecen la visualidad del templo.

Otro elemento fundamental para la religión católica y el mismo templo, es las esculturas que forman parte de un recorrido alrededor de las naves laterales, encontramos primero, repartidos en los muros esculturas en madera de 50 a



60 centímetros las etapas del viacrucis con su respectiva representación visual, manteniendo una linealidad de conceptos y de formas, también hay que destacar las diferentes esculturas de santos religiosos (Fotografía 18) donde se evidencian con exactitud 13 altares para los mismos, sin contar las 4 figuras que habitan en el altar principal ubicado en la nave central.

Finalmente se encuentran los vitrales, una técnica primordial para la mayoría de templos de la ciudad de Pasto, e igualmente de importante para la arquitectura románica, con la función de dejar pasar la luz hacia el parte interior añadiendo un

Fotografía 18. Escultura Niño Jesús de Praga Fuente: Elaboración propia



toque estético atractivo, por esta misma razón en el Templo de Santiago Apóstol, encontramos 12 vitrales diferentes en la planta inferior y ubicados en las naves laterales, además de 18 que se encuentran en la parte superior del nivel en la nave central, pero el diseño se repite en ocasiones. Uno de los vitrales más representativos se encuentra ubicado en el rosetón al frente de la nave central, (Fotografía 19). Los vitrales de abajo y principales disponen de un diseño único en el marco, la persona u organización que financio su elaboración, y como protagonista principal un acontecimiento vital para la orden capuchina.

Fotografía 19. Rosetón Frontis - Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia



A black and white photograph of a chalice filled with red wine, with other vessels in the background. The chalice is the central focus, with the red wine creating a strong contrast against the dark background. The lighting is dramatic, highlighting the rim of the chalice and the texture of the wine. In the background, other vessels are visible but out of focus, suggesting a larger set of liturgical vessels.

# Descripción Práctico-Funcional

Función Religiosa  
Entorno



## Función Religiosa

En la actualidad la función que prácticamente ocupa la totalidad de lo que hace al templo como un eje de transformación social, es única y exclusivamente dedicado al culto religioso público, en este caso de la religión Católica, claramente al igual que los demás templos de la ciudad plenamente católica; Diariamente se celebran distintos ritos litúrgicos como por ejemplo la Eucaristía que reúne una gran cantidad de feligreses alrededor de un mismo concepto, zona geográfica o entorno netamente cerrado a celebrar la espiritualidad.

Hay que tener en cuenta la gran utilidad que tiene este tipo de templos en países en vía de desarrollo donde la religión toma parte de una gran porción de vida por parte de los ciudadanos y la iglesia se torna como un concepto más móvil, no como un espacio físico como tal sino que se transforma en un eje de reunión o acogimiento, esta importancia se clarifica excelentemente por Cuesta M (2012),

“

En el marco de la globalización y la cultura, reconoce la **vitalidad de la Iglesia en América Latina** y alaba que este continente en un **espacio de encuentro de pueblos y culturas**

”

En ese mismo sentido se puede recalcar la importancia de la función religiosa que cuenta los templos de esta magnitud, el rol social que cumple dentro de una determinada comunidad o zona en particular, de manera que en pocas palabras la parte espiritual y creyente de las personas es inamovible y fija dentro del tiempo y espacio. Entonces ¿Porque insistir sobre el papel de los templos? “Hay que reubicar a las iglesias y darles un nuevo dinamismo profético. Y para ello no sólo hay que cambiar el papel de las autoridades jerárquicas, sino también el de los cristianos” (Estrada Díaz, 2011, p. 111). Parfraseando esta idea y complementando con la idea colectiva del proyecto, en términos teológicos es imposible arrebatarles la fe a una cantidad considerable de feligreses, y mucho más en un símbolo religioso como lo es el templo de Santiago Apóstol, esta transformación va hacia proporcionar un sentido o intensidad diferente a lo que se ha acostumbrado en la religión, sería algo paralelo que acompañe la religión sin modificarla no obstante se pueda seguir creciendo sosteniblemente generando ingresos, protegiendo esa fe, el patrimonio intelectual y tangible, todo para mantener y potenciar las funcionalidades propias del templo.





## Entorno

Dentro del entorno reconocible del Templo de Santiago Apóstol se reconocen varios elementos adyacentes con cierta importancia para el paisaje urbano, empezando por lo macro la calle del colorado posee un papel importante para la movilidad de vehículos pero sobre todo desde el plano histórico es fundamental para el sector lo que aconteció con la navidad negra, el patrimonio arquitectónico que tienen las casas que se mantienen en teja y construcción colonial (Fotografía 21) o la laja que recubre los andenes de las calles.

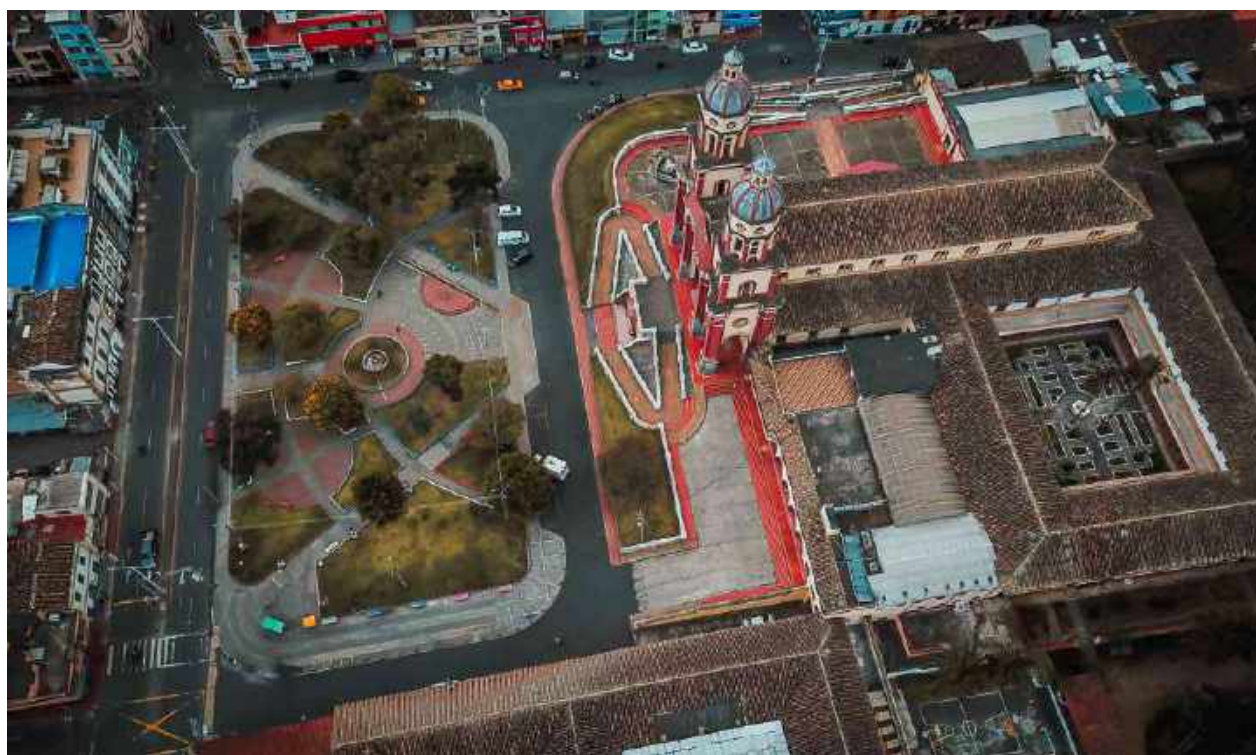
Por otro lado encontramos algunos elementos complementarios de apoyo con el fin de enaltecer y reforzar el significado del templo, como son el parque, las escalinatas o la plazoleta contigua al templo, todos estos elementos tienen un rol importante para la movilidad pero esta vez para los transeúntes o peatones que recorren las calles a pie, el parque es un punto de concentración donde el usuario puede itinerar sin problema (Fotografía 22) las escalinatas de piedra son el perfecto acceso que nos conduce a la altura del templo, a sus entradas pero de una manera donde se genera un recorrido bastante interesante donde el usuario sigue un camino zigzagueante contemplando la magistralidad de todo el entorno del colorado y posteriormente ya llegando a las grandes puertas del templo, por último la plazoleta contigua al templo que igualmente tiene un empedrado atrayente donde lastimosamente se le ha conferido un sentido de peligro o directamente un mal uso por agentes externos a la comunidad religiosa.



Fotografía 21. Vista aérea Templo de Santiago Apóstol Fuente: Meneses (2021)



Fotografía 22. Vista aérea Templo de Santiago Apóstol y Parque Fuente: Meneses (2021)





# Descripción Simbólica

Valor Simbólico  
Conceptualización tipología patrimonial  
Salvaguarda, conservación y exaltación.  
Valor Histórico - Representativo

Fotografía 23. Fragmento óleo Santiago Matamoros Fuente: Elaboración propia

## Valor Simbólico

Simbólicamente el templo puede evocar una gran variedad de emociones o sentimientos, sensaciones, es un lugar lleno de lenguaje gráfico, visual junto a otras características sumamente especiales a comparación que otros templos de la ciudad que carecen de ellas. Empezando por su peculiar posición geográfica, ya sea estratégicamente pensada, nos presenta su majestuosidad, puesto que nos permite contemplarla a la perfección, ya que el entorno está dedicado a el templo, esto lo podemos notar porque no está oculta por edificios o elementos que opaquen su altura y cuerpo, como valor agregado a todo lo mencionado en este punto se puede observar conceptos de la altura, direccionalidad, grandeza, majestuosidad los cuales van cobrando fuerza, el templo está en un plano superior a todo lo demás que refuerza los mismos sentimientos mencionados anteriormente, junto a esto los usuarios que quieren ingresar a él, tiene que tomar un camino de ascensión, hacia arriba, desde las escalinatas de piedras, obviamente si este mensaje se lo complementa con la parte religiosa toma mucho más sentido y fundamento, ya que se podría decir que es el camino de Dios que guía al feligrés en el rumbo correcto.

Antes de llegar al interior del templo nos encontramos con sus columnas de fuste cilíndrico las cuales enmarcan la puerta principal dándole un protagonismo, puesto que esta puerta se encuentra abocinada dándole más relevancia a su entrada, después de esto ya en su interior nos encontramos con la nave central, las cual nos permite hacer un recorrido que está lleno de simbolismos religiosos éstos tienen una relación con la comunidad capuchina, pasajes



Fotografía 24. Fragmento Rosetón Frontis  
Templo Fuente: Elaboración propia



Fotografía 25. Vista Segunda Planta Nave Central Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia



bíblicos, personajes religiosos, todos estos reflejan una direccionalidad hacia el atrio donde podemos ver el santuario o presbiterio que se muestra imponente y solemne, además de esto se encuentra enmarcado por un arco el cual encuadra el altar mayor junto con sus lados más cortos estos nos presentan un camino visual hacia el cielo raso en este punto nos permite guiarnos hacia los ventanales, los cuales están realizados en vitral con una representación clara de Santiago Apóstol, pero lo más significativo de estos es su belleza en la composición y manejo de tonos que iluminan las naves

laterales con colores que reflejan una luz cálida la cual genera emociones de tranquilidad y paz, por otra parte nos encontramos con que este elemento diferenciador que le aporta un simbolismo más contundente e impactante al espectador este se encuentra en todo el templo y presenta un juego de luz y sombra que los vitrales dejan pasar durante todo el día, quizás el camino hacia el altar por la nave central o las naves laterales, con una cerámica tradicional pintada, un escenario oscuro no tan luminoso donde los ventanales cubiertos con los vitrales apenas dejan pasar una luz suave y sere-



na, todos estos factores generan un ambiente o una atmósfera espiritual, misteriosa pero cautivante.

Profundizando el valor simbólico que nos genera un montón de conceptos es importante afirmar que el templo guarda historia del pasado, cosa que influye a la comunidad o el paradigma como tal del lugar, solo mencionando la navidad negra el templo guarda esa simbología como un lugar ancestral que arrastran todas las generaciones que han venido naciendo, estas generaciones desde el pasado han formalizado una

comunidad bastantes fuerte e icónica en la ciudad, un sentido sociocultural que se evidencia desde el entorno mismo como a sus alrededores. Esta colina del colorado con todo ese valor que guarda intrínsecamente o espiritualmente genera muchas sensaciones a las personas, se puede decir que invita a caminarlo, esto agregando la ya mencionada ubicación en la cima de ella, potencia aún más esos sentimientos de visualizar a un nivel superior, un poderío o imponencia real. (A. Arteaga Hoyos, comunicación personal 25 de febrero, 2022)



## Conceptualización tipología patrimonial.

Probablemente en la mayoría de lugares del mundo hay una carencia en la comprensión del significado completo del patrimonio, mucho más si observamos un contexto más pequeño como el nuestro, es común confundir y desconocer los tipos de patrimonio que se pueden encontrar en nuestra vida, en el recorrido normal por la ciudad u otras situaciones de la interacción con la sociedad, con base a lo anterior es obligatorio conocer la perspectiva legal del patrimonio mundial regulado por la UNESCO, organización que define en primer momento al patrimonio mundial como:

El Patrimonio Mundial es el conjunto de bienes culturales y naturales que hemos heredado de nuestros antepasados y que nos permiten entender y conocer la historia, las costumbres y las forma de vida hasta el momento actual. El Patrimonio Mundial es la base sobre la cual la humanidad construye su memoria colectiva y su identidad, es lo que nos hace identificarnos con una cultura, con una lengua, con una forma de vivir concreta. (UNESCO Etxea, 2004, p.3)

Tal como lo plantea la Unesco que es el ente rector con respecto al tema patrimonial mundial, se constituye como una necesidad de preservar un conjunto de elementos con el fin de conocer la historia y posteriormente interpretarla correctamente. Desde este punto de vista y acoplando la tematica tratada en esta investigación, pasemos a clarificar la tipologia correcta para el objeto de estudio titulado Templo de Santiago Apóstol, dentro de las categorías correctas.

El patrimonio mundial reconocido por la Unesco reconocer 3 grandes categorías en las cuales se encuentra el patrimonio cultural, natural y bienes mixtos; dentro de ellos evidenciando las características propias de este tema investigativo, se concluye que el objeto de estudio llamado Templo de Santiago Apóstol actua dentro del patrimonio cultural, es aquí donde hay que mencionar las subcategorías de este tipo de patrimonio donde encontramos material e inmaterial, claramente por ser un lugar físico se categorizaria dentro de las tipologías patrimoniales como Patrimonio Cultural Material, por lo que se refiere a un monumento como edificios, casas, palacios, lugares de culto, fabricas, esculturas, pinturas, sitio arqueologicos en definitiva obras o elementos elaboradas por el hombre y que pertenece o forma el paisaje urbano de la ciudad de San Juan de Pasto (UNESCO Etxea, 2004).



**Patrimonio  
Cultural  
Material  
Inmueble**

Figura 2. Logo UNESCO Fuente: <https://es.unesco.org/>



## Salvaguarda, conservación y exaltación.

Aunque es convencional observar a estos tres términos juntos cuando se trata en preservar el valor patrimonial de un territorio, lugar, objeto o costumbre, al mismo tiempo es cierto que guardan una gran relación bajo una misma coyuntura y hacen posible un objetivo común cuando se trata este tipo de asuntos culturales. A pesar de lo anteriormente mencionado es estrictamente necesario que aun existiendo este nexo entre ellos, se evidencia una diferencia notable, una diferencia que no los aleja, en realidad es todo lo contrario; se complementan entre si formando una justificación íntegra para preservar un conocimiento manifiesto en un punto en específico. A causa de este estrecho vínculo la salvaguarda se postula como un primer acercamiento que se tiene en el imaginario colectivo donde directamente se refiere a mantener vivo algo importante para nuestra época no obstante es un significado incompleto, de ahí que sea necesario que la ciudadanía la conozca en plenitud, como por ejemplo la necesidad de que entes gubernamentales entren a actuar:

En desarrollo de la estrategia de salvaguarda, el Ministerio generará metodologías participativas de planeación y gestión del PCI, incluida la generación de espacios de diálogo intercultural con las comunidades y colectividades, lo que comprende el diseño y aplicación de metodologías participativas de salvaguarda de acuerdo al tipo de manifestaciones y a las particularidades culturales de la población. (Ministerio de Cultura, 2008, p.279)

Dicho esto se puede lograr un

acercamiento mucho más cercano con respecto al verdadero significado de la salvaguarda y el trasfondo detrás de ella; parafraseando al texto escrito en Política de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ministerio de Cultura (2008) no que se quede solamente como un objetivo ético de la sociedad sino que por el contrario permita extrapolar el concepto a disciplinas del saber, concretamente en la política, para promover legalmente el patrimonio de nuestra cultura y demás elementos que lo necesitan a través de América Latina, claramente desde la identificación de objetos de estudio, valoración de su importancia y difusión del conocimiento dentro de los implicados y relacionados como puede ser una comunidad, población o un movimiento.

En relación con la salvaguarda, el resultado de aquel esfuerzo para mantener perdurable nuestro entorno, encontramos a la conservación, un concepto que a priori se encuentra en diferentes áreas y contextos, aun así teniendo miles de vertientes, el significado que los une es custodiar la esencia de un algo, ya sea algo intangible o tangible, que podamos tocar o no, el concepto se reduce a eso, igualmente trasladándolo al asunto que nos interesa, sobre el conservar el patrimonio que nos rodea, el patrimonio que compone el ecosistema de historia y cultura alrededor nuestro, es fundamental evidenciar el sentimiento que también puede envolver a la situación, como es claro aquí mismo en Colombia, más específicamente en Bogotá en aquellas primeras décadas del siglo XX, donde el paradigma que hoy conocemos tenía que virar hacia una dirección, tal como lo argumenta (Muñoz Rojas, 2010):

Los debates sobre la conservación superaban entonces el discurso



estético y tenían implicaciones sociales y políticas más profundas. Para personas como López de Mesa, la cuestión en torno a la arquitectura moderna no se limitaba a la estética, pues tenía implicaciones para la identidad de la ciudad y de la nación. Preservar o demoler el convento colonial dejaba un precedente con respecto a los monumentos nacionales, a la configuración de la nación, a la valoración del pasado y a lo que debía considerarse “auténticamente” colombiano. (p. 34)

Conviene subrayar que la conservación no se dispone únicamente para preservar un inmueble construido por diferentes materiales sino que del mismo modo y al mismo tiempo se está conservando todos los rasgos identitarios y socioculturales que caracterizan a un lugar, en este caso un sitio arquitectónico, ya que ellos igualmente conforman los recuerdos, pensamientos, experiencias, sucesos de ese pasado que llevamos intrínseco, y es aquí donde nace la necesidad de la expresión, por la razón de que la conservación en su interior también involucra emociones, manifestaciones y lazos, es evidente que precisan enunciar más allá del significado mismo sino que también a la amplitud del horizonte conocido, lo que convencionalmente vemos, la responsabilidad recae a “Enfatizar la diversidad cultural representada por las expresiones inmateriales, tiene una fuerte tendencia a exaltar lo espectacular, lo grandioso, las masterpieces u obras maestras” (Villaseñor Alonso & Zolla Marquez, 2012, p.81).

De este modo es imposible no clarificar la noción donde la exaltación es el punto máximo de expresión hacia lo exterior pasando evidentemente por la salvaguardia y la conservación, aquella exaltación que brinda de sentido y cuerpo a todos símbolos y signos que se nos presentan de manera continua en cada momento, y a pesar de ello nosotros somos los que le aportamos de significado, sin este proceso sería impracticable e inalcanzable por cualquier usuario, o en su mínima expresión incompleto, un poco del problema identificado en esta investigación, lo que aporta un margen para impactar y estructurar un desarrollo idóneo basado en la recopilación, interacción e interpretación del objeto tratado metodológicamente de esta manera.



## Valor Histórico – Representativo

Describiendo un poco el desafortunado suceso ocurrido el 24 de diciembre de 1822 donde más de 400 hombres fueron asesinados en este mismo lugar donde el Templo de Santiago Apóstol se en alza, y otros 1.000 fueron expulsados de la ciudad. Aunque este valor histórico o lo que representa el templo hacia la gente ya no esté tan presente en el sector, es fundamental mencionar que este templo sirvió como refugio para las ma-

dre e hijos que escapaban de las crueles garras del ejército independentista, este hecho de acoger a las víctimas de esa noche, pudo generar un sentimiento de conexión con el templo, el cual fue su único escudo en tan fatídico acontecimiento, quizás por este motivo la ciudadanía tiene esa empatía por un lugar cercano a ellos, y de ahí nació las experiencias posteriores donde la misma población ayudó a reconstruir el templo en variadas ocasiones.

*“Logramos, en fin, destruir a los pastusos. No sé si me equivocó como me he equivocado otras veces con esos malditos hombres, pero me parece que por ahora no levantarán más su cabeza los muertos”, le dijo Simón Bolívar a Santander en una carta enviada desde Quito el 21 de julio de 1823” (El Tiempo, 2021)*



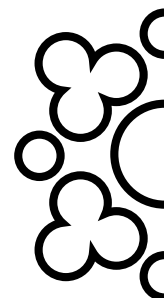
Fotografía 26. Representación Batallas de la Colonia Fuente: Getty Images (como se citó en BBC, 2019)





**ALTARIA**

**TURISMO  
SOSTENIBLE**





# Turismo

¿Qué es el turismo?  
Desarrollo Histórico  
Efectos del turismo

Fotografía 27. Panorámica del casco urbano de la ciudad de San Juan de Pasto Fuente: Elaboración propia

## ¿Qué es el turismo?

Reflexionando acerca de esta interesante frase, se puede afirmar que es una actividad que está en constante devenir, y genera un movimiento transversal en varios momentos de la vida de un individuo o un lugar, en otras palabras es un conjunto de elementos, ya sean tangibles o no tangibles que comprenden la itinerancia de una persona durante algún viaje o estancia, no obstante volviendo al punto de partida, siempre este recorrido significa algo temporal dentro de lo habitual o cotidiano para el ser humano o el usuario en general donde se pueden generar un montón de experiencias enriquecedoras alrededor de los sentidos, gustos y necesidades de una persona.

Por ejemplo Ardila (2015), plantea que el turismo es un fenómeno que engloba un enfoque totalitario sobre las dimensiones humanas, es decir que no se centra particularmente en una sola de ellas, dando como causa una serie de relaciones paralelas entre los actores interesados o involucrados que están interactuando o generando conocimiento en un contexto como tal, esto se puede interpretar desde el como un lugar, acontecimiento o persona a través del tiempo puede llegar a provocar una serie en cadena de hechos donde a priori se puede decir que es aleatorio llegar a ese punto de consolidación de información en una sola concentración de acontecimientos que tienen como punto final la relación con el mismo hombre.

Fernández Fuster como se citó en Ardila (2015) menciona, “**El turismo implica un viaje con retorno**” (p.144)



## Desarrollo Histórico

El turismo empieza aproximadamente en la segunda mitad del siglo XX o XIX, inicio todo como un movimiento de extranjeros a otros sitios desconocidos, una actividad bastante fuera de lo normal y el único objetivo era conocer a otros, sin embargo algo importante que aclarar es que hay una relación directa del turismo con el capitalismo, así que mientras uno incrementa, el otro hará lo mismo de manera paralela, ya que el turismo es un modelo de desarrollo propio del capitalismo, lleva más de dos siglos en constante cambio y evolución, por eso hoy en día está tan establecido en nuestras ciudades y pensamientos.

En primera medida hubo una división clara por cómo iba a reaccionar la sociedad frente a estos cambios, seguir por la sociedad tradicional cada vez se disminuían sus opciones para sobrevivir, entonces un hecho histórico importante como lo fue la revolución francesa generó un montón de cambios sobre los trabajadores, aristócratas, etc. Esto estaba pasando al mismo tiempo que ya se reconocían a los primeros viajeros en el oriente medio o también en ciudades insignia de la cultura europea como lo son Italia o Grecia, cuna de artes como la escultura, pintura, gastronomía, teatro, filosofía, entre otros.

Alrededor de 1789 nacen las ciudades, con ampliaciones de lo que se acostumbraba normalmente, no obstante un cambio significativo en esta línea de ida fue hasta el comienzo del siglo XIX, el crecimiento demográfico en masa empieza a tomar factura, por ejemplo pasa de 1.041 millones de habitantes a 1.270 en un periodo de 50 años, hasta que en el año de 1913, ya se presenta una tasa de incremento por encima del 70%. La revolución industrial lleva consigo un cambio importante porque se observa la construcción ya en contextos tanto urbanos como rurales, industrias, trabajos y comercios de objetos para conformar un mercado de consumo ya consolidado, lo que claramente da paso a que las personas empiecen a trasladarse con el fin de comprar nuevos objetos, lo que significa movimiento entre puntos específicos, intercambio cultural entre las masas sociales y otros procesos de interrelación. Como mencionaba la importancia de estos movimientos de personas, conllevó a la creación de necesidades puntuales de básico estilo de vida para los ciudadanos, en este caso empezaron a destacarse los medios de transporte como el ferrocarril, el avión o el simple transporte carretero, más que todo por la aparición de las dos grandes guerras de la humanidad.

Un punto importante que cambió el rumbo del turismo en todas las facetas que conocemos fue la aparición de la fotografía a mitad del siglo XX, aunque sea una máquina bastante pequeña, revolucionó lo que puede ser impreso, innovando los diálogos normales de comunicación. Finalmente antes de llegar a la actualidad el desarrollo vivido se puede resumir en el avance de la colonización de territorios alrededor del mundo, el prestigio aéreo, la masificación del turismo alrededor de todos los estilos de vida, como impactaría el turismo de manera social, ecológica como producto masivo, la aparición del concepto de la ciudad post-industrial que abre las puertas a ser turística, el consumo, la tercera era masiva y el turismo de masas. (César Dachary y otros, 2018).





## Efectos del turismo

El turismo como fenómeno tiene una multitud de efectos dentro de una zona determinada, y claramente con los usuarios que están en contacto en esa área los obligan a comprender sobre lo que está pasando en su cotidianidad, la vida tanto personal como en colectivo de su convivencia normal, por esta razón es que una gran variedad de disciplinas tiene interés en el turismo ya que es necesario más conocimiento para teorizarlo, ponerlo en práctica y aplicarlo en otros campos.

Por eso se dice, el papel fundamental que está cumpliendo el turismo en la sociedad, tomando en cuenta la postura de Carrazana Amador (2017), “Por ejemplo, si el turismo genera impactos económicos positivos en determinada región, también deja huellas positivas y negativas en el ámbito social, lo que requiere de la convergencia tanto de la economía como de la sociología.” (p. 219). Es necesario afirmar como lo mencionábamos anteriormente los cambios sociales u opiniones divididas que pueden llegarse a generar en la aplicación de los artefactos propuestos, ya que el turismo esta tan estrechamente ligado con los comportamientos sociales, y mucho más si se entremezclan factores culturales o religiosos, que dan mucho menos margen de maniobra en esta ejecución proyectual.

A pesar de que no haya un control absoluto sobre las consecuencias que

podría generar el turismo, se podría decir que hay una contraposición importante sobre esta afirmación tan acelerada, en cuanto al impacto completo del turismo en una ciudad, comunidad, etc.

Debe aclararse que, aunque el turismo impacta en varias esferas de la vida humana, se han privilegiado o enaltecido los aspectos económico y comercial, toda vez que se le ha visto como una palanca de desarrollo para los países del «tercer mundo», un instrumento que genera riqueza para las economías de muchas naciones. (Carrazana Amador, 2017, p. 219)

Adelantando el ritmo de esta temática, en capítulos siguientes se encuentra el concepto de turismo sostenible que de hecho es la evolución correcta del turismo, con principios de sustentabilidad que propicien todos sus valores y objetivos, entonces ¿Porque mencionar directamente este término ahora? El turismo sostenible como ya se aborda más adelante consiste principalmente en la generación de ingresos que es lo que menciona justamente Carranza Amador, como se está enlazando el carácter comercial y económico para consolidar un turismo que genere o aporte realmente en la parte financiera privada de un sitio u organización hasta de manera gubernamental se propicien ingresos públicos. Esto como se menciona en la cita, los países en vías de desarrollo, forjando empleos y capital, trabajo, y auto sustentabilidad.



A black and white photograph of a religious sculpture in a niche. The sculpture depicts a figure, likely a saint or the Virgin Mary, standing on a pedestal. The niche is framed by a large arch and supported by columns. A red semi-transparent overlay covers the middle of the image, containing the title and a list of topics.

# Turismo Religioso

¿Qué es el turismo religioso?  
Turismo Religioso Mundial  
Turismo Religioso en Colombia  
Turismo Religioso en San Juan de Pasto

Fotografía 28. Escultura Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración propia

## ¿Qué es el turismo religioso?

Por obvias razones, el turismo religioso es motivado principalmente o casi exclusivamente por razones religiosas, espirituales o de creencias, prácticamente es una de las formas más antiguas de turismo, hace unos capítulos se mencionaba como causa principal, el comercio o el consumo, pero igualmente el ámbito religioso siempre ha estado presente en cualquier tipo de comunidades, alrededor del mundo, entonces es importante este flujo de movilidad alrededor de la fe de las personas, siendo altamente influenciados por los elementos esenciales de su espiritualidad propia, desde una simple visita al templo, hasta ya llegar a ceremonias, eucaristías o visitas relacionadas con personajes bíblicos o religiosos. No obstante, no es el único parámetro o condicionante que afecta el nivel de decisión de las personas, por ejemplo, influye también el nivel de devoción, quizás mencionando un caso propio de la región, las peregrinaciones hacia el templo del Santuario de Las Lajas, están íntimamente relacionados hacia el sentir de la ciudadanía de Nariño, donde se ha apropiado de los valores que representa, generando un nivel mayor de conexión con este sitio turístico.

Conceptualizando finalmente lo que es el turismo religioso, es la forma de cómo es una manifestación natural o un motivo que propicia al ser humano, provocar una serie de desplazamientos en su vida, con un fundamento espiritual que nace desde lo que se pregunta un feligrés en su existencia como creyente en alguna religión, en este caso encontramos la religión católica que ha ejecutado perfectamente su evangelización alrededor del mundo, porque de acuerdo con Taborda de Jesús (2018):

La Iglesia Católica parece preocupada por esta cuestión desde 1952, cuando el Papa Pio XII elaboró las primeras líneas sobre el turismo. Desde entonces, el Turismo Religioso en el ámbito del catolicismo se propone como una respuesta espiritual para la búsqueda del turista. (p. 451)

Este dato describe a cabalidad como desde esa época donde la información y comunicación estaban arrancando, la iglesia católica ya estaba preparada para asumir el turismo, conectada claramente para generar ingresos, de forma capitalista pero de igual manera provocar un contacto inconsciente con su religión, y cada vez más personas puedan ser adoctrinadas, con un método orgánico y sencillo. Finalizando esta sección es demasiado fundamental ver el punto de conexión del turismo religioso y como da paso libre al articulamiento de este proyecto junto al turismo religioso y su potencial económico y patrimonial, según Jiménez (como se citó en Millán Vázquez de la Torre, Pérez, & Martínez Cárdenas, 2016), “estas asociaciones religiosas son efectivas en tanto su acción se extiende a lo largo de todo el año (y no sólo el tiempo del ritual, es decir, los días de semana santa) y en todo concepto (y no sólo desde el aspecto religioso)” (p. 92). En este sentido se podría decir que la idea proyectual es viable de alguna manera, bajo un sentido de infraestructura o administrativo ya que está en un constante movimiento, lo que indica que es rentable en todo momento, productivo ya que las celebraciones religiosas están activas por prácticamente todos los días del año, y ahí los artefactos de diseño o productos turísticos del Templo de Santiago Apóstol generan interacción, atención hacia turistas.



## Turismo Religioso Mundial

Aunque no se haya mencionado anteriormente existe un término que se encuentra implícito dentro del concepto del turismo religioso y que de por sí se infiere cuando hablamos sobre este tipo de turismo. “El término peregrinar proviene del latín peregrinar y significa ir a lugares santos o lugares de devoción con el objetivo de venerar el lugar visitado, pedir ayuda o cumplir obligaciones religiosas” (Santos, 2000, p. 39). A partir de esto se puede decir que desde mucho antes se ha conocido como un fenómeno de traslado social bastante importante y masivo hacia lugares relevantes en algunas religiones, ya sean lugares de culto, catedrales, basílicas o monasterios, si nos referimos en la religión Cristiana se pueden hallar lugares importantes como Roma o Santiago de Compostela, lugares que tienen connotaciones meramente religiosas, un estrecho paso hacia el contacto de la divinidad que todo ser humano busca, o simplemente para pedir un milagro, hacer una ofrenda o purgarse de sus pecados.

No obstante a esa percepción se le adjudica un significado mayor en la actualidad, según Willson, McIntosh, & Zahra; Uusikala (como se citó en Tobón Perilla & Tobón Perilla, 2013):

En la actualidad, el turismo ha adquirido esa connotación de espiritualidad al convertirse en un mecanismo por medio del cual el individuo busca re-encontrarse y acercarse a su ser espiritual como vía para hallarle sentido a su existencia y para lo cual generalmente se recurre a la reconstrucción o simulación de lugares que proyectan experiencias profundas

por su contenido emotivo u espiritual. (p. 239)

Así que este nuevo significado aporta más motivaciones a los visitantes a los sitios religiosos, como por ejemplo el propio crecimiento personal, el deseo de intercambiar conocimientos culturales, desarrollo espiritual o simplemente por cultura general.

Por su historia tan profundamente ligada a la evolución, el acto de la peregrinación es considerado por muchos como intrínseco a la naturaleza humana. También se encuentra en todas las religiones. Los egipcios peregrinaban al Oráculo de Amón, en Tebas; los griegos al oráculo de Apolo en Delfos; el Templo de Artemisa (una de las siete maravillas del mundo antiguo) en Éfeso; al templo de Pallas Athena, en Atenas; o al Templo de Zeus en Olimpia; los aztecas a Quetzalcóatl; los incas a la ciudad de Cuzco y al lago Titicaca. (Santos, 2000, p. 39)

Por mencionar otros ejemplos claramente encontramos la tierra Santa de Israel, la semana santa en Andalucía, el peregrinaje al Himalaya, la ciudad de Caravaca, el Monasterio de Toribio o el de Monserrat, los 151 monasterios cristianos ortodoxos en Rumania, Karak en Jordania, el templo budista Deamondway, la ruta de los sagrados corporales en Llutxent, Valencia pero nos detendremos en 3 destinos religiosos con gran renombre: Jerusalén, Roma y Santiago de Compostela.



## Jerusalén

Esta ciudad es considerada una ciudad santa por tres religiones: Cristianismo, Judaísmo e Islam, a pesar de las disputas políticas y militares, millones de peregrinos viajan para visitar sus numerosos templos, calles y lugares históricos (Fotografía 29). Aquí se puede evidenciar uno de los casos con mayor flujo turístico es decir que el número de turistas aumenta con rapidez.



## Roma

Considerada como la capital del catolicismo o como le llaman, la ciudad eterna, es una de las ciudades más visitadas del mundo, pero no todos sus visitantes tienen un motivo religioso, ya que cuenta con diversidad de atractivos turísticos no relacionados necesariamente con la religión, a pesar de esto en el turismo religioso, es una ciudad pilar para la religión cristiana al contener a la ciudad estado del Vaticano, hogar del Papa y junto a diversas obras arquitectónicas (Fotografía 30) y artísticas al igual que museos o esculturas.

Fotografía 30. Capilla Sixtina - Panorama urbano de la Ciudad del Vaticano Fuente: Klier (2018)



Fotografía 31. Templo de Santiago de Compostela, España Fuente: Hughes (2019)

## Santiago de Compostela

A partir del siglo IX, según una leyenda local, se reveló el lugar exacto donde el cuerpo del Apóstol Santiago fue sepultado, aproximadamente en el año 44 d.C. a partir de esto fue el inicio de una peregrinación exorbitante para recorrer todo el norte de España con el fin de orar y pedir perdón, a finales de la edad media se utilizó este turismo como herramienta de unión en el territorio pero ya es en la década de los 80's que el gobierno español notó el gran potencial en él, e invirtió bastante dinero en infraestructura y publicidad, tras esto a partir de 1999 recibiría más de 150.000 peregrinos en diferentes medios de transporte. (Santos, 2000, p. 41)



Es considerado como uno de los mayores éxitos como producto turístico a nivel nacional y europeo, observando los resultados estadísticos, la iglesia (Fotografía 31) calculó 700 mil personas para 1954 mientras que en 1965 superó los 2,5 millones de visitantes, este logro fue consagrado en 1985 al ser nombrado como patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO.

En esa línea de ideas, como opina Cànoves Valiente & Blanco Romero (2011), “Hoy es claramente un producto turístico consolidado en sí mismo, en donde el paisaje, la cultura, las tradiciones, la gastronomía y las sensaciones, y vivencias a lo largo del camino, se unen al significado religioso” (p. 125). Es decir este último repaso ha servido para observar la importancia de mencionar estos destinos turísticos y religiosos, frente al mundo como ejemplos y referencias para ver que es posible proveer a un destino religioso con una variedad de elementos que lo componen y lo rodean sin dejar al lado esa espiritualidad, sino que ambas connotaciones sirvan como aliadas para evolucionar y avanzar simultáneamente.



## Turismo Religioso en Colombia

Desde un contexto nacional, el patrimonio religioso en Colombia tiene varios aspectos por repasar, pero a la vez bastante amplio al ser un país considerado católico en su mayoría y la clara presencia de influencias externas desde la colonia española, el turismo religioso está compuesto por templos, santuarios, conjuntos arquitectónicos religiosos, imágenes religiosas, pinturas, esculturas, ornamentos, creencias religiosas, celebraciones especiales y devociones.

Actualmente se puede decir que el país cuenta con 21 destinos con productos religiosos propios y suficientemente turísticos para atrapar turistas, estos tienen un pico de movimiento en tiempos de festividades tradicionales o fines de semana, estos destinos se encuentran repartidos en la mayoría de departamentos y claramente ahí se encuentra Nariño con Ipiales y Pasto aunque Boyacá se sitúa como uno de los sitios más concurridos en este bosquejo.

Quizás uno de los destinos más reconocidos es Bogotá, principalmente con la catedral primada de Colombia o el Templo en el cerro de Monserrate, esto se debe por la inclusión de procesos de valorización del patrimonio junto a su respectiva conservación y rentabilización, aunque esto último la mayoría

de veces se malinterprete con los principios y valores de las comunidades religiosas, el fin es meramente ético y lógico, para nada se crea un interés económico; la rentabilización se refiere a asegurar el auto sostenimiento de una templo por ejemplo, dada su fragilidad, utilidad y deterioro diario se hace casi imprescindible.

El ejemplo perfecto de lo anteriormente mencionado es la catedral basílica de Nuestra Señora del Rosario en Manizales que en realidad si cuenta con productos turísticos sostenibles que arropan a este destino con regularidad, constancia e ingresos, caso de estudio que se presenta más adelante, a nivel Colombia pueden ser junto a la Basílica Santuario del Señor Caído de Monserrate los únicos ejemplos con gran capacidad turística, que llaman la atención de miles de visitantes anualmente y si están aprovechando su alcance para generar rentabilidad, reconocimiento y finalmente la conservación del patrimonio.

Viendo este potencial, la semana santa por ejemplo se convierte en una festividad religiosa que debería tener la atención debida, como muestra de esto en el año de 2019 se esperaban 420.000 visitantes en abril, los cuales 112.000 viajaban para semana santa, lo que económicamente significaba una reactivación bastante grande en diver-





Los sectores de la sociedad, al ingresar entre USD 720 y USD 1700 por persona en un paquete turístico promedio (La República, 2019), Nariño significa un 15% de toda esta entrada económica al país, leyendo esto parece suficiente para prestarle el cuidado necesario a la vez que se le apoya unilateralmente. No obstante, el turismo religioso se enfrenta a varios problemas si nos acercamos a contextos más pequeños, sitios y lugares más específicos que no tienen la facilidad de ciudades grandes:

“

En Colombia el estudio del **turismo religioso** es incipiente y aunque algunas entidades promotoras del turismo en el país han intentado formular planes con destinos religiosos, no se ha estudiado a fondo cuál es su **potencial económico real**, ni cuáles son las necesidades de los visitantes a estos sitios religiosos emblemáticos, para así profundizar en programas y planes que, por un lado, satisfagan dichas necesidades y, por otro, se conviertan en **motor de desarrollo de las ciudades receptoras** que, como aquí se ha evidenciado, está sucediendo en sitios religiosos en el mundo. (Tobón Perilla & Tobón Perilla, 2013, p. 247)

La gestión del patrimonio religioso no puede ser determinada y ejecutada como la de cualquier patrimonio cultural o a la de cualquier atractivo turístico. Estos lugares tienen una función principal: la de ser un lugar de culto; el turismo tiene un papel secundario, pero no por esta razón debe desarrollarse de una manera espontánea, al contrario, se debe gestionar para lograr una armonía entre estas dos actividades que en un comienzo pueden parecer contrarias, pero son complementarias. (Rueda Esteban, 2017, p. 99)

Con el fin de generar una contraposición desde lo mencionado sobre el buen aprovechamiento del turismo religioso en Colombia, según los resultados en el acopio de información, el ajuste de los artefactos de diseño y las dos citas ultimamente mencionadas, se puede llegar a la conclusión de que aunque exista un interés real por generar este tipo de procesos, no se ha producido ninguna estrategia o medio que primero estudie el problema y sus potenciales soluciones, las necesidades de la comunidades y se atreva a proponer integralmente ese mecanismo global que cree la conexión necesaria entre el turismo y la religión, para que se desarrollen paralelamente y se puedan desarrollar juntas con el fin de alcanzar la sostenibilidad, una sostenibilidad no egoísta o privada sino que aporte valor a la ciudad, al entorno que está inmerso, a la comunidad, herramientas para los entes gubernamentales y finalmente un recursos íntegro que se mantenga constante en el tiempo conservando el patrimonio.



## Turismo Religioso en San Juan de Pasto

La cultura y la identidad de una ciudad son marcadas por una serie de parámetros que posteriormente generaran ciertos procesos comunicacionales y de interacción claves para construir comunidades autóctonas y únicas, con una serie de características que los identifican. Según Rizo Garcia (2004), “La cultura y el aprendizaje humanos se realizan mediante la comunicación, o interacción simbólica, por la que se adquiere el propio sentido del ser, carácter e identidad” (p.61). Dicho de otra manera esta cadena de relaciones que engloban al individuo dentro de su propio pensamiento como usuario y su interacción con los demás es lo que forja el carácter e identidad exclusivos de una comunidad por ejemplo, lo que hace diferencias positivas en todo el conjunto de movimientos y manifestaciones que conocemos, esta variedad concibe al ser humano como un individuo diverso y de múltiples posibilidades de manifestarse, expresarse y de pensamiento según lo que más se acople a sus ideas y estilo de vida.

Hay que destacar la postura de Mejía (como se citó en Pasuy, W., 2012) que propone: “A finales de este período y durante el siglo XX, se instalan nuevas comunidades religiosas donde el territorio posee una potente caracterización religiosa, y San Juan de Pasto es denominada Ciudad Teológica de Colombia” (p.144). Es probable afirmar que aquí surgió el término para identificar a San Juan de Pasto desde la perspectiva religiosa, desde la fundación de la ciudad y tiempo atrás se ha evidenciado por múltiples relatos de historiadores, que la fe siempre ha estado presente en la ciudadanía pastusa, desde encomendarse a la Virgen de las Mercedes para implorar calma al Volcán Galeras, verdaderamente próximo a la ciudad, y hasta la construcción de capillas e iglesias pequeñas que sirvan como un eje de unión en una comunidad, barrio, vereda o corregimiento, suele observarse que las celebraciones y reuniones se manifiestan en este tipo de lugares religiosos y prácticamente es un compromiso ciertamente fuerte en las familias pastusas, asistir a misa los domingos, semana santa, que los hijos asistan a la catequesis, y planear anticipadamente fiestas para celebrar bautizos, primeras comuniones o confirmaciones, en efecto la religión está vigente dentro del territorio.

Para justificar cuantitativamente el impacto que tiene el ámbito religioso desde el contexto que manejamos, es necesario observar la presencia de templos religiosos presentes en la totalidad del municipio de San Juan de Pasto, cuya cantidad es al menos de 50 templos, ubicados desde el centro histórico de la ciudad, barrios aledaños a la urbe y algunos que se encuentran fuera de Pasto, más específicamente en veredas, pueblos y corregimientos que integran el municipio como se visualiza en la figura.



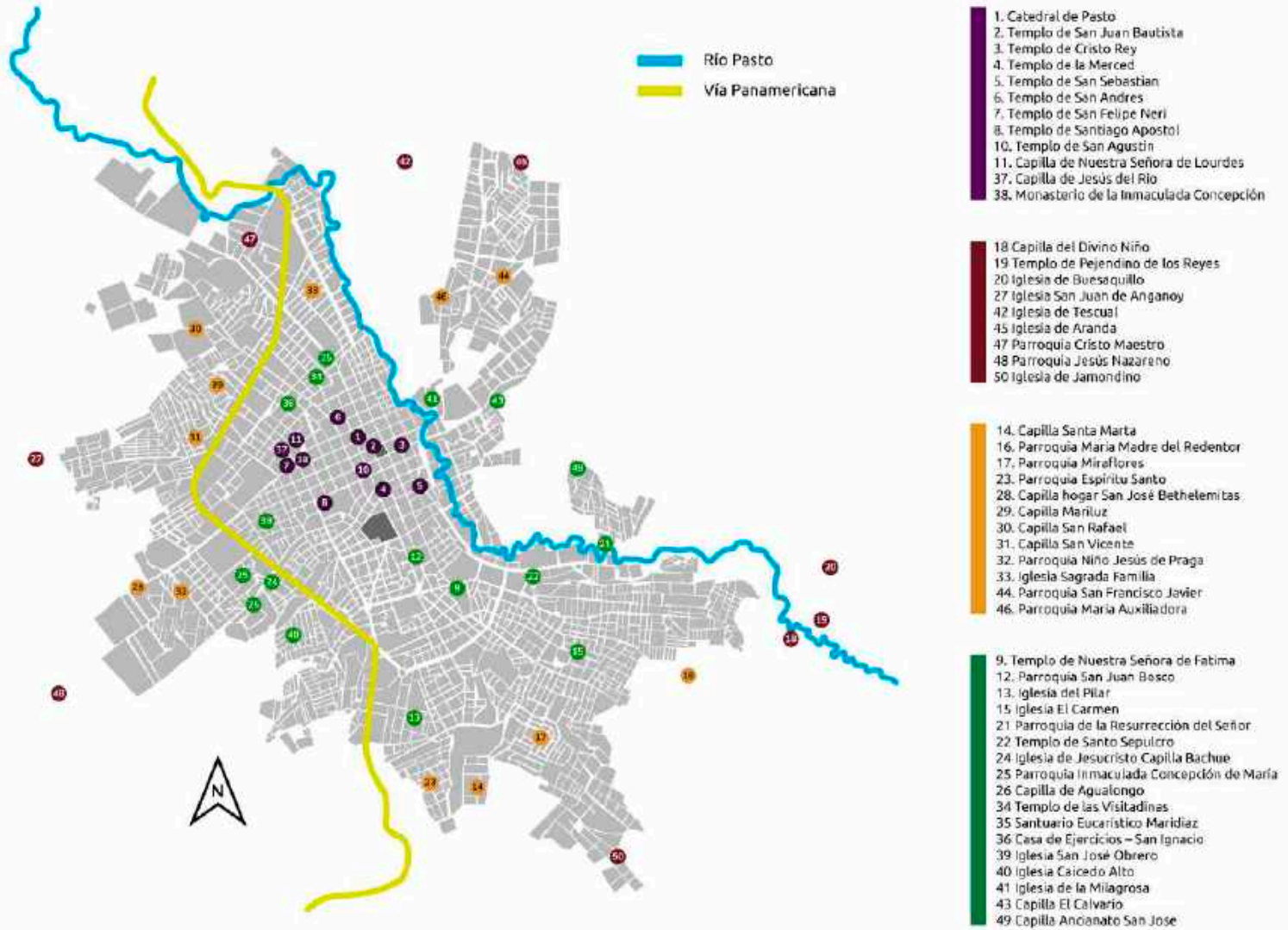


Figura 3. Cantidad y ubicación de los Templos del municipio de San Juan de Pasto. Fuente: Elaboración propia.  
 Nota: Datos actualizados hasta el año 2019.

A continuación se manifiesta una pequeña descripción de los templos más destacados a nivel local, es decir los que integran el centro histórico de la ciudad, se constatan su historia, descripción y demás características relevantes:

### **Templo de San Felipe Neri:**

Dirección: Carrera 27 No. 11 – 31

El Padre Francisco de la Villota y Barrera, fundador en Pasto de la congregación del oratorio de San Felipe Neri, inicio la construcción de la capilla en 1828 en honor a la imagen de Jesús del Rio. La construcción se inició en 1869 y finalizó en 1903, desde el próximo año perteneció a la comunidad de los Padres del oratorio de San Felipe Neri. Posee un estilo renacentista, cuenta con naves laterales, una serie de altares, y figuras en talla de madera. Retablo central de 22 metros de alto con estilo gótico obra de Adolfo Esparza tomando como referencia al diseño del Padre arquitecto Juan Bautista Bucheli Bucheli, quien también fue director de la obra. La imagen que se venera en el retablo principal representa a Jesús Nazareno con la cruz a cuestas, pintura hecha por el Padre Santiago Rodríguez del Padrón. El 22 de agosto de 1847, se produjo un incendio que consumió al templo de Jesús del Rio así mismo dañando la imagen venerada, posteriormente el hermano José Díaz la restauró.

El pulpito de estilo gótico esta sostenido por una columna a manera de capitel, en esta columna se encuentra pinturas al fresco. Alberga de nueve metros de altura traído de Paris por Felipe Díaz Erazo, llegó por Barbacoas a Pasto a fines de 1903. En su fachada se encuentran sus cúpulas y torreones con cupulillas.



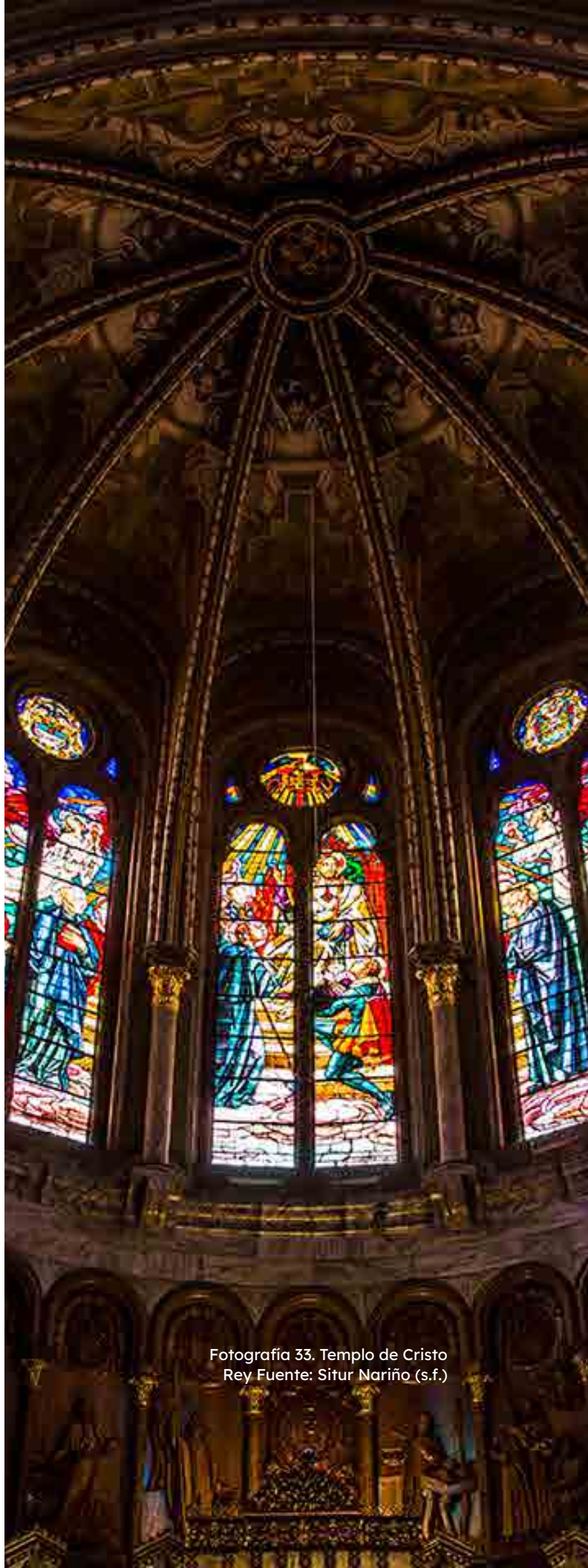
Fotografía 32. Templo de San Felipe Neri.  
Fuente: Elaboración Propia

## Templo de Cristo Rey:

Dirección: Calle 20 No. 24 – 64

Construido en los años 30 del siglo XX, gracias al sacerdote jesuita Rafael Toro, está ubicado en el mismo lugar del templo de Santo Toribio en el año 1572. Alberga la imagen del Cristo de Sibundoy, adquirida en el año de 1583. Fachada tipo romano gótico, dos torres gemelas, que rematan con ángeles, uno en cada vértice, y en el centro se encuentra la imagen de Cristo Rey a 36 metros de altura, hecha por el escultor de los vientos (el maestro Marcelino Vallejo del Contadero, Nariño). Posee una escultura externa de San Ignacio de Loyola elaborada en mármol, por el escultor Eloy Campos. En el interior sobre el muro de la fachada tiene dos oleos de Isaac Santacruz. Alrededor del Sagrado Corazón de Jesús, se encuentran 19 obras talladas en madera, 11 por artistas ecuatorianas y las otras 8 por el maestro Alfonso Zambrano.

En la sacristía se conservan parte de los ornamentos sagrados bordados en plata y oro, obsequiados por la reina Juana la loca. Posee una original estructura románica moderna, de finas columnas y amplísimos arcos. Sus ventanales son de líneas modernas. En el recinto se observa un crucifijo de piadosa tradición, dos altares donados por familias prestantes y una Inmaculada.



Fotografía 33. Templo de Cristo Rey Fuente: Situr Nariño (s.f.)

## Templo de la catedral:

Dirección: Carrera 26 No.17 – 23

En tiempos pasados, este lugar estuvo ocupado por la capilla de San Francisco de Asís, destruida después de la profanación y saqueo que sufrió la ciudad durante los incidentes del 24 de diciembre de 1822. Años más tarde, el 25 de octubre de 1899, Fray Ezequiel Moreno Díaz, obispo de Pasto, bendijo la primera piedra de lo que sería la catedral de la ciudad, inaugurada en 1928 y consagrada al Sagrado Corazón de Jesús. La Catedral fue levantada siguiendo los parámetros arquitectónicos clásicos: por el exterior dórico, para indicar su solidez y por la interior corintio, para comunicar su hermosura. El templo consta de cuatro amplias naves y de una fachada principal de especial simetría y elegante estructura. Por ello quien por primera vez entra a visitar a Jesús Sacramentado tiene la impresión de estar bajo las bóvedas de una grandiosa basílica romana.

En el fondo del retablo mayor se destaca su Ara o altar formado de una sola piedra, con una longitud de tres metros con treinta y tres centímetros por sesenta centímetros de ancho, labrada por el cantero pastuso Luis Pazmiño. Los retablos fusionados a los altares son de gran valor artístico, en ellos se veneran preciosas imágenes. Sobre su parte derecha se encuentra la capilla de Jesús sacramentado y la imagen de la inmaculada concepción. El altar de la capilla de Jesús sacramentado y los muebles que se hallan a ambos lados, para asiento de los señores canónigos de la Catedral, son obras del renombrado arquitecto y ebanista pastuso Lucindo Espinoza. El grandioso retablo que cubre todo el ábside del presbiterio está formado por ocho columnas, rematadas por un amplio tímpano sobre el cual descansa un solo sostenido por un ángel.



Fotografía 34. Templo de la Catedral  
Fuente: Elaboración Propia

## **Templo de San Juan Bautista:**

Dirección: Carrera 18ª No. 25 – 17

Es el primer templo de la villa vieja de San Juan de Pasto y la primera parroquia, por eso lo llamaron iglesia matriz o iglesia mayor, Esta obra arquitectónica construida en el proceso de fundación de la ciudad constituye una de las edificaciones más auténticas y representativas de la época colonial. Para el historiador Emiliano Díaz del castrillo, este templo posee la gloria de haber sido la primer y por muchos años la única parroquia en los septentrionales confines de la poderosa dinastía incaica. Este templo ha sido escenario de acontecimientos importantes, como la ceremonia de elevación de la villa de Pasto a la categoría de ciudad, ocurrida el 17 de junio de 1559, cuando la corona española le confirió un escudo de armas y la proclamo muy noble y muy leal. San Juan Bautista fue la catedral de Pasto hasta la construcción de la actualidad su dignidad es ahora concatedral de la ciudad.

Cuenta con tres naves. En la nave lateral derecha se halla el retablo más antiguo que tiene este templo, donde se encuentran las imágenes del Ecce – Homo, de nuestra señora del Carmen, de San Roque, y la virgen de la valvanera. En la nave lateral izquierda se destaca una hermosa, imagen del corazón de Jesús. En la nave central sobresalen la estatua del patrono San Juan Bautista, el altar de piedra artísticamente labrado, la imagen de San José, y uno de los atractivos de este templo, la imagen de la inmaculada conocida como la danzarina, obsequiada a la ciudad por el Rey Felipe II.



Fotografía 35. Templo de San Juan Bautista Fuente: Oficina de Turismo - San Juan de Pasto (s.f.)



Fotografía 36. Templo de la Merced  
Fuente: Portillo Muñoz (2020)

### **Templo de la Merced:**

Dirección: Carrera 22 No. 17 – 24

La historia de este templo se remonta a principios del siglo XVII cuando la orden Mercenaria llegó a la ciudad erigiendo un templo, reconocido por su portal sostenido con leones de oro, que más tarde fue destruido por el terremoto del 20 de enero de 1834. En su lugar se construyó, el templo actual, el 4 de diciembre de 1913, cuando monseñor Leónidas Medina, bendijo la primera piedra. El templo en su estructura y decoración es romántico clásico, entre sus detalles destacados se encuentra una escalera de madera en forma de caracol, denominada “escalera de ojo”, porque no posee un eje de adherencia. Esta obra realizada por Lucindo Espinoza, es catalogada como una joya arquitectónica. El retablo posee tres armoniosos nichos para las estatuas del Sagrado Corazón de Jesús, de la Virgen de las Mercedes y de San José.





Fotografía 37. Templo de San Sebastián Fuente: Oficina de Turismo - San Juan de Pasto (s.f.)

### **Templo de San Sebastián:**

Dirección: Carrera 21 No. 20 – 20

El templo y la parroquia de la panadería, nombre de la construcción dos veces centenaria se demolió para dar paso a la avenida San Sebastián, hoy Santander. En este templo, se alberga el cuadro de la virgen del rosario de la panadería, pintado al óleo por Fray Pedro Bodón, lleva este nombre por cuanto su imagen era venerada en los molinos y panadería de los padres dominicos. Se dice que en estos hornos se elaboraba el mejor pan de la época y se fabricaban las hostias para el servicio sacramental de la ciudad. La historia data del año 1936, cuando el párroco Marco Tulio Dorado, comenzó su construcción con la sobriedad y elegancia del estilo gótico moderno, característica que lo distingue. En el interior del templo se levanta un retablo de características góticas postmodernas, dinamizadas por formas ojivales que ostenta la ornamentación del complejo armazón dorado. Consta de tres naves, en el contorno de las laterales se encuentran vitrales decorados con iconografía referente a la vida de Jesús.



Fotografía 38. Templo de San Andrés  
Fuente: Albán Flores (2020)





Fotografía 39. Templo de San Andrés  
Fuente: Portillo Muñoz (2020)

### Templo de San Andrés:

Dirección: Carrera 29 No. 16B – 34

El Padre Francisco de la Villota y Barrera, fundador en Pasto de la congregación del oratorio de San Felipe Neri, inició la construcción de la capilla en 1828 en honor a la imagen de Jesús del Río. La construcción se inició en 1869 y finalizó en 1903, desde el próximo año perteneció a la comunidad de los Padres del oratorio de San Felipe Neri. Posee un estilo renacentista, cuenta con naves laterales, una serie de altares, y figuras en talla de madera. Retablo central de 22 metros de alto con estilo gótico obra de Adolfo Esparza tomando como referencia al diseño del Padre arquitecto Juan Bautista Bucheli Bucheli, quien también fue director de la obra. La imagen que se venera en el retablo principal representa a Jesús Nazareno con la cruz a cuestas, pintura hecha por el Padre Santiago Rodríguez del Padrón. El 22 de agosto de 1847, se produjo un incendio que consumió al templo de Jesús del Río, dañando la imagen, el hermano José Díaz la restauró.

La información anteriormente mencionada se constata con los siguientes autores: (Bolaños Rueda y otros, 2010) (Camacho Caicedo, 2012) (Mesías Rosas y otros, 2005) (Gobernación de Nariño - Oficina de Turismo, s.f.)





# Turismo Sostenible

¿Qué es el turismo sostenible?  
Latinoamérica en el turismo sostenible  
Colombia en el turismo sostenible  
Turismo Religioso y Turismo Sostenible  
Referente Nacional  
Referente Internacional

Fotografía 40. Fragmento Rosetón con Vítrales Fuente: Elaboración propia

## ¿Qué es el turismo sostenible?

El concepto de Turismo Sostenible ha tenido una enorme cantidad de interpretaciones por diversos autores y organizaciones, de esta manera es idóneo precisar las características del término como tal; reconocemos 4 partes fundamentales para delimitar el campo de acción del turismo sostenible desde su pensamiento hasta su ejecución las cuales son:

- 1- Concepto (Sondeo Autores)
- 2- Características
- 3- Relación residentes y turistas
- 4- Factor Educativo

Dentro de la concepción del concepto [1] de Turismo Sostenible es obligatorio referirse al nacimiento del desarrollo sostenible propuesto en 2015 por la ONU, claramente se puede inferir que este desarrollo estaría presente en nuestra sociedad desde tiempo atrás con diversos avances en todas las áreas sin embargo desde esta fecha en concreto se establece un conjunto de planos u objetivos integrales para abordar el desarrollo de ciudades sostenibles en su totalidad, y justamente aquí se genera un compromiso proyectual mundial para resolver una serie de problemas y avanzar en el progreso comunitario, local, regional, nacional y mundial, un avance escalonado pero que rendiría frutos en un plazo mediano o largo, con el objetivo de preservar el planeta y la sociedad en “buen estado” para que las futuras generaciones obtengan un conjunto de valores sociales, culturales y económicos en excelentes condiciones y así poder conservar la calidad de vida en el futuro.

Para los autores las competencias para el turismo sostenible, son el conjunto sinérgico de conocimientos, habilidades, actitudes, valores, aptitudes, motivaciones y experiencias que se articulen en

el desempeño para la consecución del turismo sostenible. A partir de la gestión de los recursos naturales, económicos y socioculturales, como contribución a la satisfacción de los turistas y a la elevación de la calidad de vida de los habitantes de la localidad. (Vargas Fernández & Cuesta Santos, 2018, p. 227)

Así pues, entendiendo los factores que engloban al turismo sostenible se puede concluir que, estimula una contribución inmediata e integral a la zona donde este presente, un gran impacto que posiblemente pueda evidenciarse en los usuarios, las relaciones cotidianas, los mismos espacios físicos y los entes gubernamentales encargados tanto en el presente como en el futuro, justamente como la postura de Moreno Freites, Ziritt Trejo, & Silva (2019) a la cohesión de las características [2] que componen al turismo sostenible, “Queda claro que el turismo sostenible para el municipio es expresión de satisfacción, calidad y bienestar social, factores psicosociales determinantes para formular, sostener y mantener una política pública que se apoye en una cultura de paz para el desarrollo local” (p.129).



Haciendo énfasis en el bienestar social y el desarrollo local, claves en la proyección de una ciudad contemporánea y sostenible, es impensable sostener estas partes sin la presencia del usuario que habita en este tipo de entornos, ya que es el mismo el que ejecuta y al cual van dirigidas las políticas públicas para generar una mejor calidad de vida, para que pueda desarrollar como agente ciudadano de una manera normal con todas las herramientas, mecanismos y estrategias a su disposición, e implícitamente se convierta en una interacción circular, donde el mismo usuario genera el valor que permite a las ciudades avanzar en distintos campos, campos como es la economía, clave en el turismo, que lo integran aquellas personas extranjeras o visitantes, en este punto viene a actuar el turismo sostenible pues es aquí, de igual manera impacta este tipo de relaciones de residentes y turistas [3] que se establecen como socioculturales y de beneficio mutuo indispensables para las comunidades, dicho con las palabras de Moreno Freites, Ziritt Trejo, & Silva (2019):

Los residentes se encuentran altamente satisfechos con los efectos positivos que perciben como consecuencia de esta actividad. La satisfacción de turistas gira en torno a los atractivos, productos y servicio turísticos, entre ellos destacan la calidad de las tiendas de artesanías, la facilidad que brindan los distintos espacios para moverse y seguridad que tiene toda la zona. En síntesis, en cuanto sea mayor la satisfacción con el turismo mejor serán la atención de los residentes hacia los turistas. (p.129)

En otras palabras es prácticamente obligatorio mantener la existencia de el turismo sostenible inmerso en las ciudades, no solo porque reactivara la economía generando un gran incremento en las actividades normales, sino que también impactará socioculturalmente a los actores involucrados por lo que avivara el impulso de sus movimientos como ciudadano más sin embargo ¿Cómo preservar el turismo sostenible a través del tiempo? Con la clara finalidad que las relaciones producidas por estas estrategias no se estanquen ni se desactualizen, entra el factor educativo [4], tal como lo recomienda Vargas Fernández & Cuesta Santos (2018):

“*La educación para la sostenibilidad es un proceso continuo de producción cultural, dirigido a la formación de competencias en los directivos y trabajadores, comprometidos con la búsqueda permanente de las mejores relaciones posibles entre la sociedad y su medio, tomando como referencia los principios del desarrollo sostenible.* (p.227) ”

Según nuestro punto de vista es totalmente clave para que muchas más comunidades y personas se formen a partir de estos conocimientos sostenibles, los apliquen desde su contexto familiar y poco a poco consiga llegar a un contexto completo en una ciudad, departamento y país, y que el plano educacional siempre este en una continua formación, generando resultados constantes visibles dentro de proyectos del estado, una sociedad educada bajo los parámetros sostenibles simplemente actuarán bajo una serie de competencias integrales y funcionales.



## Latinoamérica en el turismo sostenible

Centrándose en cómo va el contexto latinoamericano en materia del turismo sostenible, hacemos referencia directa a las actividades o productos turísticos propios de una región o ciudad, la concienciación e identificación turística que tiene el público inmerso en él y a su alrededor todos los aspectos socioeconómicos, medioambientales, culturales y territoriales que están implícitos en la gestión pública normal que debería tener cualquier ente gubernamental en materia de turismo, claramente el estado actual del turismo sostenible puede mejorar, el contexto de este proyecto es claro y como este caso existen una variedad inmensa de ellos alrededor de los países latinoamericanos, en un futuro el objetivo es que se puedan diseñar políticas turísticas no solo al turismo sostenible sino que también signifique un avance efectivo en un turismo responsable frente a los conflictos internos del país, que el turismo no se olvide de ellos a la vez que mejora la infraestructura para generar desarrollo y a la vez resolver esos problemas.

Países como Argentina, Brasil, México o Perú ya han iniciado su trabajo para ponerse al día en cuanto a la sostenibilidad turística, sin embargo existe mucho camino por recorrer aún para convertirse en potencias como sucede en Europa o Estados Unidos. Colombia por su parte posee varias carencias en este sentido ya que se puede decir que se encuentra en una contradicción constante, tiene los elementos o los productos turísticos aptos o viables para aprovechar o la mal utilizada palabra explotar, pero no los aprovecha correctamente, genera pequeños brotes de contenido pero según el sitio, falla en

otros aspectos indispensables, de esta manera nunca se logrará un cambio real en cuanto a esta área.

Dentro del proyecto podemos observar varios intentos de generar turismo sostenible alrededor del templo, ya sea en forma de vallas publicitarias, tótems, páginas web pero que al final y al cabo no están asumiendo un rol inmersivo dentro del entorno en el cuál se encuentra, hace actividades aisladas del usuario, no toma en cuenta algunas acciones legislativas o simplemente se cree que el templo por si solo va a atraer visitantes o va a generar turismo solo, por esta razón Peña Miranda (2009) recomienda:

Estamos entonces hablando de Políticas Integrales de Turismo, que no sólo se queden en leyes, normas o decretos dispersos y descompensados, sino que sean instrumentos que contribuyan al fortalecimiento de la escala local en el turismo latinoamericano, que además se conviertan en herramientas claves para el desarrollo de sus localidades y que, por último, logren que el modelo turístico a implementar sea motor de desarrollo socioeconómico con incidencias importantes y reales sobre las economías regional y nacional de los países latinoamericanos. (p.40)

Desde esta postura es necesario mínimamente que a este nivel se impulse más el control en las Políticas Turísticas Latinoamericanas, que motiven cualquier acción de promoción turística, creación de nuevos y más acordes productos turísticos, certificación de sus servicios, la competitividad de empresas u organizaciones turísticas, incremento



a las financiaciones o inversiones para proyectos de esta índole, el integramiento nacional o internacional en la recolección de información o formación de equipos interdisciplinarios, la capacitación en programas de desarrollo sostenible pero todo bajo la protección y revalorización de los recursos culturales que tenemos disponibles. (Peña Miranda, 2009, p. 42)



### Colombia en el turismo sostenible

Siguiendo esa línea de ideas, un país que tiene varios aspectos que resolver y fortalecer sobre los recursos que posee, es Colombia, que actualmente ofrece a sus visitantes 7 tipos de turismo los cuales serían: Ecoturismo, Agroturismo, Sol y Playa, Ferias y Fiestas, Historia y Cultura, Deportes y Aventuras y Ciudades Capitales, el proyecto seguramente se puede anclar bajo el escenario de historia y cultura, evidentemente se pueden reconocer una parte positiva y otra negativa con el fin de describir su situación turística.

En la parte positiva podemos destacar que Colombia tiene una gran riqueza cultural e histórica, una excelente ubicación geográfica con la cordillera andina que lo cruza prácticamente, trayendo una serie de influencias en nuestro conocimiento colectivo, tiene una gran infraestructura de hospedaje, y otro tipo de turismo como por ejemplo el ecoturismo o el turismo de naturaleza, entra en relevancia en este aspecto, por esta misma razón se puede decir que el énfasis como tal es en esos tipos de turismo que explotan la flora y fau-

na, sin embargo posee grandes oportunidades sostenible para la planificación turística nacional, departamental, municipal y local, puede crecer y ampliar su mercado al traer nuevas tecnologías de turismo e información.

No obstante el segmento negativo podemos encontrar desde la ineficiencia en prestación de servicios, una carente gestión pública hacia el turismo, brecha socioeconómica entre el sector público y privado, poca o casi nula apropiación por parte de gobiernos y empresarios, problemas de seguridad y orden público, escasa publicidad o promoción de los destinos turísticos, y todos los elementos comunicativos casi inexistentes que lo rodean como por ejemplo la señalización turística, dificultad de acceso o inclusividad, hasta el incorrecto transporte público, lo que genera que este sector este bajo amenaza por perder cada vez el nicho del mercado por otros destinos turísticos latinoamericanos, que si tengan mejores resultados o procesos en los detalles anteriormente mencionados y claramente la mala prensa internacional que trata Colombia como un destino peligroso. (Peña Miranda, 2009, p. 35)





## Turismo Religioso y Turismo Sostenible

Antes de iniciar con los referentes en turismo sostenible que inspiran a este proyecto es necesario referirnos a un breve repaso mundial con énfasis en España acerca de la patrimonialización del hombre y su entorno junto a las claves que están marcando la tendencia del futuro, en esta línea de ideas existen algunos casos de la detallada investigación de Castillo Ruiz (2007) donde ejemplifica casos de estudio realmente precisos a nivel internacional, abordando tanto el problema como la solución que han implementando distintas comunidades o naciones para favorecer este tipo de sitios.

Encontramos a la Cueva de Menga en Málaga, el Caminode Fuente grande en Granada, Sos del Rey Católico en Zaragoza las Alfombras del Corpus de la Orotava en Tenerife, los famosos campos de concentración alemanes en Auschwitz, la valiosa iconografía de Santiago Matamoros, una de las figuras ideológicas más fuertes de la identidad nacional española, el Camino de Santiago en Navarra o también con ejemplos mucho más desarrollados y conocidos mundialmente como lo son la Piazza dei Miracoli en Pisa, Italia con un gran turismo masivo o también encontramos un turismo especializado como es el de meditación en Machu Picchu en Cuzco, Perú. Por consiguiente es necesario visualizar los dos extremos de la realidad, tal como lo manifiesta Castillo Ruiz (2007):

En este sentido, una cuestión de enorme calado es la necesidad de respetar una de las premisas básicas en la relación patrimonio histórico-sociedad: la de la igualdad, entendida en el binomio democratización y universalidad. La escasa implicación ciudadana sobre el patrimonio histórico, unida a la enorme relevancia social, cultural y económica del mismo, está provocando que en los últimos años esta necesaria comunicación patrimonio ciudadano también se vea sometida a una fragmentación derivada de su cada vez mayor instrumentación. (p.14)

Es importante resaltar del punto anterior que a partir de las permanentes relaciones que tiene la sociedad junto a su historia expresada en el entorno urbano que lo rodea, relacionándolo directamente con los ejemplos anteriores se pueden evidenciar los dos extremos por los que transcurre actualmente el patrimonio, primero un manejo excepcional de los lugares turísticos como lo son los últimos de la lista; Italia y Perú respectivamente, de manera que los entes encargados crearon una excelente combinación de turismo y la potenciación de sus características propias que lo identifican como algo único y original, factores que lo hacen destacar para llamar la atención dentro de los visitantes.

Al mismo tiempo es indispensable que el factor social posee una gran importancia dentro del turismo sostenible, modelo a implementar dentro del objeto de estudio, una cohesionada combinación de lo que se mencionó anteriormente y el aprovechamiento idóneo de las tipologías del patrimonio, en este caso el patrimonio cultural material del Templo de Santiago Apóstol.





El patrimonio tiene dos grandes usos sociales: 1) produce **significados del pasado en el presente**, para las comunidades que lo apropian, **generando identidad** y, una forma de pertenecer y, por otra parte, 2) produce un hereness o una forma de ser aquí, que se ofrece a los otros, lo que promueve el turismo y genera dinámicas de mercado particulares. Una dimensión es interna, la otra externa. (Cabrera Martínez & Vidal Ortega, 2017, p. 394)

Estas dimensiones disponen de un beneficio incomparable social y antropológicamente por que generan un aporte a la sociedad directo para apropiarse de su territorio y la identidad que los identifica, junto a la difusión de este conocimiento, con el fin del intercambio de información lo que genera que prevalezca a través del tiempo, una continua interacción de esta historia con los agentes del hoy provoca materializar el contenido del pasado y establecer las bases para un futuro proyectual.

A la vez de hablar de un correcto desarrollo del marco turístico en estos lugares también se toca el tema del abandono y deterioro de este patrimonio haciendo énfasis en lugares específicos de España como lo son Granada, Tenerife, Málaga, Zaragoza, Navarra, entre otros, que igualmente poseen vestigios arquitectónicos, artísticos, arqueológicos y hasta manifestaciones sociales no obstante evidentemente hay que observar el notable carecimiento en los procesos de implicación ciudadana dentro de su territorio y su distante conexión con el valor de la antigüedad; es posible distinguir el vínculo entre el patrimonio, turismo y desarrollo trabajan mancomunadamente como gestión del proceso social y cultural de una sociedad, a pesar de los grandes beneficios económicos para el estado y para la misma ciudadanía que significaría este tipo

de propuestas, siguen existiendo casos donde ningún agente del gobierno o compañías privadas intervienen estos inmuebles, como sucede en las urbes españolas mencionadas y como sucede en Colombia, y justamente donde se ubica este proyecto. Con respecto a nuestro contexto nacional es preciso traer a colación que:

En el documento “Patrimonio de la humanidad en Colombia” del Ministerio de cultura (2011) aparece el concepto de gestión asociado a la efectividad, así, se supone que una gestión efectiva del patrimonio puede ser fuente de desarrollo económico y social, sin embargo es una gestión en abstracto; no hay una asociación con las organizaciones que ejecutan y materializan esta gestión y que, por ende, potencian ese desarrollo, ni tampoco unos lineamientos sobre lo que es fundamental en las organizaciones patrimoniales culturales. (Cabrera Martínez & Vidal Ortega, 2017, p. 407)

De esta manera el problema radica que existen desviaciones del sistema lo que no permite una gestión completa y efectiva del supuesto presupuesto dedicado al desarrollo sostenible de la ciudades ni a la preservación de los contenidos materiales e inmateriales que estan presentes en las mismas, a excepción de algunos casos que enaltecen el turismo.



## Referente Nacional

Empezando a nivel nacional encontramos a la ciudad de Manizales, una de las grandes ciudades de la región cafetera en el centro occidente de Colombia, capital del departamento de Caldas, en donde se encuentra la Catedral Basílica de Nuestra Señora del Rosario.



Fotografía 41. Vista aérea de la fachada del templo Fuente: Making Paradise (2020).

Fotografía 42. Frontis de la basílica Fuente: Fuente: Silva (2021).



La catedral neogotica y neorománica, esta ubicada en la Plaza de Bolívar, sobre la carrera 22 entre calles 22 y 23, es la catedral con mayor altura de Colombia, con exactamente 106 mt de altura, posee tres naves, 4 torres en los vertices de su estructura como se evidencia en la Fotografía 41, junto a la torre central denominada aguja que tiene mayor altura. Su construcción empezó alrededor del siglo XIX pero ha sido reconstruida y modificada por diversos fenómenos como el terremoto de 1962 o incendios sucedidos en 1822, 1922, 1925 y 1926, este último dio pie a la construcción que vemos hoy en día como se puede visualizar en la Fotografía 42, diseño del arquitecto francés Julien Polty que entre 1928 y 1939 inició su elaboración, fue ganador del concurso internacional que se realizó para su construcción, participó junto a otros arquitectos e ingenieros, como Angelo Papio, Giancarlo Bonarda, Giovanni Buscaglione, Ullen Company, Wilhelm Lehder y Jhon Wotard; esto provocó que Manizales cuente con la agrupación más grande de patrimonio arquitectónico republicano con más de 150 edificios. Otra figura para destacar por su gran aporte a la basílica es el escultor Alideo Tazzioli Fontanini, que elaboró el Cristo Salvador de 6 metros de altura destruido en los sucesos anteriormente mencionados, junto a las esculturas de San Francisco, San Pablo, San Marcos y Santa Inés, que reposan hasta el día de hoy en la cima de las torres ubicadas en las esquinas de la construcción del templo. (Banco de la República, s.f.) Aparte de la gran arquitectura que posee, otro punto a destacar es el arte que encontramos, primero a través de sus vitrales, la basílica cuenta con más de 1345 m<sup>2</sup> de vitrales, siendo la colección más amplia del país y una de las más antiguas, ya que sus vitrales son correspondientes al año de 1846, más antiguos que la propia ciudad, originalmente se utilizaban para la enseñanza



Fotografía 43. Vitrail Catedral Basílica Nuestra Señora del Rosario de Manizales Fuente: Linamoc (2014)

de pasajes bíblicos a personas analfabetas que no podían leer la biblia. En segundo lugar encontramos un bladaquino en su interior, unos de los más conocidos a nivel nacional, llegó a Colombia en el año de 1948 y esta pieza de madera está recubierta en laminilla de oro, fue diseñada por el artista portugués Joachim Santos, posee 14 metros de altura y tienen 64 imágenes de santos talladas. (Echeverry, 2019)

Conviene subrayar ahora el valor turístico que disfruta el templo, después de repasar su gran valor histórico, arquitectónico y artístico; aquí se evidencia dos grandes factores que integran la propia sustentabilidad de la basílica y la diócesis de Manizales, en primera instancia tenemos el Café Tazzioli en honor al escultor italiano citado arriba, un espacio de encuentro y de consumo al aire libre, ubicado en una de las terrazas de la catedral, se ofrecen todo tipo de bebidas y este es el punto justamente que genera mayor atracción a clientes tanto nacionales como extranjeros, este espacio nos conduce al segundo factor importante que es el corredor polaco, recorrido abierto al público en 1959, el cual sube a la aguja del templo, a una altura de 102 metros, que proporciona al espectador un panorama de 360° sobre el paisaje circundante de la ciudad de Manizales, estuvo cerrado a partir del año de 1977 por el deterioro en las escaleras de madera y su poca seguridad, no obstante fue reabierto para el año de 2008, con una inversión aproximada de 100.000 dólares se construyó una escalera helicoidal de metal, con barandas, rejas, descansos e iluminación. Este recorrido también representa un gran interés por tener la capacidad de recorrer un templo a esa altura y la posibilidad de visualizar todo el entorno urbano.



## Referente Internacional

Pasando al ámbito internacional nos trasladamos a Quito, capital de Ecuador, donde en su centro histórico encontramos al templo neogótico más grande de América Latina con 100 metros de altura construido por el arquitecto francés Emilio Tarlier, que inspirado en la catedral de Notre Dame, empezó a construirla el 10 de julio de 1892, fue financiada por el estado ecuatoriano pero fue inaugurada casi 100 años después en 1988, antes de terminar la obra San Juan Pablo II bendijo el templo en su visita de 1985. Para agregar muchas más características de este monumental edificio religioso, se destaca la innumerable cantidad de vitrales evidente en la figura 4 junto al claro estilo neogótico visible en todo su estilo arquitectónico, columnas, arcos, ventanales, entre otros; los vitrales contienen especies endémicas de flora de Ecuador y en toda su estructura se puede encontrar esculturas de los animales endémicos y representativos de la nación presentes en las Islas Galápagos, la fachada occidental contiene los 24 escudos de todas las naciones de América. Es preciso afirmar su contenido turístico donde de igual manera encontramos un café, además de que en los pisos superiores del templo vemos una galería, una tienda con productos artesanales y finalmente, a través de un puente se puede llegar a la torre de los Condores y la torre del Reloj, de 115 metros de altura visible en la Fotografía 44, un mirador único para observar el centro histórico de Quito. (Cabrera, s.f.)



Foto





Fotografía 44. Frontis del templo Basílica del Voto Nacional Fuente: Alano (2021).



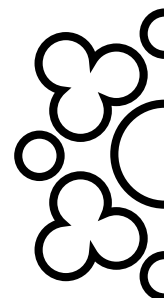
Fotografía 45. Interior del templo Basílica del Voto Nacional Fuente: M, Maros (2009)





**ALTARIA**

**DISEÑO  
INTEGRAL**



The image shows the interior of the second floor of the Temple of Santiago Apóstol. It features a long, narrow nave with a series of arches supported by columns. The ceiling is high and decorated with intricate patterns. The walls are lined with windows and framed religious paintings. The floor is covered with a patterned carpet. A vertical line runs down the center of the nave, possibly a chandelier cord.

# Concepto

¿Qué es el diseño integral?  
Características técnicas  
Características conceptuales  
Características estructurales  
Service Design  
Arquitectura de Información  
UX Experiencia de Usuario  
Caracterización de estrategias

## ¿Qué es el diseño integral?

“El Diseño integral incorpora al Diseño de cualquiera de las ramas una **visión holística**, un enfoque global y las metodologías de distintas disciplinas que son complementarias y que permiten al **diseñador integral comprender mejor el objeto de su trabajo**” (Merakiwork, 2019)

”

Con relación al significado del diseño integral, es importante mencionar la diferencia de lo que se conoce en otras universidades o países que prácticamente es una carrera a parte con partes claramente del diseño pero una visión bastante sesgada en realidad, una licenciatura de corta duración no se puede equiparar con el panorama que se está teniendo en cuenta al igual que el campo de acción o impacto; teniendo esto en claro, reforzando la postura anterior, el diseño integral precisamente es esa disciplina que arroja al diseño con una perspectiva mucho más amplia que puede acoger otras disciplinas derivadas con el fin de complementar los conocimientos y resultados de un artefacto, no se afecta una sola parte como independiente en cambio se trabaja el todo de un proyecto. La ventaja de realizar este procedimiento nos aporta puesto que según Cerezuela (2013):

Desarrollar los proyectos de manera metódica y rigurosa, pero también flexible, personalizada y efectiva, asegura que las políticas y los proyectos logren las mejoras del contexto que se pretenden. Diseñar un proyecto no es aplicar una plantilla estándar, sino conocer a fondo una realidad, definir una propuesta de actuación y planificar detalladamente su producción. (p.1)

Así que el desarrollo de proyectos de manera integral nos asegura que el contexto global se vea afectado ya que el diseñador en cuestión o el proyecto no solo incurre de manera indirecta y sin conocer a fondo el problema de investigación o proyectual con la clara finalidad de aportar soluciones integrales que no recomienden o contribuyan con una parte del recurso, porque de manera individual casi no tiene impacto real por el contrario de la integralidad.



## Características técnicas

Las características técnicas que identifican al diseño integral están repartidas en una serie de funciones que cumple el rol eje intercambiador de conocimiento entre el diseñador y el problema. Estas características son: construir y gestionar procesos, visualización de escenarios, generación de estrategias, soluciones creativas e innovadoras, desarrollo con apoyo en tecnologías de la información, postura crítica, relación hombre y entorno.

Aunque se mencionan factores bastante específicos, por la naturalidad del proyecto es conveniente afirmar la relevancia de dos aspectos que sobresalen del resto, primero la construcción y gestión de procesos, Rodríguez Morales (2014) declara:

Este proceso culmina en la especificación de los elementos necesarios para la materialización de la solución propuesta y su evaluación. Por otro lado, el concepto de gestión se refiere a los conocimientos necesarios para “hacer que las cosas sucedan”, lo que implica la capacidad de organizar y dirigir el proceso de diseño, considerando todas

las variables que intervienen a lo largo del mismo, para lograr la optimización de los recursos disponibles. La gestión implica un alto grado de proactividad, tanto para iniciar como para conducir el proceso. (p. 107)

Es probable que desde la propuesta misma, en la manera de gestionar el proceso de investigación de un proyecto sea necesario dirigir el proceso de diseño desde el principio, sin embargo desde el acercamiento con la temática trabajada en este proyecto y la ejecución del diseño integral podemos concluir que es una verdad parcial acerca de la gestión de elementos, porque se evidencia que no existe el control absoluto y mucho menos en la investigación creación donde los resultados propios va guiando al proyecto, para tomar decisiones, seleccionar uno u otro artefacto de diseño y claramente el constructo general va a cambiar por la mera interacción con el usuario, el entorno, el objeto de estudio que genera que no siga el camino que se dedujo inicialmente. Por esta razón también se da énfasis a la relación del hombre y entorno, para un diseño integral resulta fundamental entender e interpretar el campo problemático que está tratando porque eso representa su margen de acción.



## Características conceptuales

El diseño integral engloba 4 escenarios donde lo podemos ubicar:

### Diseño como generador de valor:

El objetivo final de un proceso de diseño tiene que si o si generar algún tipo de valor para el usuario, ya sea de cualquier formato o escala, si no aporta al público, no está correctamente ajustado.

### Diseño centrado en el usuario:

Al contrario del concepto tradicional, no solo se refiere al usuario como tal sino que también a los métodos de análisis que se pueden llegar a usar para orientar el proyecto, ya sea de carácter etnográfico o fisiológico, el punto clave es que tiene que tener en cuenta las características o condicionantes culturales.

### Proceso interdisciplinario:

En nuestro caso, la interdisciplina es connatural para la solución de problemas complejos. Debido a que los problemas son diferentes entre sí, es imposible determinar de antemano que otras disciplinas pueden coadyuvar a la solución, por lo que uno de los aspectos que el diseñador integral debe enfrentar es el de definir el tipo de colaboración que debe tener para gestionar un proceso de diseño adecuado a la problemática. (Rodríguez Morales, 2014, p. 110)

Por consiguiente desde el diseño integral y el proyecto es indispensable la generación de artefactos integrales que estén impactando tantas zonas a la vez, sin la participación de un equipo interdisciplinar, aunque no formen parte del equipo de trabajo, aun así sea con otros métodos de recolección de información, la opinión de expertos en sus respectivos campos, refuerza el ajuste preciso para acomodar las estrategias o artefactos planteadas.

### Problemáticas y problemas:

Primero hay que entender su diferencia, la problemática aborda una zona más amplia, al contrario que el problema es un aspecto más interiorizado o delimitado, entonces es la visión del diseño integral que pone en consideración la capacidad del proyecto para enfrentarse a situaciones conflictivas.



### Características estructurales

En este sentido el diseño integral sigue manteniéndose ordenado a la hora de conocer su caracterización y conceptualización con el fin de conocer todas las propiedades que ostenta esta disciplina llamada diseño integral; las categorías que están dentro de la estructura como tal son lo útil, usable y preferible, según Rodríguez Morales (2014), “Estas son categorías de análisis y a la vez características de las soluciones de diseño” (p. 113). Es decir que también se los puede llamar como criterios de evaluación o testeo, ya que al fin al cabo son parámetros de éxito o regulación que controlan los resultados de un proyecto.

Lo útil, consiste en el contexto social, cultural y económico donde se encuentra el diseño integral, por lo tanto establece una íntima relación con el

¿Qué tan viable es mi diseño?, junto a los obvios aspectos empresariales o de realización, esto último se concibe para contribuir solidez y argumento al diseño o al proyecto. Lo usable se refiere a primero que todo la ergonomía y como este afecta en diferentes planos de conciencia al individuo, por ejemplo no va a ser lo mismo en un nivel físico a un nivel cognitivo, esta ergonomía y hasta se podría decir usabilidad se amplía hasta contextos digitales o impresos, la esencia es mantener la función. Y por último, básicamente lo preferible se centra en el análisis de factores tanto cuantitativos y cualitativos que provocan que un resultado de investigación o diseño sea preferido sobre otros, por ejemplo el público objetivo va a escoger un producto que tengan ciertos componentes que más se ajusten a sus intereses o necesidades, ahí es el diseño integral entra a identificarlas e impactarlas.



## Service Design

Como una rama directa del diseño precisado para fundamentar los pilares del turismo sostenible como una de las posibilidades para sustentar su creación y funcionamiento para generar claramente un modelo de sostenibilidad y autosutentabilidad tanto a nivel institucional del templo, a nivel organizativo como por ejemplo en la diócesis de Pasto, el mismo municipio y el departamento generando ingresos clave que posiblemente aporte a su existencia en el plano económico, con esto se evidencia la importancia de esta disciplina a nivel mundial, por esta razón (Fritsche, 2011) afirma:

“

Un nuevo campo de diseño emergente, que se centra en el desarrollo de los servicios existentes y la innovación de otros nuevos desde el punto de vista de los clientes / receptores / usuarios.

Continúa diciendo que utiliza los métodos y principios del pensamiento de diseño y enfatiza el significado de la experiencia del cliente. (p. 12)

”

El potencial que adquiere esta rama dentro de su incursión en las áreas del conocimiento y la misma disrupción dentro del mercado a pesar de tener una corta vida de existencia, reafirman su consistencia para impactar el desarrollo de estrategias y metodologías para diseñar en esta oportunidad servicios completos a disposición del usuario. A parte de las fases metodológicas mencionadas en anteriores capítulos, es preciso tener en cuenta una base de principios o normas que fundamentan la investigación para el diseño y su respectiva creación, con el claro objetivo de mejorar y optimizar la toma de decisiones dentro de la articulación de la información recopilada y posterior desarrollo, junto a otras disciplinas relacionadas como por ejemplo la antropología y epistemología las cuales finalmente están influenciadas en el comportamiento del usuario.

Estos procesos metodológicos centrados en el diseño han tenido una gran evolución en su campo, desde los métodos utilizados para poder sistematizar las decisiones en un proyecto gráfico como, por ejemplo las secuencias de pasos que proponían Nagy, Gropius y Le Corbusier dentro de uno de los movimientos más influyentes de la historia como lo fue la Bauhaus a principios del siglo XX; se pudo visualizar conceptos o términos totalmente claves hasta hoy en día en nuestra disciplina concretamente la identificación de objetivos, el público objetivo, la importancia de los equipos multidisciplinarios, entre otros o también la introducción de los problemas perversos por parte de Herbert Simon. El inicio de estos conceptos en el diseño prácticamente aportaron una gran base para resolver conflictos y demás herramientas comunicacionales para abordar el diseño investigativo. (Bayazit, 2004).



Precisamente como se mencionaba anteriormente, algunas disciplinas como la epistemología tienen una gran influencia para generar procesos de investigación-creación centrados en el diseño, tal como lo propone Horta Mesa (2018) en la figura 7, cohesionando procesos cognitivos y estéticos dentro de una validación central donde plantea una secuencia de pasos y sus respectivos ejes de acción, puesto que esta episteme de diseño delimita con gran carácter las connotaciones que genera la información y su concerniente denotación o trascendencia en un plano material o estructural dentro de un proyecto autónomo de diseño, en particular la dimensión cultural que vemos intrínseco en este pensamiento, junto a los propios recursos que tenemos disponibles pongamos en caso la participación, comunicación o recepción de la abstracción y sintaxis del conocimiento que poseemos.

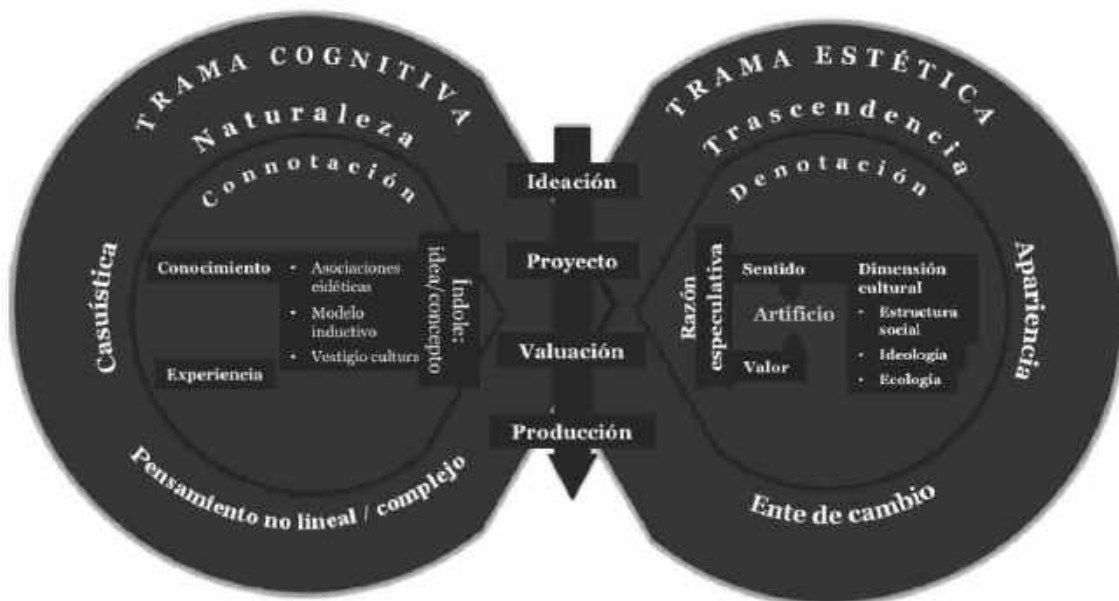


Figura 4. La Episteme del diseño Fuente: Horta Mesa (2018)

En conclusión el diseño es un área de conocimiento amplia y que prácticamente está siendo relacionado con otras disciplinas, añadiendo la variabilidad de él, re-actualizando el gráfico anterior, semióticamente se puede deducir su flexibilidad metodológica, su estructura circular permite que el mismo investigador pueda desarrollar diferentes fases del proyecto paralelamente mientras que resultan conclusiones que propician la generación de contenido transversal, es decir que esas mismas conclusiones generan un intercambio intelectual de resultados, mucho más completos, eficientes y evidentemente reales porque se auto justifican y fundamentan entre ellas.





## Arquitectura de Información

Dentro de los procesos comunicativos y promocionales propios del diseño y de cualquier proyecto que contenga productos turísticos es impensable separar la arquitectura de la información y la comunicación de la misma hacia el usuario, de manera que al integrar todo el contenido tratado en el cuerpo de este documento junto a la misma investigación narrativa e histórica de los hechos acontecidos en el objeto de estudio, es importante certificar la necesidad de estructurar, seleccionar y jerarquizar el material recolectado, la increíble cantidad de datos recopilados que se pueden ser difundidos o compartidos al público, incrementando la accesibilidad a este tipo de testimonios, lo que es una de las principales motivaciones de la presente investigación. Antes de pasar a definir la usabilidad de la rama del diseño: la arquitectura de información al igual que se la utiliza en diferentes ciencias informativas; dentro del proyecto, es indispensable ratificar su concepto y las características que lo componen, teniendo en cuenta el planteamiento de Rosenfeld y Morville (como se citó en Rodríguez Castilla, Gonzáles Hernández, & Pérez González, 2017):

La arquitectura de la información no es el único componente del diseño de espacios de información digital. Debe trabajar también con técnicas de visualización de información, de evaluación, de usabilidad, de interacción hombre-máquina y de programación avanzada, todos ellos de manera integrada y altamente interrelacionados bajo el término “diseño de información”. Además, plantea que resulta casi imposible separar los aspectos de diseño, arquitectura y usabilidad en un sistema de documentos digitales. (p.159)

Finalmente como lo hacen notar los autores anteriores, la arquitectura de información abarca una amplitud de campos con el fin de visualización de información correctamente, era necesario incluirlo en este proyecto por el componente histórico y narrativo que cuenta el objeto de estudio, al contar con un trasfondo fidedigno a la historia de la ciudad desde su fundación y establecimiento, por esto mismo tiene un recorrido de acontecimientos bastante extenso atravesando su creación como ermita, los diversos temblores y reconstrucciones que sufrió hasta la imagen que vemos actualmente. Desde el punto de vista anterior se hace necesario contar con herramientas y mecanismos idóneos para su respectiva jerarquización y organización, tanto para la propia investigación junto a su posterior implementación en diferentes estrategias puestas al público, con el fin de que los usuarios que accedan a dicha información puedan entenderla e interpretarla de la mejor manera posible, incrementando el conocimiento del imaginario colectivo acerca del Templo de Santiago Apóstol.



## UX Experiencia de Usuario

La concepción de UX o más bien la experiencia de usuario debe ser un parámetro más utilizado en investigaciones o experiencias de diseño, donde se ha evidenciado una clara carencia en su mayoría en estudios o países de habla hispana, es decir en Latinoamérica, al mismo tiempo se está desperdiciando un montón de oportunidades para que el usuario entre en contacto con objetos o recorridos con impacto real en su calidad como persona, el usuario va a encontrarse con un producto o servicio netamente creado para satisfacer sus mismos deseos o gustos, generando una experiencia más enriquecedora para sí mismo, justamente como lo menciona Trujillo Suárez, Aguilar, & Neira, (2016):

Así mismo, los métodos del DCU posibilitan el diseño de productos más deseables, en torno a la experiencia del usuario –UX- (por su sigla en inglés user experience); para introducir al mercado productos con un valor hedónico, que satisfagan las necesidades, metas y sentimientos de los usuarios desde la responsabilidad social, con sentido para las personas que los usan en términos sociales, políticos y culturales. (p. 217)

En esta línea de ideas un producto o servicio que integren la experiencia de usuario va a estar determinado dentro de diferentes niveles de acción, que deben ser totalmente necesarios para que las emociones o pensamientos de los usuarios sean finalmente alcanzados y satisfechos de manera que finalmente generen un impacto real para su pregnancia, entre ellos encontramos:

Inicialmente el nivel visceral, aso-

ciado a la apariencia del producto, que genera la primera impresión; del otro lado el nivel comportamental, asociado a la comprensión del uso desde la experiencia de interacción del usuario, donde la percepción de utilidad, rendimiento y usabilidad se entrelazan, y por último, el nivel reflexivo que permite al usuario recordar el pasado y contemplar el futuro, creando relaciones duraderas con los objetos. (Trujillo Suárez, Aguilar, & Neira, 2016, p. 220)

Estos niveles o campos de acción estarán sujetos al porcentaje de efectividad que tengan ciertas estrategias de experiencia de usuario dentro de un usuario, comunidad o zona en la cual se haya sometido a analizar su comportamiento al entrar en contacto con este tipo de aportes desde la UX, sin embargo hay que contemplar la vitalidad de la relación de ese usuario con el objeto creado o diseñado para potenciar las características que integran dicha interacción, como lo considera Valbuena Buitrago (2017), “Estos ámbitos pueden ser explotados y nutridos a partir de los aportes que, desde los estudios de UX, se hacen para entender el funcionamiento de lo emotivo, semántico y emocional de las interacciones entre humanos y objetos” (p.116). Por ende en la UX prácticamente se puede dividir en dimensiones que integran su constitución como lo se comprueba en la figura 6 visualizando los campos que la integran y hacen posible su correcto funcionamiento en el usuario.

Así finalmente se configura la relación del usuario con los objetos relacionados, dando así algunas condiciones para su existencia, como por ejemplo la importancia de diseñar desde las necesidades, ideas y opiniones de los



stakeholders como, por ejemplo el público objetivo, como lo hace notar Trujillo Suárez, Aguilar, & Neira (2016):



Así entonces, el documento destaca la pertinencia de los **métodos del diseño centrado en el usuario -DCU-** y de aquellos relacionados con la experiencia de usuario -UX- para ser aplicados a través del **proceso de diseño** de producto PDP, permitiendo al equipo de diseño tomar decisiones asertivas en torno a los **contextos de uso y teniendo en cuenta el parecer del usuario objetivo.** (p. 231)

Por consiguiente los análisis resultantes van a estar adaptados detalladamente a las características que precisa el usuario, su propia opinión acerca de lo que le parecería mejor para solucionar algún conflicto y finalmente la experiencia de usuario acertará las particularidades del entorno en el cuál se encuentra dando un impacto más eficaz en la pregnancia de ese recuerdo.

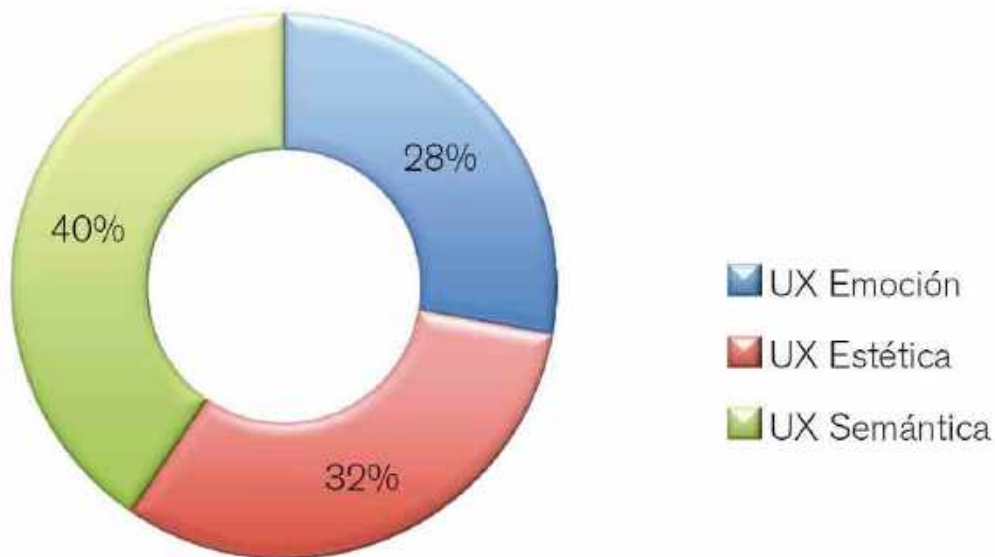


Figura 5. Dimensiones de UX en el diseño en contextos multiculturales Fuente: Valbuena Buitrago (2017)



## Caracterización de estrategias

Una experiencia de usuario apta y única para los usuarios que entren en contacto con cualquier inmueble de patrimonio cultural, se pueden hallar diferentes resoluciones en cuanto a proporcionar un recorrido idóneo y valga la redundancia, una experiencia completa que seguramente marque en cierta medida su visita al lugar, ciudad o monumento, el recuerdo o la memoria del visitante. Dentro de las condicionantes del templo de Santiago Apóstol para conseguir esto es completamente inexcusable obtener una integralidad de expresiones que rodeen el entorno donde se encuentra el usuario, como lo definen Jiménez & Ramírez (2019):



El concepto de **Diseño integral** que se acogió en la investigación, con el cuál se integró diferentes disciplinas que se derivan del diseño gráfico, que fueron necesarias para poder desarrollar toda la actividad de manera completa, ya que el proyecto necesita mantenerse en distintas etapas para lograr resultados positivos, todo de una manera eficaz, con **mayor control y puntualidad en el proceso creativo y en la ejecución de estrategias pertinentes.** (p.102)

Justamente la experiencia de usuario va a estar estructurada de manera que todas las estrategias puedan cohesionarse totalmente, generando precisamente una unidad experimental, desde su desarrollo, testeo y su implementación, al igual que estas tácticas puedan aportar nuevas percepciones y conocimiento del lugar, para que al final se produzcan ciertas derivaciones del diseño gráfico acompañadas por la clara presencia de la tecnología.

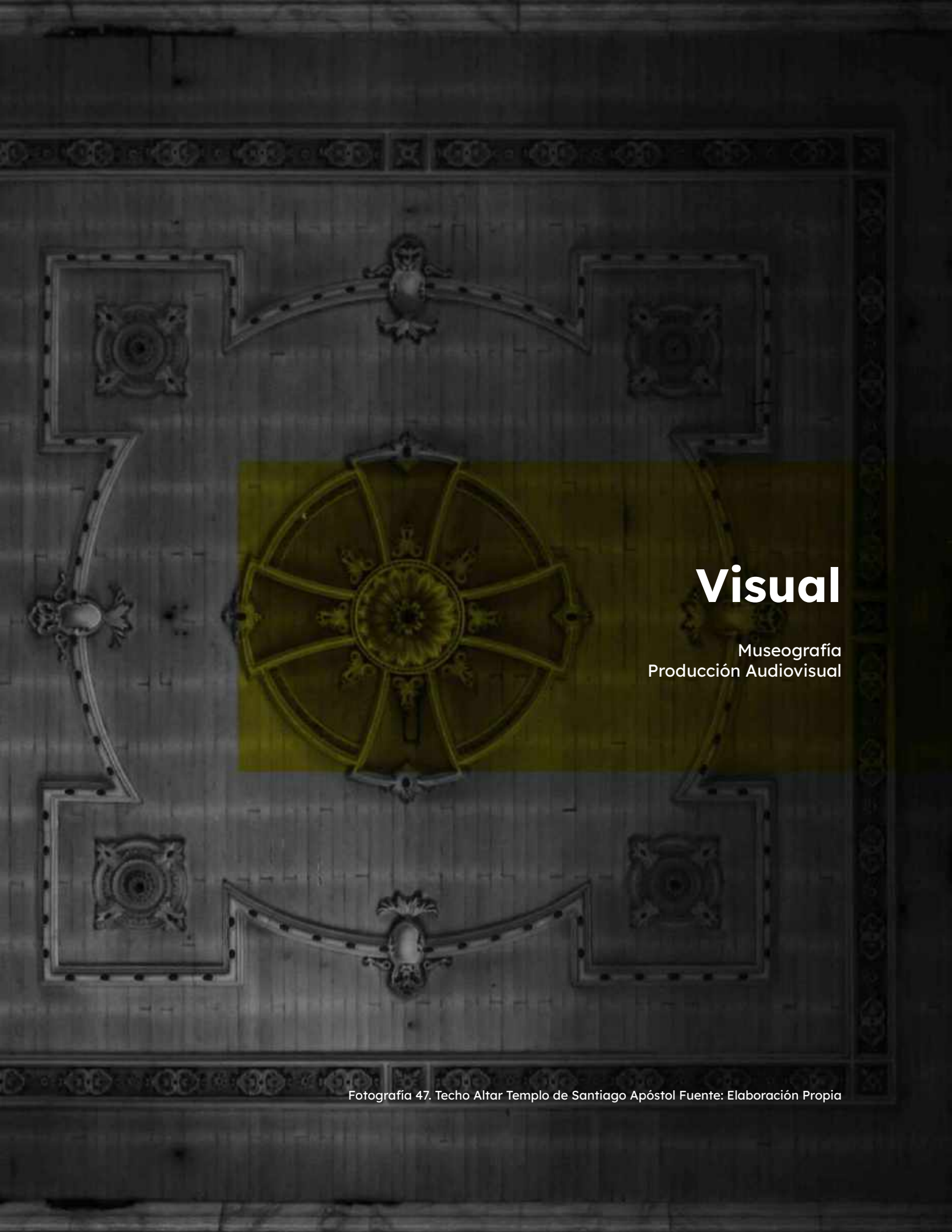
En este contexto, la integración progresiva de soportes y dispositivos tecnológicos en los espacios culturales y patrimoniales proporcionan recursos in situ que facilitan un uso expandido de sus instalaciones fomentando así, un conocimiento intuitivo basado en el disfrute del lugar como enclave particular. (Puyuelo Cazorla, Val Fiel, Merino Sanjuán, & Felip Miralles, 2011, p. 166)

Enfatizando la posición de los anteriores autores la integralidad de las herramientas puestas a disposición para el usuario junto al rango de funcionalidad que dispongan, van a generar la experiencia única para diferentes objetivos propuestos desde esta investigación al igual que las propias metas del turismo sostenible dentro de un lugar con valor patrimonial, que van desde el mismo contacto con su valor cultural ya sea directo o indirecto, hasta la apropiación de ciertos elementos que componen el panorama visual de un lugar en específico que definitivamente deja huella dentro de la conciencia del visitante, como por ejemplo la vista, altura, comida, obras artísticas, manifestaciones religiosas-culturales que se pueden llegar a dar dentro del Templo de Santiago Apóstol.



A manera de conclusión se pueden detallar la infinidad de opciones y posibilidades para conformar una experiencia de usuario única dentro de este tipo de espacios, como por ejemplo procesos análogos que combinen técnicas lúdicas o didácticas, procesos tecnológicos como la realidad aumentada vía app o gafas VR, procesos gráficos como la ilustración, fotografía, diseño editorial, tipografía, entre otros, procesos orientadores como la señalética, procesos dirigidos al entretenimiento como recorridos a gran altura, miradores o básicamente procesos de consumo de productos o servicios como pueden llegar a ser una sencilla cafetería. Notoriamente todos ellos adaptados detalladamente a las tipologías y condicionantes que provee el objeto de estudio para potenciar dichas características y revelarlas al público local y extranjero.





# Visual

Museografía  
Producción Audiovisual

## Museografía

El aspecto museográfico es la esencia clave para la transformación social tanto del lugar como del visitante, del templo aquí en cuestión, ya que es el principal motivo que va a cambiar las relaciones existentes en él, claramente sin cambiar el espacio la idea es proponer una serie de mecanismos museográficos que contribuyan a modificar esas relaciones mencionadas, donde la interacción tiempo-espacio con el templo aumentará, el interés y apropiación incrementará drásticamente para el usuario y el lugar en cuestión.

Pero primero es importante ahondar en el significado de dicho concepto, la museografía es una disciplina que se encarga de la actividad de exponer, diseñar y ejecutar a través de espacios o mensajes desde la adecuación y musealización de lugares potenciando la presentación o comprensión de la información que abarca cierto fenómeno. (Morales Miranda, 2015)

Teniendo en cuenta la anterior postura la museografía puede tomarse desde el patrimonio como uno de los mecanismos que lo interprete y resguarde, uno de los ejemplos más claros que existe en la actualidad y viene desarrollándose hace mucho años es acerca del papel de los especialistas a cargo del Servicio de Parques Nacionales de Estados Unidos, donde también tienen diversos sitios arqueológicos de gran importancia para el país, lo que ellos hacen es desde la metodología de la interpretación según Morales Miranda (2015)

*“conectar al visitante de forma intelectual y emocional con los valores inherentes al recurso patrimonial” (p. 12).*



es, aquí ya se trata una manera totalmente diferente de llegar al público y aquello desde la metodología de la interpretación que tiene dos objetivos primordiales en facetas diferentes pero necesarias, primero habla del objetivo para el visitante donde se mejora la experiencia general para el público dando un significado mucho más completo a su visita y finalmente para que adopte una actitud o comportamiento de respetar, cuidar y no maltratar el patrimonio que lo rodea, esto va íntimamente ligado con la descripción del problema a principio de este documento donde se cita que las personas que entran en interacción con el templo no poseen este sentimiento de conservar el patrimonio del templo, es más lo afectan tanto hasta el punto de la indiferencia si se está acabando, dañando o perdiendo, así que de una manera u otra la museografía estaría aportando este eje de solución para el proyecto; el segundo objetivo es para el lugar en sí ya que van a existir mecanismos que contribuyan a la conservación del sitio como tal, mediante ya sea la actitud de aprecio que se generó anteriormente o simplemente las estrategias físicas que adopte la museografía para conservar de manera precisa y efectiva la salvaguardia de ciertos elementos históricos, arquitectónicos o artísticos del Templo de Santiago Apóstol.

Estos elementos tienen que estar fundamentado desde una estructura que conforme la museografía para su máxima aplicabilidad y funcionalidad, estos los podemos reconocer como narrativa, interacción y la museografía como tal. Primero la narrativa se encarga de dar un ambiente que conforme el mensaje a transmitir y sirve como el trasfondo o premisa de una exposición, esto se puede valer desde contenidos netamente teóricos, la investigación en un campo en específico o un contexto histórico como se puede llegar a observar en este proyecto.

La interacción está articulada desde muchos procesos que conocemos como por ejemplo los multimediales pero coinciden en la asincronía para ser un punto de cambio a la concepción tradicional de la museografía, que le contribuye nuevos matices de posibilidades y funcionalidades como lo menciona Santacana, Mestre & Martín Piñol (como se citó en Aranzazu López, Bahamón Cardona, & Beltrán Cardona, 2018):

La interactividad humana pretende dotar de elementos de interpretación [...] que acorten distancias entre aquello que se quiere explicar y el público receptor. Las actividades de mediación humana deberían entonces provocar experiencias, emociones y reflexiones en el público, [...] Además, gracias a las actividades de interactividad humana, podemos transportar a los visitantes a otros momentos históricos, a otros lugares..., puesto que podemos jugar con la imaginación y la capacidad de recrear espacios. (p. 79)

Dicho esto se puede decir que la narrativa e interacción se relacionan fuertemente ya que en el intercambio de información que existe entre ellas favorecen los puntos fuertes o diferenciales para la interpretación del público espectador.

La museografía es el eje de unión de las exposiciones, o dicho de otra manera la que le da la forma, esa identidad que posee una exhibición a través de los elementos anteriormente mencionados, para generar finalmente esos detalles o aspectos





Fotografía 48. Ejemplo Museografía Religiosa Fuente: Asociación de Museos de la Iglesia (s.f.)

que determinan el tipo de exposición museográfica, objetivos, niveles, recorridos, etc. En otras palabras la museografía es esa herramienta que logra materializar las ideas de su planeación, la previsualización de su estructuración para finalmente ejecutarlas de manera completa desde el diseño e instalación del espacio disponible hasta otras actividades anexas. Todos los escenarios mencionados antes nos entregan un amplio panorama para trabajar pero con nuevos e inquietantes aditamentos que incrementan aún más la perspectiva.

Por el contrario, la búsqueda del museo contemporáneo está en proponer nuevos lenguajes de comunicación que permitan la transversalidad del diálogo entre las exposiciones y el público, ofrecer nuevas alternativas para la generación de sentimientos y sensaciones dentro de las experiencias museográficas, hacer propuestas que complementen la museografía tradicional, que le añaden matices, ofrecen alternativas e incluso planteen y resuelvan problemas. (Aranzazu López, Bahamón Cardona, & Beltrán Cardona, 2018, p. 81)

Es preciso señalar que al conectar plenamente con el artefacto de diseño integrado a este proyecto, todas las narrativas museográficas que se podrían decir nuevas y adaptadas al patrimonio no pretenden sustituir la teoría y práctica tradicional o más habitual, sino que abren las posibilidades para proponer y aportar más canales de comunicación, mejor comprensión de los mensajes transmitidos y experiencias más enriquecedoras alrededor de esto, claramente sin afectar los elementos ya presentes en el espacio.



Fotografía 49. Ejemplo Museografía Religiosa Fuente: Asociación de Museos de la Iglesia (s.f.)

## Producción Audiovisual

Uno de los procesos comunicacionales con mayor impacto en la mente de los usuarios y que mejor se articula neurolinguísticamente con la comprensión humana es por medio de los sentidos que poseemos, evidentemente la información que está a nuestro alrededor obligatoriamente estará descifrada a través de órganos sensitivos que entran en contacto directo con el entorno, en esta ocasión hay que mencionar la parte auditiva y visual que tienen una gran relevancia para cualquier individuo, aquí es donde se vincula la producción audiovisual como una rama del diseño que con un gran porcentaje de posibilidades de influenciar en los usuarios, se posiciona como uno de los mecanismos existentes que nos ha dispuesto la tecnología, más efectivos de la historia; para reafirmar lo anteriormente aludido, Antezana (2017) agrega, “Se entiende como producción audiovisual a los procesos de selección de medios técnicos y humanos para la ejecución de una idea. Idea que cuenta con la unión de matices artísticos y comunicacionales, para transmitir una realidad empleando la herramienta audiovisual” (p.30).

Precisamente son los recursos audiovisuales un medio eficaz para comunicar y transmitir una serie de pensamientos reales que involucren, por ejemplo al ser humano junto a un objeto o situación de estudio, desde el plano técnico hasta el plano propiamente artístico donde enlaza las expresiones referidas, pero siempre aterrizadas hasta el ámbito epistemológico como, por ejemplo en el Templo de Santiago Apóstol para fundamentar las posibles relaciones e influencias de movimientos artísticos o sociales de la épica de su construcción, para realizar las manifes-



taciones que encontramos en su exterior o las obras del interior del templo, cada una propone un sentido específico; Conviene subrayar que probablemente las explicaciones buscadas ante la gama de preguntas que se formulan del porque y como inicia la creación de los componentes esenciales del templo puedan ser respondidas sin embargo no reveladas fácilmente.

“

“El objetivo principal de la producción audiovisual debe **añadir valor** al proceso formativo para aprender más y mejor **empleando medios diferentes** a los tradicionales para ello”

(Gértrudix Barrio, Rajas Fernández, & Álvarez García, 2017, p.196).

Figura 6. Screenshot - Video para el XXIV Encuentro Nacional y XVIII Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación Fundación Redcolsi Fuente: Elaboración propia



Como resultado es posible concluir que la producción audiovisual colabora en cierta manera por esta causa, desde un margen educativo y reflexivo, genera una mayor comprensión de esas temáticas abordando desde diferentes medios una visión más clara para difundirla y compartirla para el usuario, claramente mejorando su comprensión, que es un objetivo clave para que sea útil y funcional.

Agregando un último matiz para concebir el concepto de producción cinematográfica en su totalidad, encontramos una arma que contribuye a iniciar microdebates dentro de la misma interacción que se genera, en el cual es importante mencionar que es el instrumento para conectar favorablemente el mensaje y al usuario, como lo argumenta Vidal & Téllez (2016):

Es aquí donde el lenguaje audiovisual se erige en una vía de agenciamiento por parte de los actores sociales, ya que posibilita una rápida comprensión del texto apoyado por la empatía que genera la capacidad de transmisión de las emociones. Permite a su vez aglutinar frente a un mismo discurso a un amplio grupo de personas, lo cual contribuye a abrir diálogos que desatomizan nuestras realidades y apoyan el empoderamiento colectivo. (p. 562)

Por consecuencia el procesamiento del material contenido en este tipo de producciones se manifestará dentro de una práctica antropológica totalmente enfocada a su comprensión social.



# Gráfico

Identidad Corporativa  
Señalética  
Campaña publicitaria de Difusión

Fotografía 51. Vitral Planta Templo de Santiago Apóstol Fuente: Elaboración Propia

## Identidad Corporativa

Cada día está más claro que hay dos tipos de ciudades, al igual que dos tipos de países: unos, que son “marca”; y otros, que no lo son y que, tristemente, al sobrevivir, son “genéricos”. Habría un tercer grupo de países/ciudades que se están “desmarcando”, en los que avanza la dualidad, la miseria, la marginalidad, y por lo tanto, las oportunidades de calidad de vida son insignificantes. (Valenzuela Robles, 2015, p. 76)

Comenzamos con esta pequeña reflexión sobre el comportamiento de las marcas en las ciudades y en qué punto se encuentra la ciudad que alberga el objeto de estudio, así que de una manera u otra la ciudad pasando un proceso necesario de marca o no, vemos que es una característica común en ciudades o países desarrollados que si se preocupan por estos conceptos y van cohesionados con su avance como sociedad, en cambio en otros contextos como se ha venido identificando es un concepto más difícil de asimilar, la identidad corporativa es como Sierra Amoedo (2016) puntualiza:

La identidad corporativa es el conjunto de características esenciales con las que una organización se identifica y diferencia a sí misma y que le dan especificidad, estabilidad y coherencia. Además son perdurables en el tiempo ya que hay aspectos que, aunque provienen del pasado, están todavía presentes y con intención de permanecer en el futuro. (p. 28)

Entonces la identidad corporativa es un concepto más complejo de lo que piensa la mayoría de las personas y en realidad tiene un trasfondo que revela la identidad de una organización aunque



en este caso se aplicaría otra tipología de corporación sin embargo tiene una serie de elementos que cumplen funciones específicas, como por ejemplo es el eje conector entre las ideas que se quieren transmitir junto a signos que lo comuniquen su características únicas, valores, aportes o en pocas palabras todo lo que representa una organización (identificación, estructuración y comunicación) con la clara finalidad de generar una conexión con su público, en su mayoría lo podemos encontrar como branding, todo lo que está detrás de una marca.

Pero, ¿Qué tiene que ver con el diseño?, el diseño tiene una funcionalidad principal en todo esto, ya que los elementos resultantes de una identidad bien establecidas, se puede decir que de forma teórica, necesita algo comprensible de una manera mucho más efectiva para el usuario, con el fin de que ese mensaje que se quiere transmitir llegue de inmediato a la percepción del individuo, de aquí ya estamos hablando de representaciones icónicas que manifiestan un fenómeno como tal, es decir es la parte visible y comprensible de una organización simplificado en conceptos como un símbolo, logotipo, tipografía, paleta cromática u otros y es así que estas maneras de expresión llegan a otros campos de interrelación.

Podemos hablar de marca, un concepto que prácticamente encierra los términos hablados anteriormente y esto ya significa una articulación de procesos no solo gráficos sino que es fundamental conectarlos con el diseño estratégico como lo menciona Costa (2012):

**La marca es una construcción estratégicamente planificada y gestionada. Y que el lenguaje con el que dialoga con los públicos, es esencialmente emocional y simbólico. Por lo que la marca es un sistema de cosas, objetos y acciones, y al mismo tiempo, un sistema de símbolos: sensaciones, relaciones, imágenes, signos, relatos. Elementos todos ellos portadores de significados. (p. 20)**

Así que la marca está articulada con procesos mayores de la estrategia de una organización no solo puede que sea la identidad y la parte visual de una representación sino se va conformando un sistema que contribuye a la comprensión exterior para el usuario, unos mecanismos o patrones que facilitan que lo que sea que se quiere decir tenga un significado fundamentado en lo que eres y lo que quieres mostrar ante los espectadores, un contenido claro y entendible pero, este mensaje debe estar planificado desde 3 niveles como tam-

bién lo menciona Costa, primero la infraestructura, es toda aquella construcción que planta las bases para conocerse a sí mismo como por ejemplo la identidad que se quiere representar, la cultura que seguir y que tipo de estrategia se abordará corporativamente. En el segundo nivel encontramos la estructura que responde a todos las tipologías propias del branding, la investigación necesaria para llegar a ese punto, como se hará financiera y físicamente, entre otros procesos para concebir la ejecución deseada de una marca o identidad, finalmente tenemos la superestructura que habla acerca el nivel más visible de la marca, con lo que el usuario ya va a interactuar.



Quizás la teoría suene algo lejano del diseño y lo que significa la marca pero con el ánimo de aplicarlo en un caso más cercano al tema de este proyecto y que en realidad se relaciona con uno de los temas más fuertes de la investigación que es el turismo, claramente la marca o la identidad corporativa pueden estar relacionadas y se puede afirmar que necesitan coexistir para reforzar su funcionalidad dentro del campo porque si se hace una pequeña abstracción de significados, la función tanto del turismo como de la identidad corporativa se basa en el valor identitario que se puede encontrar en un sitio, organización, país o negocio sin embargo deteniéndonos en una situación en particular un ejemplo que se encuentra todos los días son las marcas - ciudad, un concepto que perfectamente se articula con el concepto manejado en este proyecto.

La estrategia de marca-ciudad (EMC) consiste en identificar los atributos diferenciales de una localidad en lo específico o de una región con localidades muy cercanas y casi contiguas. Es pieza fundamental para esclarecer el posicionamiento de regiones, naciones y ciudades, desde la perspectiva de atracción generado por la creación de marca y referencia, de manera que se estimule la apreciación positiva de los atributos de una comunidad. (Valenzuela Robles, 2015, p. 67)

Por esta razón se afirma la gran la relación que existe para ser tomado como punto de partida para conectarla marca como un atributo esencial para el Templo de Santiago Apóstol, ya que se están rescatando todos esos íconos característicos del lugar, al igual que otros elementos como personajes, cultura, significados que aporten de manera eficiente al mensaje que se quiera dar del lugar, claramente simplificados con el fin de promover el interés en general sobre el valor que posee y de esta manera extraer las características más adecuadas para el beneficio del lugar.



## Señalética

“ Señalética es la parte de la ciencia de la **comunicación visual** que estudia las relaciones funcionales entre los **signos de orientación** en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la **técnica** que organiza y regula estas relaciones. (Costa, 1987, p. 9) ”

Dada las características del proyecto era esencial tener en cuenta esta área del conocimiento para ofrecer una situación favorable para el usuario en cuanto a su orientación en un espacio específico, ya que las condiciones arquitectónicas propias del templo y que va a ser abierto a todo tipo de públicos en un contexto turístico, era impensable concebir la idea sin la presencia de la señalética como mecanismo primordial que permita generar procesos de recorridos, accesos, ubicación o el mismo reconocimiento de secciones dentro de sitio.

En sí la señalética es un sistema que aporta diversas estrategias de diseño o señalización para la orientación como se mencionaba antes, pero involucra particularmente herramientas o recursos debidamente ajustados desde metodologías propias o adaptadas al proyecto, ya que cada contexto ofrece unas condicionantes arquitectónicas, ambientales y estructurales únicas que son necesarias de resolver para que la percepción o la toma de decisiones para el usuario no sea un inconveniente o una tarea mental que lo distraiga del verdadero propósito del lugar donde se encuentra, finalmente esta disciplina engloba o reúne otras profesiones como la arquitectura de información, la comunicación gráfica, el diseño industrial y ambiental que son vitales para enten-

der la problemática establecida en un espacio y ofrecer una solución óptima.

Por esta razón se decía anteriormente que el diseño y la señalética están íntimamente ligados, como lo menciona Ibáñez Villalobos (2018):

La contribución del diseño en los procesos que guían, orientan y dirigen a las personas a través de un entorno físico, se encamina a disipar la incertidumbre de un usuario frente a las distintas opciones que existen en un espacio; al proyectar sistemas de signos de orientación espacial, con una intención comunicativa, hacia una mejor comprensión y experiencia espacial del individuo, aportando valor añadido. (p. 23)

Conforme a ello se resalta la importancia del diseño y su aporte hacia la conformación de un sistema señalético sólido y funcional, sin embargo no es el único proceso que encontramos anexo a la señalética ya que de aquí se pueden derivar dos grandes escenarios que podrían ser de gran utilidad para conformar la propuesta en su totalidad.

Con respecto al proyecto, se está tomando en consideración otros aspectos narrativos y comunicacionales que





Figura 7. Componentes para formar un Diseño Gráfico Experiencial Fuente: Ibáñez Villalobos (2018)



claramente tienen que ser tomados en cuenta, ya que en estos campos de diseño la finalidad que tiene es crear entornos que comuniquen, puede ser un ambiente o una atmosfera diferencial, ya sea integrando tipografías, imágenes, textos, colores, sonidos, formas, tecnologías no obstante todas estas herramientas tiene que estar plenamente cohesionado con el mensaje y enfocándose a la misma dirección, esto se puede visualizar en la Figura 7 donde se muestra los posibles componentes de un diseño gráfico experiencial. El segundo escenario complementario a la señalética y relacionado obviamente con el concepto anterior es el wayfinding, quizás sea un concepto sencillo pero básico para comprender las necesidades del usuario cuando entra en interacción con el espacio, Lynch (como se citó en Ibáñez Villalobos, 2018) lo define como “un uso consistente y una organización de señales sensoriales definidas del entorno externo” es decir que igualmente es un proceso de orientación pero utiliza información del entorno para enriquecer las características que puede atravesar el entorno para guiar óptimamente a las personas en espacios físicos, pero no un estándar o estereotipo de persona sino que tiene la capacidad de variar para adaptarse a las condiciones físicas, culturales, sociales del contexto donde está desarrollándose.

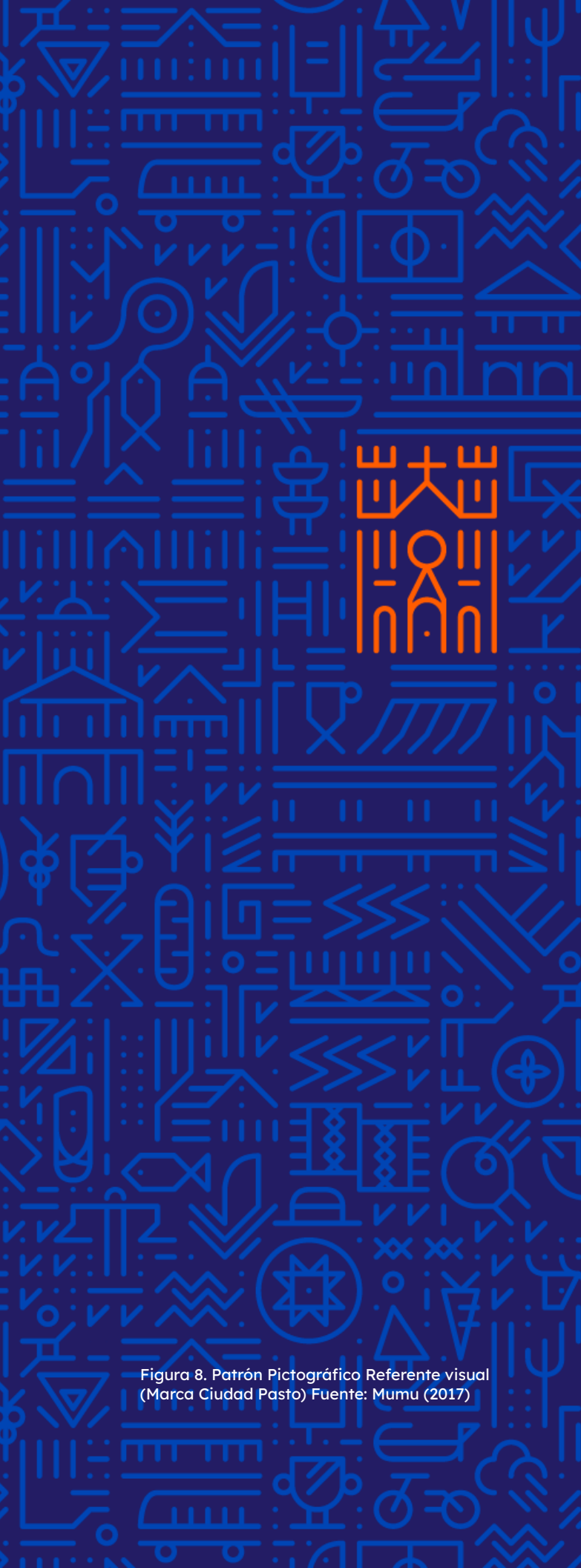


Figura 8. Patrón Pictográfico Referente visual (Marca Ciudad Pasto) Fuente: Mumu (2017)

## **Campaña publicitaria de Difusión**

La campaña publicitaria enfocada exclusivamente a atender las necesidades socioeconómicas del Templo de Santiago Apóstol ya establecido desde el marco del turismo sostenible va a estar fundamentada desde 3 ejes, cuyo propósito es reflejar cada sector necesario para comunicación efectiva y adaptada a las tipologías que los caracterizan. Primero la publicidad articulada desde algunos signos culturales que se localizan a nuestro alrededor, como es el caso con el templo, la cultura y la identidad son dos ámbitos de suprema importancia en el diálogo del templo como un lugar religioso y un lugar que integra el entorno urbano como tal, por esto es significativo reafirmar que:

La publicidad, como uno de los más determinantes vehículos de comunicación de marca, no solo ayuda a construir y transformar los significados culturales para los consumidores, sino que además interpreta los significados culturales extraídos de la visión del mundo de los mismos consumidores para volcarlos al producto anunciado. (Sheen Moreno & Arbaiza, 2020, p. 289)

Por consiguiente la publicidad es una herramienta potente dentro del sector con múltiples finalidades, y múltiples objetivos donde encontramos el más claro: persuadir o convencer de una idea al usuario, la publicidad como un medio comercial de venta en particular es utilizado en muchos sectores de nuestra sociedad, no obstante aplicado en nuestro contexto patrimonial y turístico un fin comercial no abarca completamente el sentido del proyecto, por obvias razones es importante porque se

Figura 9. Marca y Banner Referente visual (Marca Oficina de Turismo París) Fuente: Graphéine (2016)



integran categorías turísticas o el diseño de servicio donde lo importante recae en la producción de ingresos para su sustentabilidad económica, pero hay otro significado que de igual manera debe estar integrado esta campaña publicitaria de difusión, este significado se enfatiza en el planteamiento de Kotler & Armstrong (2007), como ellos mencionan que el propósito de persuadir o informar no ve el fondo o el propósito, el punto vital de la publicidad recae en la forma en como comunicamos.

En último lugar es posible articular un aspecto vital en la historia moderna de la publicidad donde estas estrategias o anuncios publicitarios han tenido la necesidad de evolucionar, desechando la básica idea de solamente describir un producto, servicio, lugar o mensaje, todo esto va más allá, directamente esta cohesionado con un significado regulado a partir de emociones, sensaciones, puesto que llegará a forjar un impacto verdadero y mucho más fuerte en el imaginario colectivo o en la mente de las personas. Citando a Moliné (2000):

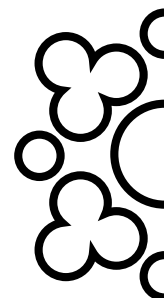
La descripción puede rodear de magia un producto. Por supuesto, no hay frialdad sino arte y participación emotiva del creador para que el espectador del anuncio pueda a su vez sentirse arrastrado por las sensaciones.(p. 408)

El íntimo vínculo entre la descripción y la emoción en la publicidad produce una marca pregnante en el usuario y su apropiación de los conceptos mencionados, ya que aquellas signos e informaciones que llegan a la mente humana penetran hasta el punto de ser recuerdos, generando emociones propias, aquí se enlazan el arte descriptivo y la viveza figurativa, donde como se mencionaba, además de describir estamos provocando sensaciones.



**ALTARIA**

# **DESARROLLO GRÁFICO Y CONCEPTUAL**



**Capítulo · Prototipado**

# Contextualización

El rol del diseño gráfico es primordial para potenciar ciertos escenarios en conflicto del objeto de estudio al igual que es necesario para alcanzar los objetivos propuestos a nivel turístico, social y cultural, claramente a partir de las tipologías arquitectónicas y artísticas del templo.

Por esta razón se ha desarrollado un capítulo completo que, desde la recolección de información necesaria y teoría, se pueda abordar la ejecución de las estrategias adecuadas con una mayor consolidación de dichos mecanismos para que esté bajo las características propias del proyecto y en realidad atiendan las necesidades a resolver.

Evidentemente el papel del diseño integral toma relevancia en este punto, ya que en este caso el proyecto comprende el objeto de estudio en su integralidad, en vez de enfocarse a proponer nada más una sección, toma la globalidad de elementos para comprender holísticamente un objeto de estudio y plantear soluciones a partir de diferentes disciplinas o conocimientos. Aquí se encontrarán aquellos mecanismos visuales y conceptuales que resultaron de esta investigación junto a su mismo funcionamiento, aporte y construcción.

# Concepto de diseño

Al abordar un proyecto de esta magnitud, donde posiblemente se esté afrontando un problema perverso de diseño, es esencial partir de una base uniforme que acoja la totalidad del planteamiento, epistemológicamente es claro que se debe consolidar todo elemento bajo una misma línea que ampare o unifique su concepción y ejecución, por lo tanto el concepto de diseño debe actuar como ese eje el cual sea el punto de partida para ajustar todos los elementos creativos y la propia estructura o rumbo de la investigación con la finalidad de que comunique primero que ese concepto como tal de forma externa y sea claro teóricamente de forma interna.

Remontándonos al nacimiento y estructuración del proyecto, la investigación utilizó el método histórico – hermenéutico que fue de gran utilidad para comprender el contexto del objeto de estudio junto a todas esas manifestaciones que lo fueron influenciando para ser lo que es hoy, e igualmente los hechos significativos que claramente tuvieron un impacto real en el propio templo y su entorno, todo esto para tener el panorama suficiente para ser capaces de interpretar los rasgos más relevantes que lo caracterizan y de ahí formalizar un plan de acción sólido para dar respuesta a las situaciones que expresa el templo, los usuarios y agentes involucrados como lo formula Marín Gallego (2009), “ El paradigma histórico hermenéutico proponía la ciencia como un sistema complejo que pretendía comprensiones mediadas por el lenguaje, las cuales conducían a procesos interpretativos de la realidad social y hu-



mana” (p.20). En este sentido el ámbito social tiene una gran relevancia en este método por lo cual fue pertinente aplicarlo en este proyecto ya que los comportamientos sociales humanos están en continuo contacto con el templo lo que genera una serie de cambios y consecuencias.

La relación del método con el concepto de diseño consiste en extraer las secciones más importantes o que posiblemente tengan un aporte valioso para el proyecto, a partir de la recolección de información y los mecanismos aplicados, de esta manera además de estar en contacto con el objeto de estudio, observándolo y analizando también se tiene en cuenta la percepción que tuvieron las personas entrevistadas, en el momento de conocer las intenciones del proyecto y los artefactos de diseño correspondientes, así que el concepto de diseño está íntimamente conectado con la toma de contacto con el usuario.

Junto a esta información el procedimiento consistió en la Teoría Fundamentada mediante Atlas.ti v8, software encargado del procesamiento y análisis de información, donde los datos mencionados anteriormente fueron extraídos a partir de bibliografía y otros mecanismos de recolección de información (entrevistas, SCAMPER, taller de innovación), filtrando fragmentos relevantes de dicho material se logró conformar dos sistemas visuales mostrados a continuación, revelando gráficamente los resultados, conexiones y conceptos de estos instrumentos de recolección de datos, permitiendo así la posibilidad de clarificar el problema, ajustes y soluciones para finalmente observar el término que encierra todo el paradigma. A continuación se muestran los dos mecanismos visuales mencionados, primero las redes muestran fracciones relevantes la bibliografía de esta investigación dividido en las 3 grandes macro categorías que conforman el proyecto y en segundo lugar tenemos los gráficos titulados “Word Clouds” que recopilan las palabras que más se repiten dentro de las entrevistas con expertos, la aplicación del método SCAMPER y el taller de innovación.



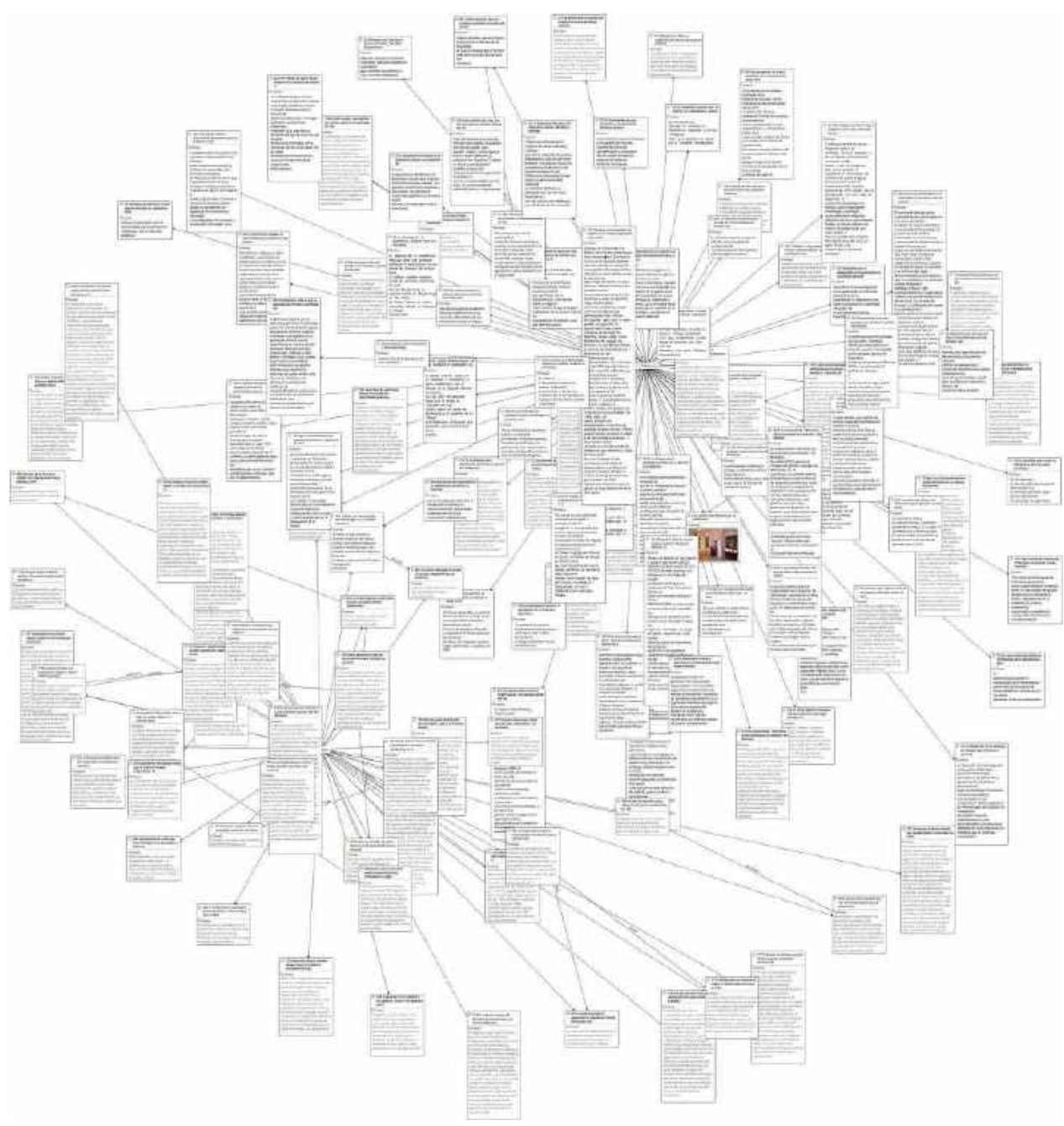


Figura 10. Red Relacional 1  
Patrimonio - Templo Fuente:  
Elaboración Propia

Esta primera red relacional surgió a partir de la revisión bibliográfica del primer capítulo del marco teórico, contrastándolo con los otros mecanismos mencionados anteriormente.

Revisar pág. 144 donde se muestran los resultados obtenidos.





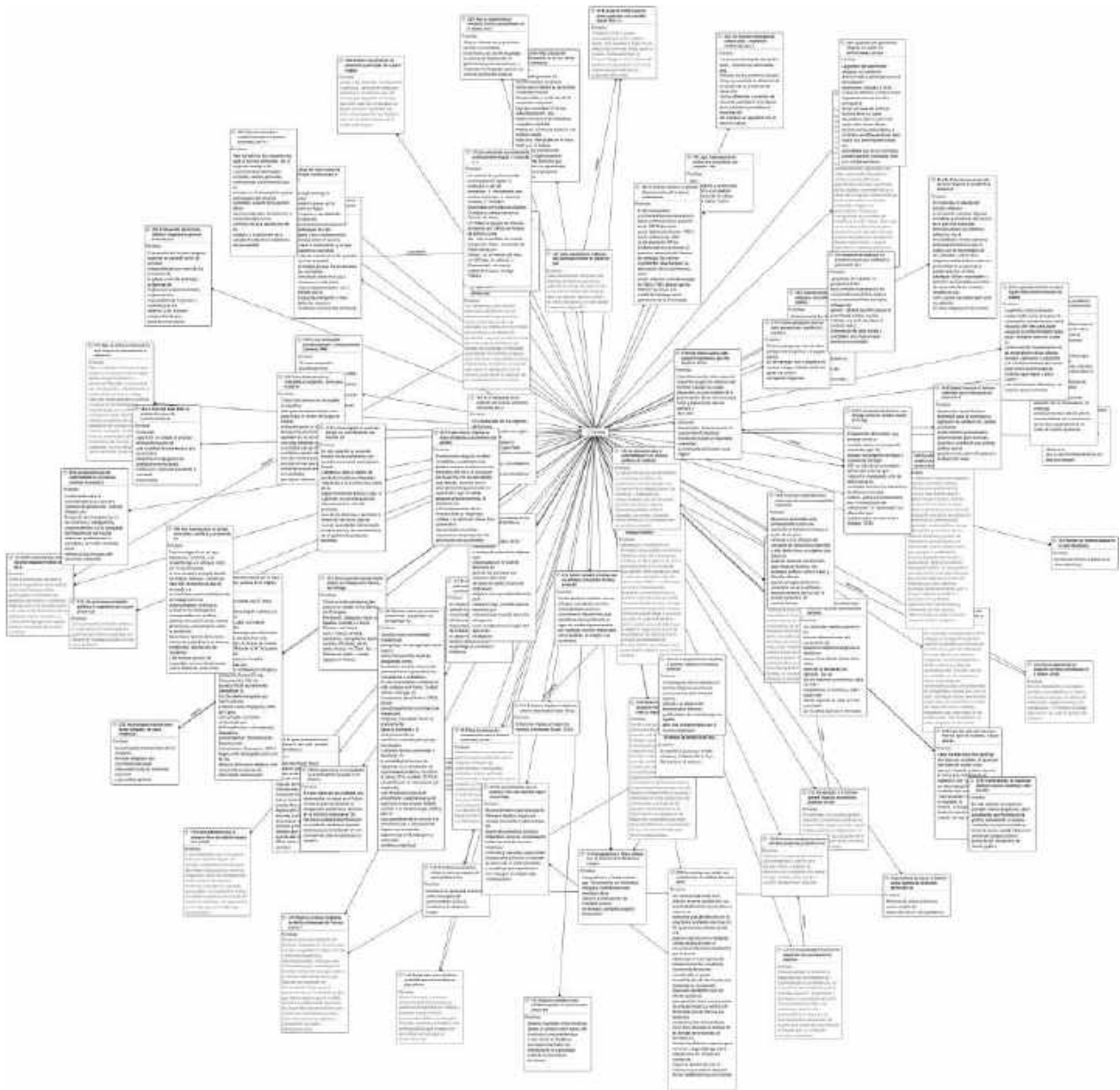


Figura 11. Red Relacional 2 Turismo  
Fuente: Elaboración Propia

Esta segunda red relacional surgió a partir de la revisión bibliográfica del segundo capítulo del marco teórico, contrastándolo con los otros mecanismos mencionados anteriormente.

Revisar pág. 144 donde se muestran los resultados obtenidos.

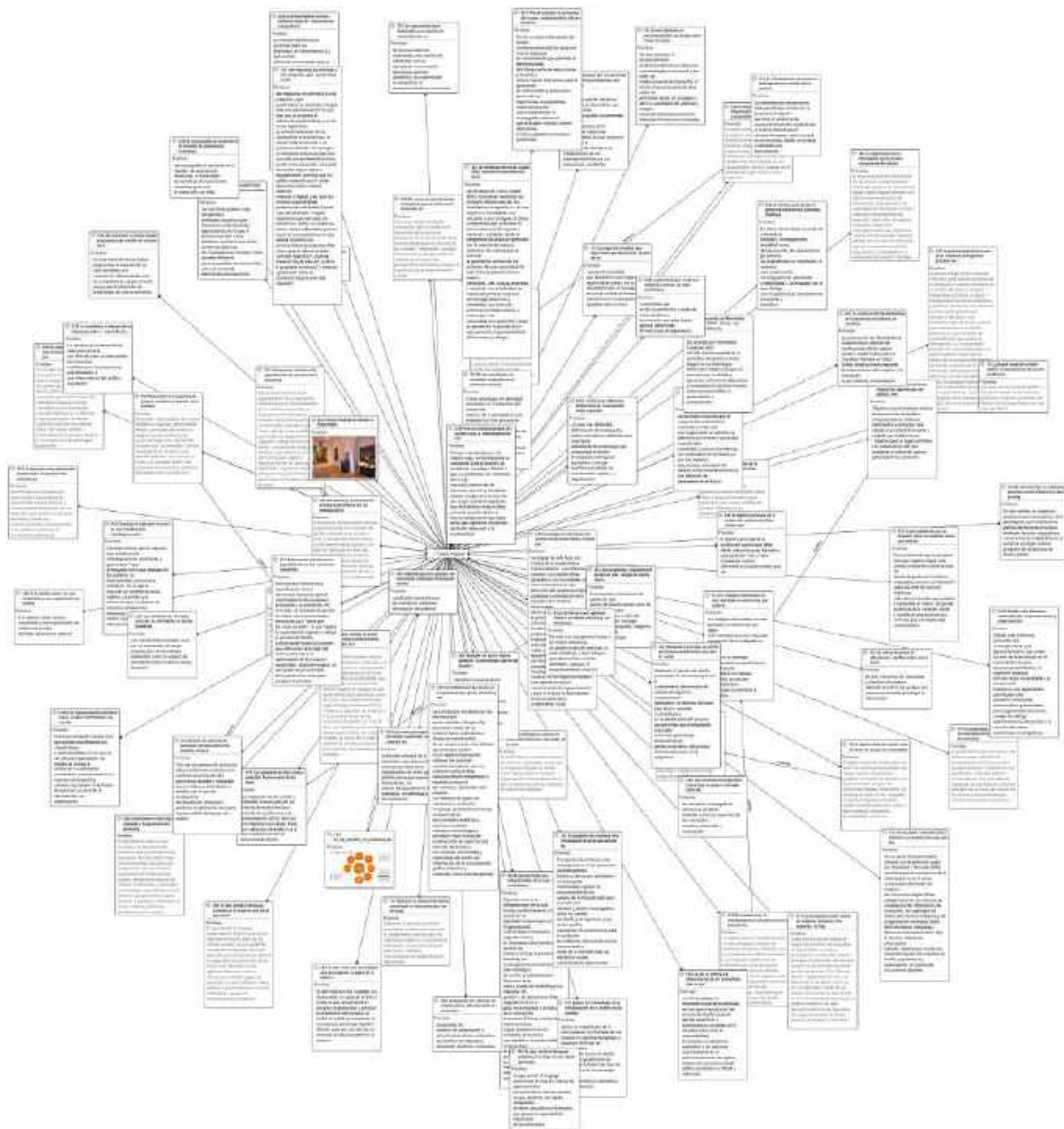


Figura 12. Red Relacional 3 Diseño Integral  
 Fuente: Elaboración Propia

Esta tercera red relacional surgió a partir de la revisión bibliográfica del tercer capítulo del marco teórico, contrastándolo con los otros mecanismos mencionados anteriormente.

Revisar pág. 144 donde se muestran los resultados obtenidos.



Figura 13. Word Cloud 1 Fuente: Elaboración Propia



Entrevista a Mg. Fernando Coral

Figura 14. Word Cloud 2 Fuente: Elaboración Propia



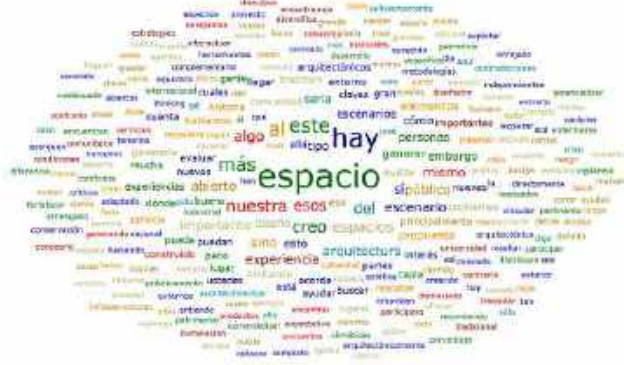
Entrevista a Dr. Holman Morales

Figura 15. Word Cloud 3 Fuente: Elaboración Propia



Entrevista a Mg. Amanda Artega

Figura 16. Word Cloud 4 Fuente: Elaboración Propia



Entrevista a José Dueñas

Figura 17. Word Cloud 5 Fuente: Elaboración Propia



Taller de Innovación Lina Molina



El concepto de diseño que se articulara en este proyecto está fundamentado bajo tres escenarios: Hito de una ciudad, Resignificar, Ascensión. Estos pilares del concepto de diseño serán variables y sea ajustarán a las características formales del artefacto donde será aplicado, es decir que aunque forman un todo y se complementan claramente, según las particularidades de un artefacto de diseño en específico uno de los pilares tomará mayor énfasis en su comunicación y transmisión del mensaje/concepto.

### **Hito de una ciudad.**

“Persona, cosa o hecho clave y fundamental dentro de un ámbito o contexto.” (Real Academia Española, s.f.) El concepto de hito toma lugar aquí, desde la relación que puede existir con el templo, donde es un sitio icónico de la ciudad de San Juan de Pasto, tiene un contexto histórico increíble, un pasado arquitectónico que marca el paso del tiempo, un símbolo para la comunidad de los Hermanos Menores Capuchinos, un emblema para los feligreses católicos, un lugar donde reposa una gran colección de arte para extranjeros y locales así que esta es la noción que se quiere fortalecer y a la vez transmitir a la misma ciudad, los usuarios que ya conocen el templo y además de los que aún pueden conocerlo. Ser un Hito de San Juan de Pasto.

### **Resignificar.**

“La resignificación refiere a otorgar un sentido diferente al pasado a partir de una nueva comprensión desde el presente, o a dar un nuevo sentido al presente tras una interpretación distinta del pasado” (Guillem, 2021) Aunque el término resignificar no existe para la Real Academia de la Lengua Española, viene de la palabra significar que consiste en hacer saber, declarar o manifestar algo en concreto, entonces si le añadimos el prefijo “re” adquiere un mensaje mucho más interesante que se acopla mejor con el objetivo del proyecto, en sí es lo que a grandes rasgos esta investigación trata de hacer con el templo, resignificar las costumbres alrededor a él, resignificar su espacio, resignificar la cultura de las personas, resignificar por qué esta allí, resignificar lo que es para la ciudad, resignificar su función, etc. En pocas palabras es añadir valor o significado a lo que ya está escrito para transformarlo positivamente.

### **Ascensión.**

“Acción y efecto de ascender (subir a un sitio más alto)” (Real Academia Española, s.f.) A simple vista es un concepto que parece sencillo y sin tantos rodeos es una simple acción cotidiana, sin embargo si se observa desde un punto de vista más simbólico y hasta pragmático adquiere un significado totalmente unido a la percepción del templo, desde que está ubicado en la cima de la calle El Colorado, las escalinatas que nos conducen a sus naves, la verticalidad de sus torres, las columnas, el altar, en fin son múltiples los puntos en común del concepto de ascender junto a la direccionalidad que nos marca semióticamente el templo y por esta razón es tan importante conectarlo con el diseño y comunicar ese mensaje.



# Tendencia de diseño



<b>WGSN</b>	<b>Innovaciones para el Futuro - Impulsores del Futuro</b>
<b>2023</b>	<i>diseño consciente. refugio espiritual.</i>
<b>5 Escenarios</b>	



En compatibilidad del concepto de diseño seleccionado, es claro afirmar la manera de ser expresado donde toma el papel esta tendencia de diseño que optará a conducir el proyecto con el fin de que se mantenga vigente durante un periodo de tiempo y esté ligado a las particularidades de aquellos ámbitos que están moviendo los contextos comerciales, sociales, culturales, etc. Por esta razón se ha tomado como referencia las informaciones de diseño dictaminadas por la compañía de pronóstico de tendencias WGSN.

Fundada en 1998 lleva más de 24 años liderando el sector de análisis de datos; después de una larga búsqueda en este nicho, es la más indicada para seguir sus recomendaciones y predicciones para ser aplicada en la ejecución de este proyecto, es así como se estructura la visualización de las estrategias que se describirán en fases contiguas en este capítulo. Las 5 tendencias descritas a continuación corresponden con los campos de acción, en los cuales el proyecto quiere impactar de manera positiva, de esta manera las premisas, conflictos o necesidades de la investigación serán potenciados o dicho en otras palabras serán generados, ajustados y potenciados desde los criterios puntualizados en las tendencias.

Teniendo en claro los conceptos que maneja WGSN en cuanto a las tendencias presentadas para el 2023, es necesario ahondar en aquellos 5 escenarios mencionados y como están relacionados con el proyecto, junto a como están aportando en su consolidación para equiparar las tendencias de ese año como generador de artefactos para el mercado social, comercial y cultural.

En un escenario económico, social y medioambiental complejo, serán **cinco las áreas que influirán en el desarrollo de productos que verán la luz en 2023.**

Dichas cinco ideas evolucionan a partir de las temáticas generales exploradas en dos grandes pronósticos anuales:

- **Innovaciones para el Futuro**, que muestra las direcciones creativas y culturales que moldearán los próximos dos años
- **Impulsores del Futuro**, que explora los factores sociales, económicos y políticos que afectarán a las empresas en 2023. (Pinker Moda, 2020)



## PROMOVER EL PROGRESO:

Este escenario está orientado a enfocarse en un nicho de mercado más específico, quizás lo masivo tenga consecuencias económicas y rentables no muy favorables para una empresa que quiera impactar significativamente en su segmento, tendrá relevancia la sostenibilidad por razones ambientales y sociales, porque claramente lo que nos deja ver estos pronósticos es como el mercado se está cerrando lo más viable es enfocarse en punto específico y aprovechar ese margen de acción de una manera más focal y direccionalizada. En este punto podemos teorizar que el turismo masivo no tenga tanto énfasis como muchos años atrás pero quizás si el turismo cultural, comunitario, receptivo pueda tener su espacio en el mercado.

Además si se está hablando de sostenibilidad, el turismo sostenible aunque suene redundante tiene la respuesta para fortalecer aquellos lugares o productos turísticos que no genera ni sustentabilidad para la ciudad o su propio soporte, ni sostenibilidad a través del tiempo utilizando herramientas que no alteren su entorno inmediato, ya sea ambiental, cultural o social.

Fotografía 52. Turismo sostenible, el futuro de México Fuente: Generación Anáhuac (2019)



## **APOSTAR POR LA FRUGALIDAD:**

Después de la recesión económica que significó la pandemia transcurrida entre los años 2020 y 2022 seguramente tanto personas naturales como empresas no posean la capacidad financiera para generar movimientos grandes de mercados; esto se verá reflejado en la capacidad de respuesta en diferentes sectores de la sociedad para ofrecer productos y servicios ajustados a esas necesidades, por ejemplo si aterrizamos este concepto al proyecto disciplinas como el turismo o el diseño de servicio puede que sean los más afectados por estas noticias ya que el consumo comercial es su pilar principal, entonces lo más conveniente es llegar a un punto medio de rentabilidad y ofrecimiento de productos con un costo asequible para el usuario, quizás potenciado con alianzas y actividades clave que faciliten la reducción de costos aunque manteniendo la interacción con el usuario o la generación de movimiento suficiente para subsistir como proyecto o producto turístico.





## EXPERTOS DEL BIENESTAR:



Fotografía 54. Fotografía En Escala De Grises Mujer Haciendo Yoga Fuente: Pixabay (2016)

Se puede mencionar de igual manera que la pandemia y la recesión afectaron increíblemente al estado mental y físico de los usuarios prácticamente en todo el mundo, y el bienestar en general está pasando factura de ello, claramente las empresas y personas tienen que ajustar sus estrategias para el 2023 donde se tenga en cuenta este requisito para poder funcionar correctamente, generar una reputación notable y claramente aportar de manera positiva al bienestar del usuario.

Lo más probable es que el diseño emocional y de experiencia tome un papel principal durante este periodo de tiempo ya que son dos disciplinas con los conocimientos suficientes para provocar ciertos sentimientos, pensamientos y emociones en el usuario y pueda influenciar o cambiar la perspectiva del individuo en su percepción a un lugar, producto o servicio. De nuevo si se ve desde el punto de vista del proyecto la experiencia de usuario ya sea implementada desde el diseño de servicio o sencillamente el turismo en recorridos guiados en la museografía, debe ser vital para diseñar un camino idóneo para el disfrute del usuario, es necesario recordar que si esta experiencia positiva se pueden duplicar las posibilidades de su respectiva pregnancia o el retorno a este producto turístico, esto ya significa ingresos nuevamente o la fidelización del usuario.



## ACEPTACIÓN TECNOLÓGICA:

Cada vez la tecnología entra en contacto con nuestra vida cotidiana para ofrecer soluciones mucho más efectivas y confiables, por esta razón es por cuanto menos necesario aprovechar las tecnologías presentes en esta era de la información, ya sea por medio de ingredientes, materiales o métodos, el punto es innovar en una fase de la cadena de valor que comúnmente está presente en los productos y servicios que encontramos en el entorno.

La tecnología es una herramienta vital para potenciar cualquier artefacto por sencillo que sea y perteneciente a cualquier rama del conocimiento, hasta alcanzar límites insospechados de interactividad, eficacia, medición o adaptabilidad, mientras que sea bien diseñado y bajo las necesidades de un problema o situación, definitivamente la tecnología estará ahí para aportar.

Bajo la lente de este proyecto la tecnología está presente por ejemplo en la realidad aumentada que puede afectar a cualquier proceso presentado y ayudar para que como se mencionaba anteriormente posea características que antes no podía ni siquiera concebir, por ejemplo maximizar su alcance, aplicabilidad en contextos, inclusión, entre otros.



Fotografía 55. Persona Que Usa Gafas De Realidad Virtual Fuente: Fauxels (2019)



Fotografía 56. Comunidad Fuente: Monstera (2020)

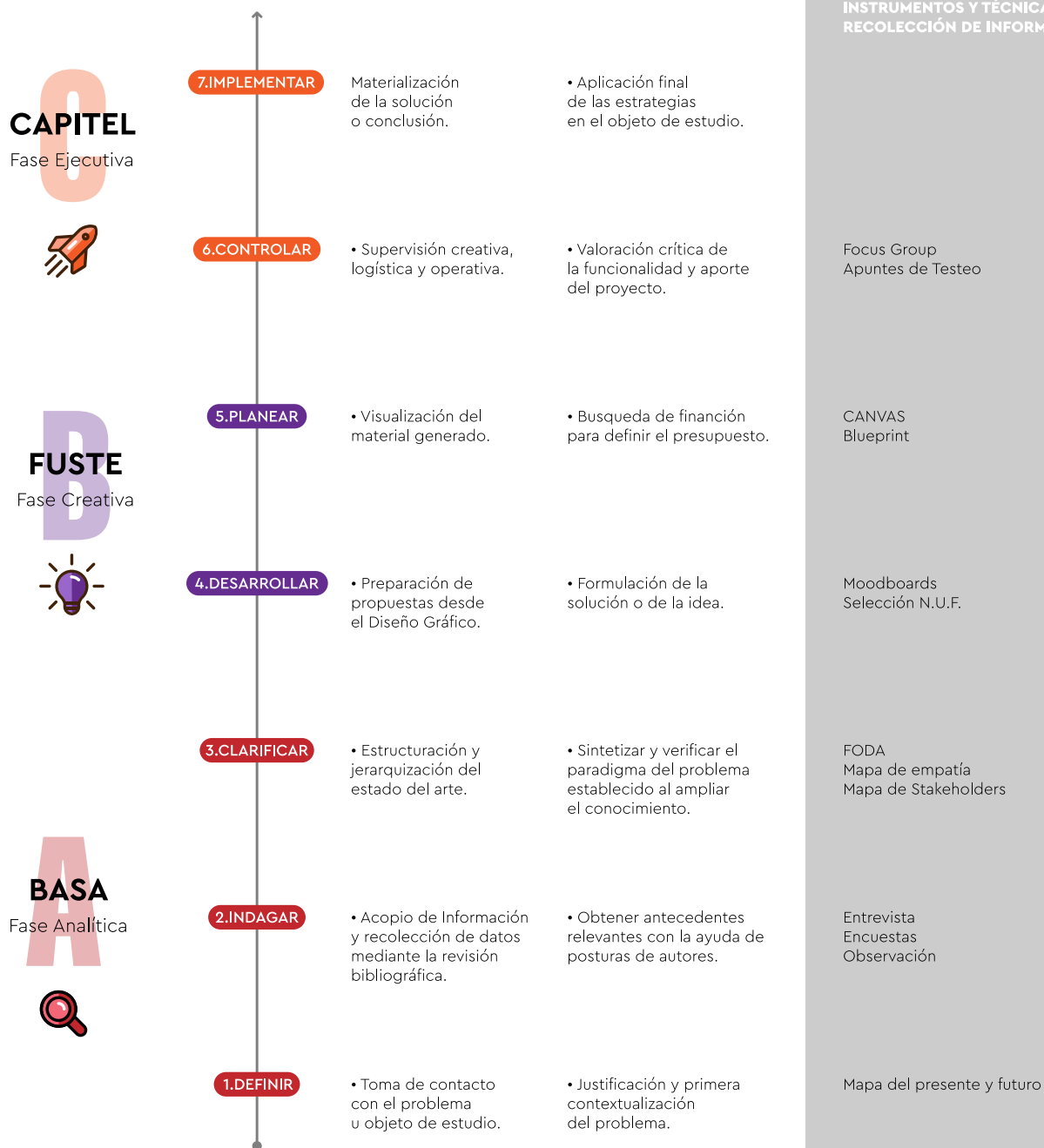
## COMUNIDAD INTENCIONAL:

Parece coincidencia pero este escenario está íntimamente conectado con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) donde uno de sus propósitos es como las comunidades y colectivos de nuestra sociedad tienen presente el valorar su mérito social, histórico y local, donde toma preponderancia el sentimiento generado por el arraigo a sus propias culturas y valores.

El comercio es uno de los grandes beneficiados ya que por esta influencia es cada vez mayor la conexión entre personas compradores o empresas creadores de productos o servicios que están juntos entre sí para colaborar y conseguir un bien común. Como ya se ha mencionado en capítulos anteriores el factor comunitario ha sido de gran importancia en la historia del objeto de estudio correspondiente a este proyecto, así que pueden tener una relación directa en alzar este tipo de valores y colaborar entre sí con el fin de promover muchos valores que incrementan el factor sociocultural que está implícito en nuestros territorios; apropiación o pertinencia son los primeros conceptos que se ven involucrados con la razón social de un producto turístico como por ejemplo un monumento nacional o un inmueble de interés social.



# Mapa Metodológico



## INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:

Patrimonio Cultural Inmueble - Turismo Sostenible  
Joan Costa - Bruce Archer





# **Metodología de Diseño Projectual**

**Descripción de Etapas - Resultados Metodológicos**



## **BASA: Fase Analítica**

1. Definir: esta fase consiste en entrar en contacto con el problema de investigación o el objeto de estudio, se genera la primera conceptualización del proyecto a abordar, cuál sería la justificación o el porqué de abarcar esa situación. El Mapa del presente y futuro en su mayoría se aplica con los usuarios y se delimita en una línea del tiempo como esta y como quisiera que este dicha incógnita.

2. Indagar: aquí se empieza la recolección de información desde la revisión bibliográfica, usuarios y expertos, en esta ocasión con más intensidad en el problema a resolver para conocer todos los datos disponibles.

3. Clarificar: en primer lugar se organiza el estado del arte ordenando y categorizando toda la información recolectada con el fin de evitar retrasos en los tiempos de entrega en fases posteriores al buscar algún dato, y a la vez se clarifica el problema en cuestión por si el paradigma ha cambiado, ampliado o reducido desde la primera toma de contacto hasta después de conocer la información.

## Ejecución de la Fase Analítica

Como se ha mencionado anteriormente en esta fase analítica, se intentara recolectar toda la información disponible desde la revisión bibliográfica con sus respectivas posturas de autores, la propia entrada o toma de contacto con el objeto de estudio y así fue, desde que se planteó este tema para la investigación, esta fase tuvo un gran recorrido y bastante duración ya que al ser un proyecto con una gran proyección y al tener tantos elementos implícitos que hasta ese momento no se conocían, era más que evidente que la toma de contacto, la recolección de datos y la cuestión de aterrizar las bases proyectuales iban a tomar más tiempo que lo demás por la sencilla razón de que sin tener claro el paradigma que se iba a manejar ni los elementos que se tomaron como inspiración y referencia, era prácticamente imposible arrancar ágilmente con otras etapas de las demás fases.

(Aclaración: La metodología creada para este proyecto fue creada a partir de los aportes de Joan Costa y Bruce Archer, lo que permitió que fuera un proceso metodológico libre y dinámico, es decir que según el tiempo y la ejecución de la investigación, el equipo de diseño/investigativo podía ir libremente desarrollando las etapas que mejor convenga según los datos que se van recolectando, aunque en el mapa metodológico muestre visualmente un camino lineal, solo tuvo propósitos conceptuales para su visualización, sin embargo no es necesario seguir etapa por etapa de manera secuencial ya que uno de los puntos fuertes de los autores es darle énfasis a obtener resultados con los recursos mínimos necesarios además del aporte de la perspectiva humana/equipos multidisciplinares, por esta razón se pudo ir generando un proceso a la par de varias partes a la vez, dicho en otras palabras tanto la investigación y los artefactos de diseño se iban ajustando mutuamente mientras se iban desarrollando paralelamente, lo que se conoce como Investigación/Creación, la teoría generada anteriormente fue puesta en consideración a partir de los avances de diseño)

Como se estaba mencionando se le dio importancia al acopio de información y recolección de datos para fundamentar el proyecto, esta fase tuvo su ejecución desde la integración al semillero Digráfico del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Cesmag, el cual los dos integrantes del presente proyecto formaron parte a partir de 5° semestre de su proceso de formación, es decir en el periodo 2019-B, a partir de ese momento se empezó a construir este proyecto de investigación y presentándolo a diferentes eventos investigativos a nivel institucional, regional, nacional e internacional (dichos encuentros se profundizaran en el capítulo 5: Resultados de Investigación) sin embargo también es importante mencionar el gran aporte y asesoramiento de los docentes encargados de los semilleros de investigación: Paula Murillo y Fernando Coral, quienes estuvieron presentes en este proceso de formación.

Dentro de los instrumentos y técnicas usados para esta fase analítica, se encuentran diversos mecanismos que fueron útiles para comprender y delimitar el paradigma con el que nos encontramos, a continuación se presentan sus aplicaciones junto a su respectiva interpretación como aporte al proyecto.







# Observación:

Este proceso fue esencial para la toma de contacto con la situación real del templo, el comportamiento de los feligreses, la actitud de la comunidad capuchina, el estado de su arquitectura y piezas artísticas, para finalmente ver que hace falta incrementar el tiempo de interacción entre el usuario y el templo.

## Observación/Protocolo

2. INDAGAR

## BASA

Fase Analítica

Propósito de la observación:		
La observación de Alta Resolución permite al observador la capacidad de registrar un fenómeno o evento dentro del comportamiento de los usuarios en un momento determinado del Templo de Santiago Apóstol y a través de ella comprender el comportamiento de los usuarios de alta resolución que se realiza a las 7:00 a.m.		
El propósito de esta observación de alta resolución es el propósito de investigar el comportamiento de los usuarios de alta resolución y el tiempo, comportamiento que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.		
Recursos para la recolección de información:		
Tipo de Recurso	Instrumento	Selección
Físicos	Guía de Observación	
	Libro de cheques	
	Lista de frecuencia	
	Lista de observación	
Información escrita	Registro Anecdótico	
	Cuestionario de Actitudes	
	Diario de Campo	
Recursos digitales	Fotografía	
	Cámara Fotográfica	
	Celular	

Selección de situaciones a observar						
Orden	Título	Matriz	Observación de situaciones			
			Observado	No observado	No observado	No observado
1	Algunos	M-F				
2	Algunos	M-F				
3	Algunos	M-F				
4	Algunos	M-F				
5	Algunos	M-F				
6	Algunos	M-F				
7	Algunos	M-F				
8	Algunos	M-F				

Descripción de situaciones	
Situación	Descripción
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.

Datos objetivos	
Situación	Datos a recoger
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.
Algunos	Algunos que observan el templo cuando se realiza el momento de la observación.

**Fecha:** 01/03/2023 - 02/03/2023 — (Día, hora y minuto)

**Proyecto:** BASA

**Situaciones observadas:** Observación de alta resolución

**Tipo de Público:** Observación de alta resolución

**Observaciones:**

**Instrucciones:**

Figura 20. MOBServación / Protocolo Fuente: Elaboración Propia

## Observación/Registro Anecdótico

2. INDAGAR

## BASA

Fase Analítica

Información	
<b>Ciudad/País:</b> San Juan de los Rios, Colombia	
<b>Lugar:</b> Templo de Santiago Apóstol	
<b>Evento de Observación:</b> Visita de identificación - Proyecto BASA	
<b>Objeto/Objeto de estudio:</b> Templo de Santiago Apóstol	
<b>Observación registrada en (texto, fotografías, video):</b> Fotografías y video	
<b>Evento:</b> Visita de identificación en el templo de Santiago Apóstol, a la hora de salida de las 7:00 a.m.	
<b>Fecha de inicio:</b> 01/03/2023 - 02/03/2023 <b>Hora de Finalización:</b> 02/03/2023 - 03:00 p.m.	
<b>Anotaciones:</b> Información observada.	
<b>Salida de Campo 1:</b> Salida del templo de Santiago Apóstol en la mañana del día de la observación de alta resolución.	
<b>Salida de Campo 2:</b> Salida del templo de Santiago Apóstol en la mañana del día de la observación de alta resolución.	
<b>Observar las acciones que normalmente se realizan en el templo de Santiago Apóstol, para observar el comportamiento de los usuarios de alta resolución.</b>	

Registro de la observación		
Orden	Descripción	Interpretación - Post Observación
1	La importancia de observar el comportamiento de los usuarios de alta resolución para el estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
2	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
3	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
4	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
5	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
6	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
7	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.
8	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.	El estudio de alta resolución y el registro de alta resolución que se realiza en el momento de la observación de alta resolución.

**Fecha:** 01/03/2023 - 02/03/2023 — (Día, hora y minuto)

**Proyecto:** BASA

**Situaciones observadas:** Observación de alta resolución

**Tipo de Público:** Observación de alta resolución

**Observaciones:**

**Instrucciones:**

Figura 21. Observación / Registro Fuente: Elaboración Propia

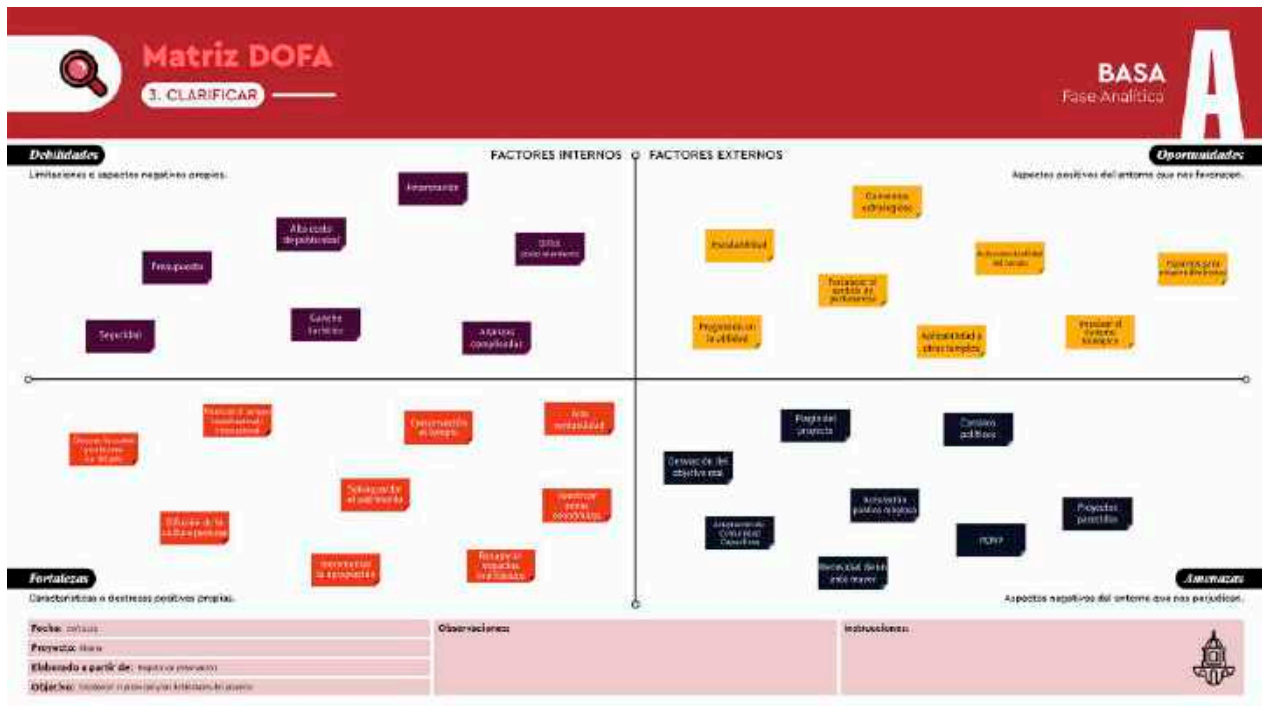


Figura 22. Matriz DOFA Fuente: Elaboración Propia

Figura 23. Mapa de Empatía Fuente: Elaboración Propia

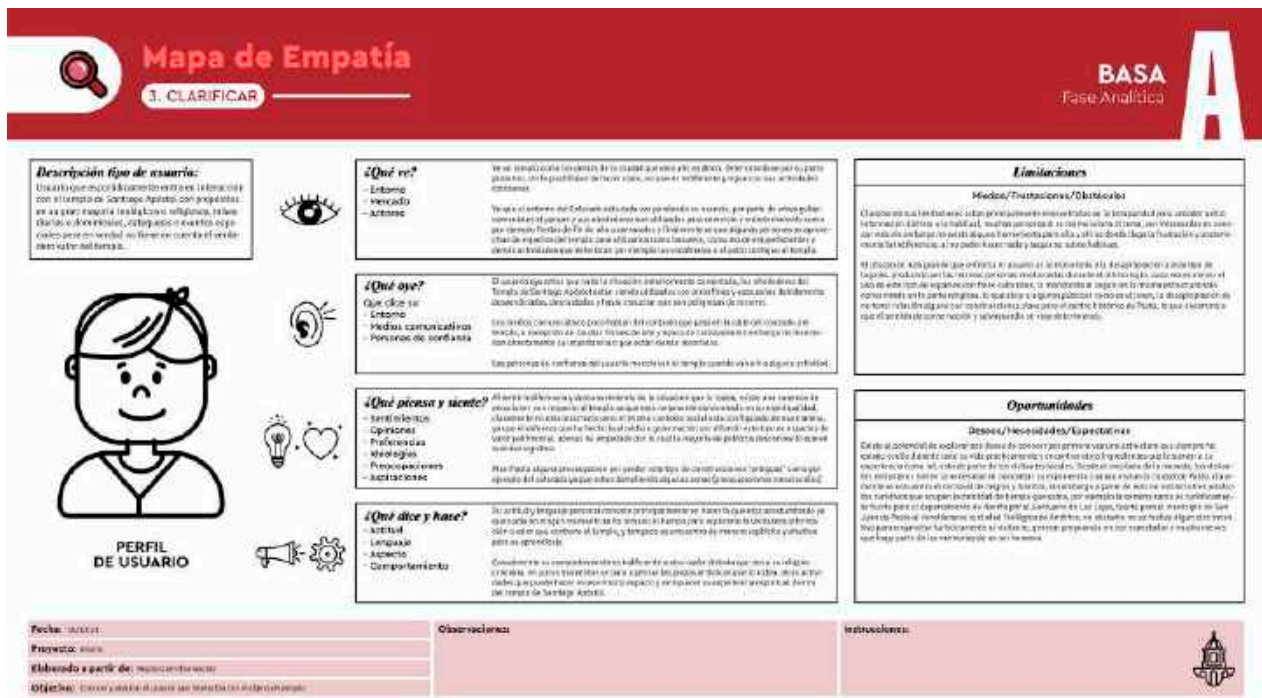




Figura 24. Mapa de Stakeholders Fuente: Elaboración Propia

## Matriz DOFA:

Su aplicación fue necesaria para conocer las falencias del proyecto que se pueden corregir más adelante, con un presupuesto establecido o la aprobación de ciertos entes involucrados, sin embargo existen un gran número de oportunidades y fortalezas que pueden potenciarse con la ejecución de los artefactos de diseño.

## Mapa de Empatía:

Conocer al usuario que está y estará en constante interacción con el templo es esencial para entender su comportamiento y deseos, de hecho fue interesante conocer que el único enfoque que tiene es el religioso, esto evidencia la clara necesidad de productos turísticos para el templo, sino el tiempo de interacción se vuelve aburrido y bastante corto. Se conocieron además otros sentires del usuario donde no se siente seguro por ejemplo en la plazoleta contigua del templo.

## Matriz Stakeholders:

Es evidente reconocer las entidades y agentes involucrados que tienen atención sobre un inmueble de interés social como lo es el Templo y de ahí saber los posible aliados para difundir el proyecto y hasta volverlo realidad para entes gubernamentales por ejemplo, y en cuanto a personas, fue necesario para segmentar la población y muestra del proyecto de investigación.



Figuras 25 - 28 Protocolos de Entrevista Fuente: Elaboración Propia

Fotografías 57 - 60 Frames Extraídos de Entrevistas Fuente: Elaboración propia



---

**Docente**  
**Fernando Coral Bustos**  
**Programa de Diseño Gráfico**  
**Universidad Cesmag**  
**2021**

**Ideas destacadas:**

- Templo oscuro
- Ahondar valores estético - formales
- Tejado colonial
- Empedrado característico
- Sentirse como pastusos

---

**Docente**  
**Amanda Arteaga**  
**Programa de Diseño Gráfico**  
**Universidad Cesmag**  
**2022**

**Ideas destacadas:**

- Invita a caminarlo
- Simbólico para la cultura
- Degustar comida típica
- Energía de poder
- Elementos pragmáticos
- Ascender al cielo
- Olor desagradable
- Asegurar

---

**Docente**  
**Holman Morales**  
**Programa de Arquitectura**  
**Universidad Cesmag**  
**2022**

**Ideas destacadas:**

- Icono del periodo republicano
- Se conserva poco de la época colonial
- Loma de la calle del colorado
- Símbolo urbano
- Reforzar ese carácter
- Aprovechar los bienes patrimoniales
- Elementos removibles
- Lugar de recogimiento / respeto

---

**Docente**  
**Jose Dueñas**  
**Programa de Diseño Gráfico**  
**Universidad Cesmag**  
**2022**

**Ideas destacadas:**

- Tener en cuenta la condición al aire libre de la plazoleta
- Rejas con intervención industrial de los elementos arquitectónicos.
- Posible mala aceptación de la comunidad al enrejar el templo.
- Diferentes metodologías para el diseño de servicio para turismo.





### **FUSTE: Fase Creativa**

4. Desarrollar: aquí el diseño entra en acción, a partir de la formulación de soluciones, ideas o artefactos de diseño que aporten al problema u objeto de estudio, se preparan las propuestas pertinentes para generar el primer panorama de diseño, esta etapa incluye toda la ejecución de un producto gráfico (referentes, bocetación, propuestas, artes finales)

5. Planear: teniendo en cuenta la etapa anterior, ya se tiene una base para planear la ejecución de esas estrategias como tal, se prepara un plan estratégico sobre como se pondrá en acción los mecanismos planteados, es decir que se da estructura, forma o fundamento a los resultados gráficos para que puedan aportar funcionalidad.

## Ejecución de la Fase Creativa

Con la información recolectada anteriormente ya es posible concretar la fase de diseño, igualmente es posible adelantar ciertos matices de estructura de estrategias y mecanismos viables para el proyecto porque igualmente es necesario por el tiempo disponible ir adelantando búsqueda de referentes, estado del arte será presentado más adelante, que genera el punto de partida suficiente para empezar a crear con una idea establecida.

Con la información segmentada el equipo de diseño, decide categorizar por prioridad o importancia los planes para la presentación de propuestas como prototipos que al fin y al cabo serán los artefactos de diseño respondiendo a necesidades puntuales y con el fin de buscar potenciar el simbolismo, cultura, turismo del propio templo.


En esta fase también hubo algunos filtros y etapas de ajuste para consolidar el mejor camino posible, el cual mejor favorezca al proyecto, a continuación se presentan algunas de las técnicas metodológicas que facilitaron el papel de evaluar las ideas planteadas, búsqueda de referentes, estructuración de plan de diseño y algunos artefactos, junto a una pequeña evaluación interna en la Universidad Cesmag.

A pesar de que la creación y concreción de los artefactos de diseño pertenecen a esta fase, serán presentados más adelante, no sin antes presentar otras secciones necesarias del capítulo del prototipado.



Fotografía 61. Selección y Evaluación de Propuestas 9º Semestre 2021B Fuente: Elaboración Propia

Figura 29. Selección N.U.F Fuente: Elaboración Propia

 <b>Selección N.U.F.</b> 4. DESARROLLAR		<b>FUSTE</b> Fase Creativa <b>B</b>			
Objeto/Estrategia/Artefacto de Diseño/Resultado	Descripción	Novedad	Utilidad	Factibilidad	Total
Branding	Desarrollo de la marca que representará el proyecto en el ámbito comercial y publicitario, de manera que agrupe en un mismo punto cada artefacto propuesto aquí, de manera gráfica y pueda ser expresado en distintos medios.	7	8	9	<b>24</b>
Diseño de Servicio - Cafetería y Tienda de Artesanías	El diseño del servicio que complementará el destino turístico como tal, acompañará a nivel de consumo y económico al proyecto para que el usuario o visitante tenga a su disposición un número mayor de actividades.	9	7	8	<b>24</b>
Turismo	Proponer la transformación del templo para que pueda evolucionar paralelamente como un símbolo religioso a la vez que turístico, que genere mayor cantidad de visitantes y mayor actividad económica.	5	7	6	<b>18</b>
Señalética	Generación del sistema señalético con el fin de apoyar los procesos internos que se llevarán a cabo en el templo, mejorando la orientación del usuario frente a su ubicación en los servicios ofrecidos y sus recorridos.	5	9	8	<b>22</b>
Museografía	Aporte investigativo y contenido del proyecto a generar un recorrido interno para observar el valor museográfico de las piezas artísticas que se encuentran en el interior del templo de Santiago Apóstol.	10	8	8	<b>26</b>
Publicidad - Estrategia de difusión	Universo gráfico y visual que sustentará la estrategia de la nominación y de difusión del proyecto con el fin de elaborar piezas gráficas y audiovisuales coherentes a la marca y la captación de usuarios.	5	7	8	<b>20</b>
Herramientas virtuales	Diseño web, diseño de una app, realidad aumentada, recorridos 360°, son todas aquellas herramientas tecnológicas que apoyará a diferentes artefactos para enriquecer la experiencia de usuario.	8	9	8	<b>25</b>

**Fecha:**


**Proyecto:**

**Desarrollado por:**

**Objetivo:**

**Observaciones:**

**Instrucciones:**



### Selección N.U.F:

En esta herramienta podemos seleccionar y puntuar las estrategias que se idearon en primera medida con el fin de conocer su potencial aporte al proyecto y al propio destino turístico, así que de manera cuantitativa podemos conocer por cuál estrategia optar y por cuál se podría reforzar o optar por otras opciones.

En este caso podemos observar que por ejemplo la museografía, el diseño de servicio o herramientas tecnológicas tendrán mayor prioridad que las demás ya que entregarán más resultados.

### Moodboards:

Después de un primer sesgo en cuanto a las estrategias que arroparán al proyecto y serán los resultados/artefactos de diseño de la presente investigación, se puede empezar a generar grupos de referencias en cuanto a resultados visuales o físicos en otros proyectos ya materializados con el fin de acercarnos a una idea más clara o tener un punto de referencia sobre lo que se puede generar, estos formatos sirven para extraer puntos positivos tanto en imágenes como en ideas clave.



**Moodboard** 4. DESARROLLAR

FUSTE Fase Creativa **B**



Datos Complementarios	
Título:	Aplicaciones - ALTARIA
Número del Moodboard:	03
Tutor/a de este Moodboard:	Estefanía de Aldeaniza
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	

Fecha: 04/11/2023

Proyecto: Altaria

Asociación de diseño: Aplicaciones de software

Objetivo: Identificar elementos para la creación de una aplicación de gestión

Observaciones:

Instrucciones:

**Moodboard** 4. DESARROLLAR

FUSTE Fase Creativa **B**



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	

**Moodboard** 4. DESARROLLAR

FUSTE Fase Creativa **B**



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	

**Moodboard** 4. DESARROLLAR

FUSTE Fase Creativa **B**



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	



Datos Complementarios	
Título:	
Número del Moodboard:	
Tutor/a de este Moodboard:	
Asociación clave:	
Fuente de imágenes con número de autor:	
Concepto o mensaje principal visualizado:	
¿Cómo se relaciona el Moodboard con el proyecto?	
Imágenes destacadas:	
Sección de colores y paleta de colores:	
Textos clave, palabras, palabras clave:	
Maneja un vocabulario de colores:	

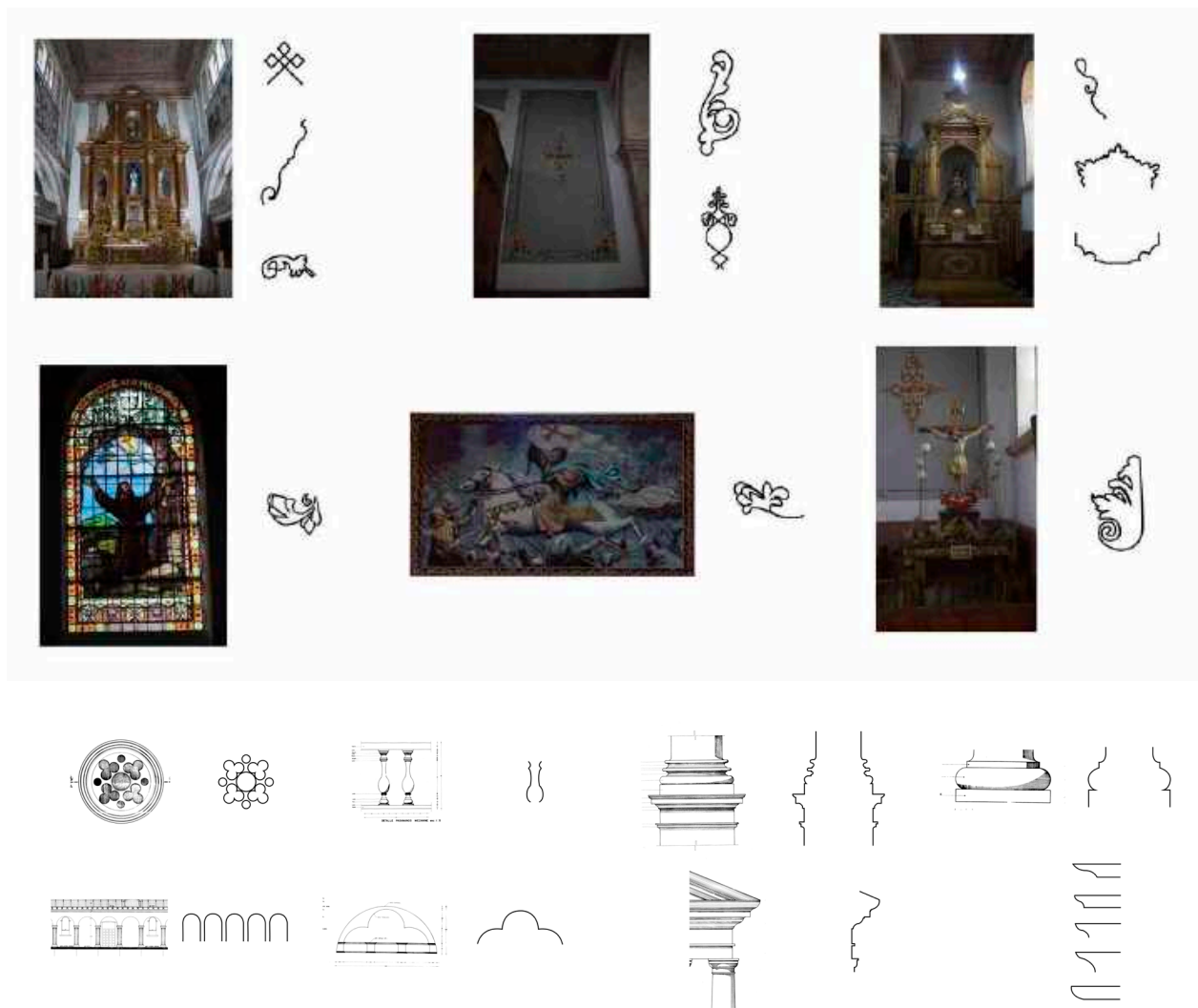
Figuras 30 - 36 Moodboards Fuente: Elaboración Propia



# Proceso creativo de Diseño

En esta parte se muestran algunos procesos previos que significaron parte del camino para llegar a los resultados descritos en este documento, cabe mencionar que el proyecto ha sido trabajado desde semilleros de investigación, así que tendrá un rumbo de exploración amplio.

Figuras 37 - 39 Extracciones Morfológicas Fuente: Elaboración Propia



Aquí se pueden observar algunas extracciones de piezas artísticas, remates de columnas o estructuras arquitectónicas junto también al proceso de selección cromática a través de la identificación de colores presentes en el mismo templo y las obras que contiene en su interior, esto con el fin de generar uniformidad gráfica con el proyecto de diseño integral establecido para el templo de Santiago Apóstol.

Figuras 40 - 46 Extracciones Cromáticas Fuente: Elaboración Propia



Figura 47. Exploración Tipográfica Fuente: Elaboración Propia

CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	<b>CUMBRE cumbre</b>	<b>ALTARIA altaria</b>	<b>COLORADO colorado</b>	<b>APÓFIGE apófige</b>
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige
CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige	CUMBRE cumbre	ALTARIA altaria	COLORADO colorado	APÓFIGE apófige

# Metodología Projectual

## Metodología Projectual

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

La búsqueda y selección tipográfica también es un proceso indispensable para plasmar el concepto del proyecto en una fuente, junto a eso también se desarrollo un análisis de compatibilidad, generando pruebas con el fin de clarificar si funcionaban bien juntas todas las tipografías seleccionadas.

En la conformación del logotipo también se desarrollaron versiones previas a la final, a partir de la tipografía seleccionada, esto se profundizará en el capítulo de prototipado sin embargo en este apartado, se pueden evidenciar de color amarillo la fuente original, de color rojo la primera versión rechazada por demasiado peso en su grosor junto a que no se detallaban terminaciones por ejemplo de las letras L, R y T, finalmente de color naranja la versión final del logotipo.



Figura 48. Versiones Logotipo Fuente: Elaboración Propia

Posterior al logotipo, evidentemente es necesario la construcción del isotipo o símbolo que iba a conformar la marca de Altaria, de igual manera se generaron distintos bocetos, ideas, conceptos y versiones, a continuación se muestran algunos de aquellos isotipos de prueba que fueron digitalizados.

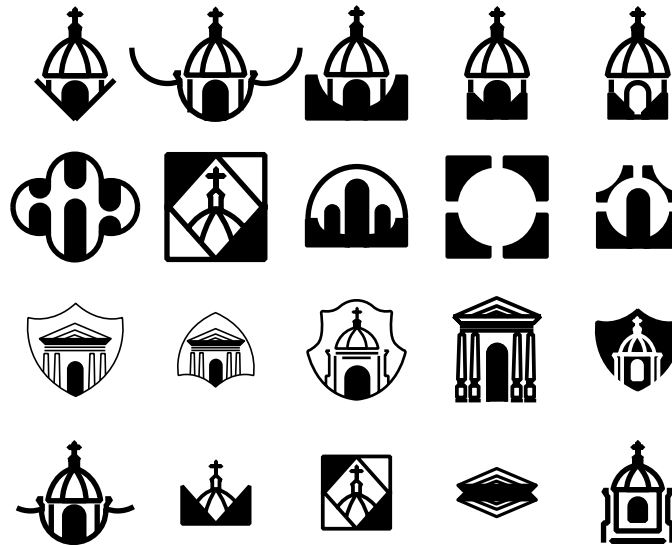


Figura 49. Digitalización de Isotipos Fuente: Elaboración Propia

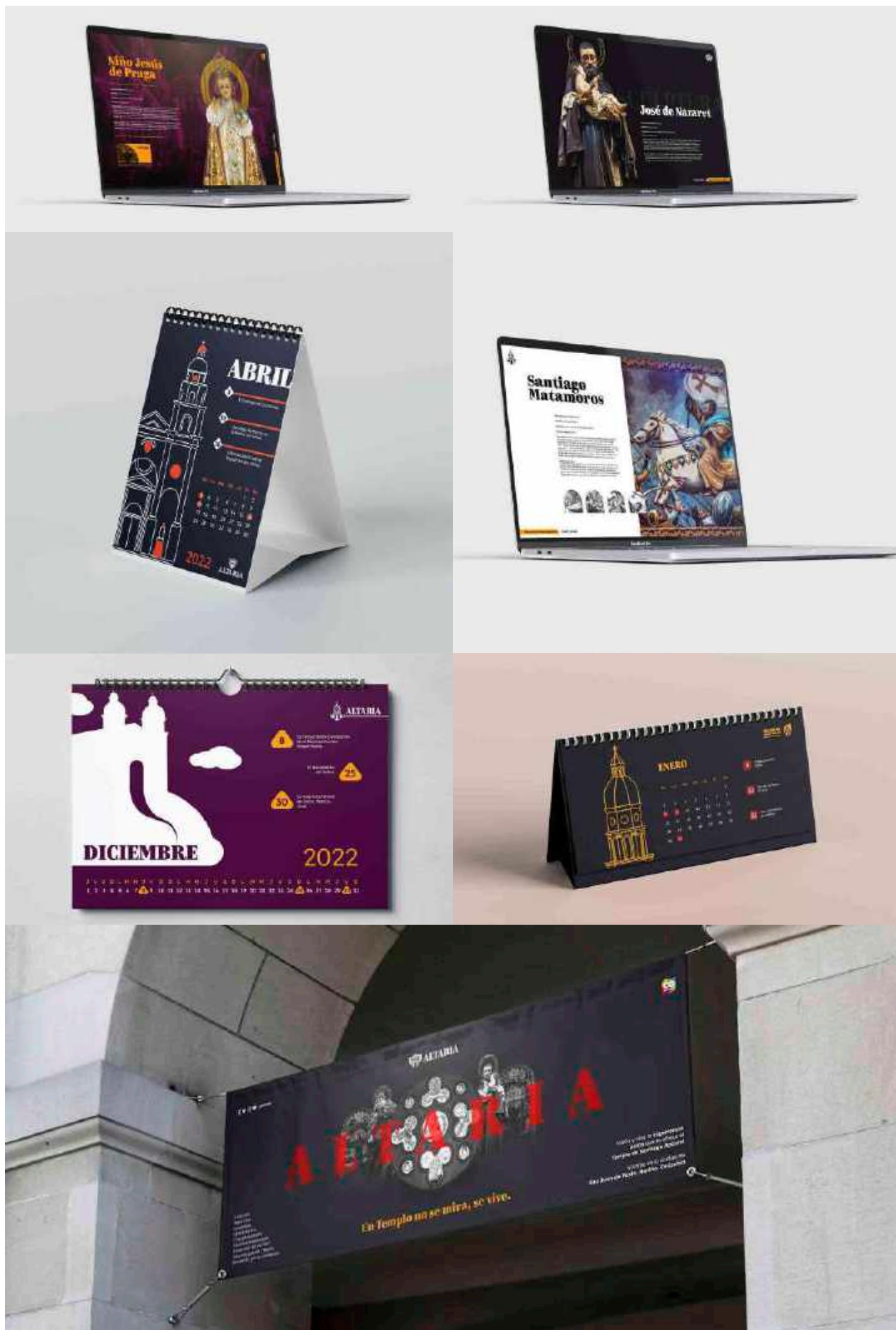
Después de esta recolección de posibles logotipos, fueron seleccionados 3 nominados finales que más se ajustaban en términos estéticos para la marca y claramente tenían gran significado con el quehacer conceptual del templo y proyecto.

Además de generar la marca completa con ellos, se los testeó en diversas aplicaciones del proyecto, con el fin de ver como se comportaban, tuvieron pruebas de impresión y finalmente teniendo en cuenta la retroalimentación de compañeros y compañeras de nuestro semestre se logró definir la marca de Altaria.



Figura 50. Isotipos finalistas y seleccionado Fuente: Elaboración Propia

Figuras 51 - 57 Aplicación de isotipos - Parte 1 Fuente: Elaboración Propia



Complementando el proceso dicho anteriormente, las aplicaciones mencionadas fueron estas, que extraían ciertos artefactos de diseño del proyecto con el fin de testear el funcionamiento de estas marcas, en términos de reducciones, compatibilidad, función, flexibilidad, etc.

Sin embargo hemos desarrollado una bitácora que profundiza este proceso creativo, resumido en un formato cosido, que guarda aquellos detalles clave detrás del bocetaje y exploración de las opciones más adecuadas para este proyecto, con el propósito de que quede constancia de la formulación y formalización de la solución, este libro se podrá observar en la socialización del proyecto, en la mesa de resultados.

Figuras 58 - 62 Aplicación de isotipos - Parte 2 Fuente: Elaboración Propia



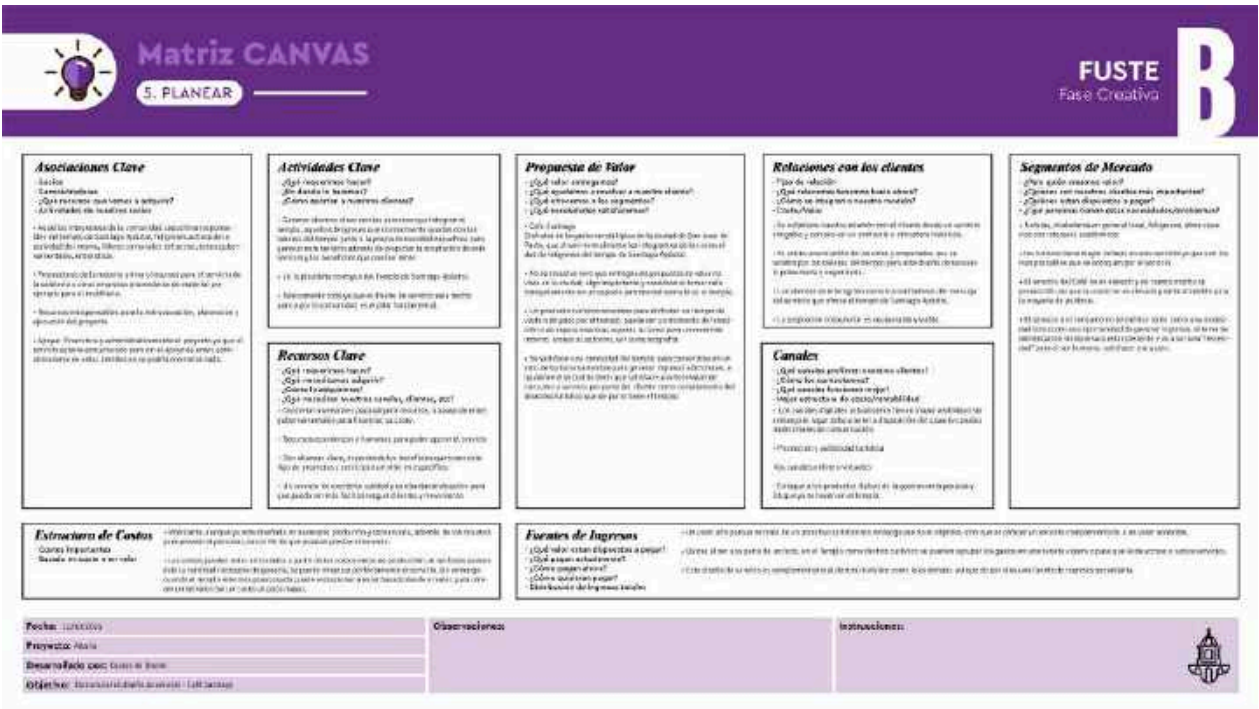


Figura 63. Matriz Canvas Fuente: Elaboración Propia

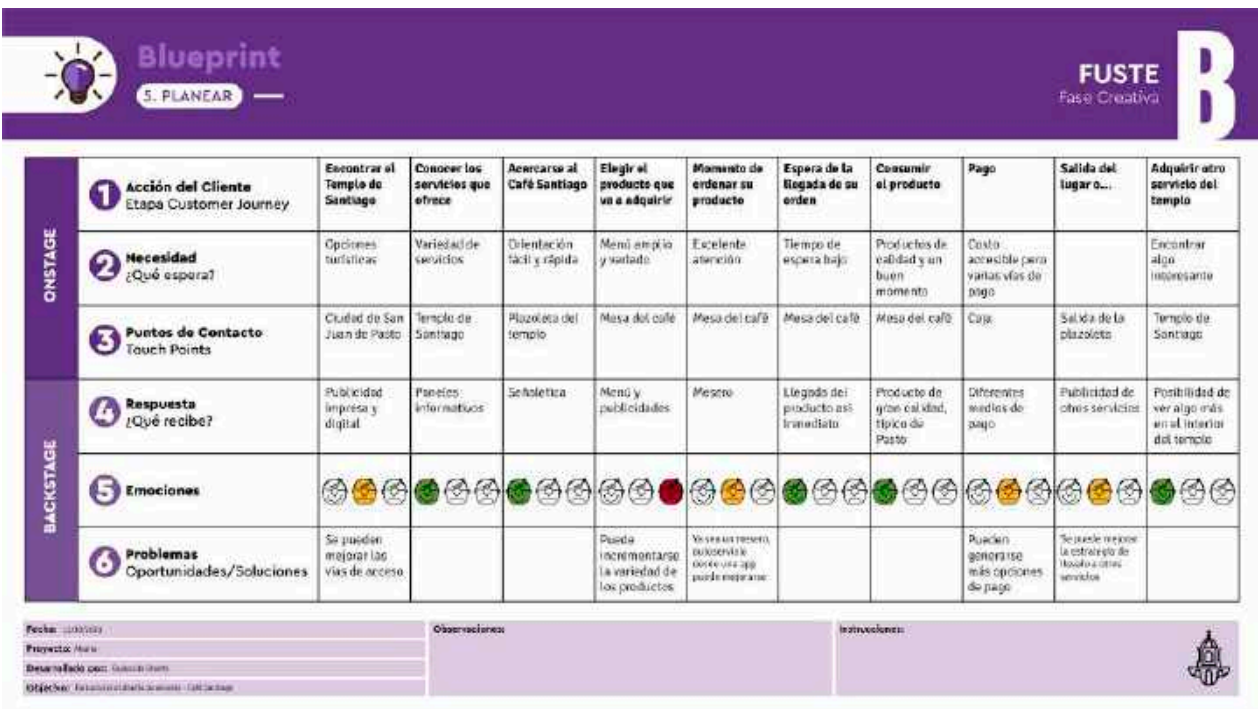


Figura 64. Blueprint Fuente: Elaboración Propia



## **Matriz CANVAS:**

Esta matriz es esencial para el diseño de servicio, con el fin de articular todos los medios implicados para su estructura y funcionamiento, esto empieza a rozar los términos de Gerencia de Diseño, ya que el diseño no entra en acción solamente en la parte creativa y gráfico sino que también se involucra en los aspectos administrativos y funcionales de un servicio.

En este caso el servicio al que se le aplicó dicha metodología es el Cafe Santiago, sin embargo claramente se profundizará en la sección de los artefactos de diseño, pero es bastante importante recalcar su estructura como una organización independiente o digamos una empresa ya que tiene sus propios mecanismos de ingresos o captación de clientes que sin esta matriz no se pudieran concebir.

En este proceso se afirma que se pudo encontrar aspectos clave que hay que potenciar como los productos de la gastronomía típica de la ciudad, el espacio donde estaría establecido: Plaza contigua del Templo de Santiago Apóstol y también el transfondo que esta diseñado para proporcionar el medio necesario para incrementar las ventas que hacen las feligreses que conforman el Templo, no obstante existen otras características que hay que manejar previsiblemente para fortalecerlo.

## **Blueprint:**

Tiene semejanzas con el Customer Journey Map y de hecho lo integra sin embargo el blueprint es un mecanismo que genera ciertas etapas del cliente en interacción con un servicio, en ellas se pueden identificar tanto la expectativa como la realidad de todo ese camino, para poder observar los puntos fuertes y débiles de la cadena mencionada.

Es importante mencionar que igualmente esta herramienta sirve para planear los artefactos de diseño que se idearon al principio de la fase y poder ajustarlos y mejorarlos planeando su funcionamiento, en esta parte volvemos a la investigación creación ya que se esta creando nuevo conocimiento en la interrelación de las mismas partes de un proyecto, así que tanto los resultados metodológicos están influenciando a los teóricos y los gráficos con el objetivo de que se superen mutuamente.

En esta etapa se ha podido reconocer que pueden mejorar ciertas secciones de automatización del servicio por ejemplo o también incrementar la funcionalidad por ejemplo de pagos, variedad de productos, atención al cliente o el nexo del servicio con la parte turística de los otros artefactos, en las otras etapas del consumidor se puede decir que están bien formuladas y aplican en el público seleccionado.



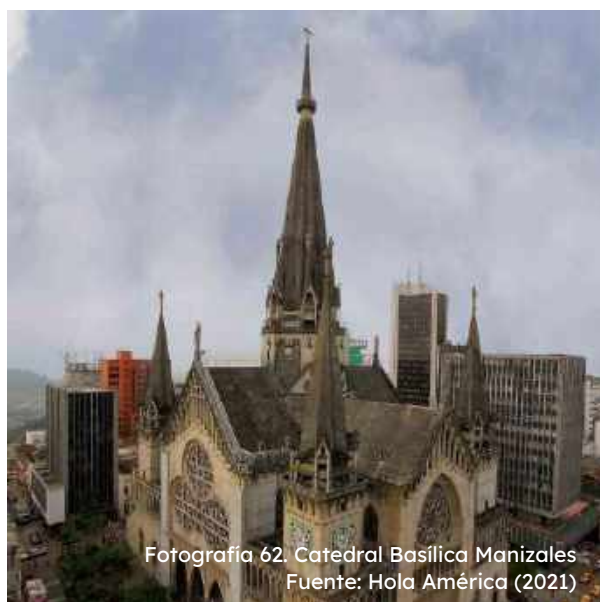
# Estado del Arte

## REFERENTES DIRECTOS:

En esta categoría se encuentran los dos referentes que se habían mencionado anteriormente en el capítulo de Turismo Sostenible, por su gran similitud en su estructura, objetivos y lugar en el cuál estan establecidos. Así que no se profundizarán en este momento, solo se mencionarán.

1

### Catedral Basílica Metropolitana de Nuestra Señora del Rosario



Fotografía 62. Catedral Basílica Manizales  
Fuente: Hola América (2021)

- 📍 Nacional
- 📍 Manizales, Colombia
- 🔗 <https://rutasdelpaisajeculturalcafetero.com/que-hacer-atractivos/catedral-basilica-de-nuestra-senora-del-rosario-de-manizales/>
- 📖 Tiene un rosetón que evoca a la virgen del Rosario, un corredor polaco el cual se ubica en la parte superior de la torre central este ofrece una vista panorámica de la ciudad, también cuenta con vitrales, arcos, y cuenta con una cafetería.

2

### Basílica del Sagrado Corazón de Jesús - El Voto Nacional



Fotografía 63. Basílica del Voto Nacional  
Fuente: Travelombia (2014)

- 📍 Internacional
- 📍 Quito, Ecuador
- 🔗 <https://guias-viajar.com/ecuador/quito-basilica-nacional/>
- 📖 Tiene una planta, nave puertas de madera con forro de latón repujado, nichos, campanario donde la más grande pesa 8 quilates, transepto, vitrales, crucero, rosetones, figuras antropomorfas, estatuas, torres de metros, una fachada donde se aprecia una escultura de la Virgen María, y una cafetería para poder observar la ciudad.

## REFERENTES INDIRECTOS:

En esta categoría se encuentran varios referentes de ámbito nacional e internacional que poseen algunos rasgos semejantes con este proyecto y son un punto de referencia para su funcionamiento y ejecución por ejemplo y a la vez han sido un camino a seguir a la hora de tomar decisiones por estar en el mismo segmento.

### 3

## Museo Taminango



Fotografía 64. Museo Taminango  
Fuente: Situr Nariño (s.f.)



Fotografía 65. Museo Taminango  
Fuente: Situr Nariño (s.f.)

📍 Local

📍 Pasto, Colombia

🌐 <https://museotaminango.com/>

📖 El museo Taminango se encuentra ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto, Nariño, se convirtió en museo el 14 de julio de 1989, es un complejo arquitectónico construido de elementos típicos del siglo XVII, con un estilo colonial que remonta al siglo 1623.

Fue declarada monumento nacional, alberga muestras del costumbrismo regional, tiene una herrería, una paileria, un molino de piedra que funciona por acción de corriente hidráulica, se encuentra una imprenta con tipos griegos y en sus jardines internos existen cultivos de plantas de medicina tradicional de Nariño.

# 4 Casa Museo Quinta de Bolívar



Fotografía 66. Vista Frontal Quinta de Bolívar  
Fuente: Rutas Trazadas (2017)



Fotografía 67. Entrada Quinta de Bolívar  
Fuente: Restrepo Acosta (2010)



Fotografía 68. Interior Quinta de Bolívar  
Fuente: Mreyen (s.f.)

📍 Nacional  
 📍 Bogotá, Colombia  
 🌐 <http://www.quintadebolivar.gov.co/Paginas/iniciodefault.asp>

📖 La Casa Museo Quinta de Bolívar se encuentra ubicada en Bogotá en la localidad de Santa Fé, y es donde se alojó Bolívar durante 423 días, en 1975 fue declarada monumento nacional, y se inauguró el 28 de noviembre de 1919.

Tiene alrededor de 3650 obras del libertador Bolívar, además de esto alberga pinturas de caballete, fotografías, documentos, libros miniatura, monedas, medallas, indumentaria, armas, mobiliario y objetos de vida cotidiana.

## 5

## Palacio Presidencial de Quito



Fotografía 69. Vista Aérea Palacio Presidencial Fuente: Presidencia de la República del Ecuador (s.f.)



Fotografía 70. Interior Palacio Presidencial Fuente: ElEnfoque (2017)



Fotografía 71. Interior Museo Palacio Presidencial Fuente: ElEnfoque (2017)

📍 Internacional  
 📍 Quito, Ecuador  
 🔗 <https://www.presidencia.gob.ec/visitas-guiadas/https://www.ecuador-turistico.com/2017/06/turismo-en-el-palacio-de-carondelet.html>

📌 Palacio de Carondelet se encuentra ubicada en Quito, Ecuador, es la sede del gobierno de la república, se ubica en la época colonial en el año de 1570, es una de las casas reales de Ecuador, tiene 80 metros de lado a lado, lo que suma 6,400 metros de superficie.

Ha sido considerado patrimonio cultural y dio apertura al público, en el primer piso se encuentra los patios norte y sur, las escaleras de honor, en el segundo piso se encuentra el salón de gabinetes, gabinete del secretario, salón de banquetes, oratorio, salón amarillo o de presidentes, gabinete Manuela Saenz, despacho presidencial y en el tercer piso se encuentra la residencia presidencial de Ecuador.

## 6 Museo Iglesia de Santa Clara



Fotografía 72. Vista Lateral Iglesia Santa Clara  
Fuente: Elaboración propia



Fotografía 73. Interior Iglesia Museo Santa Clara  
Fuente: Comisión Filmica de Bogotá (s.f.)



Fotografía 74. Interior Iglesia Museo Santa Clara Fuente: Lafaurie (2018)

📍 Nacional  
📍 Bogotá, Colombia  
🔗 <http://www.museoscolombianos.gov.co/museos-del-ministerio-de-cultura/museo-santa-clara/Paginas/default.aspx>

📖 La historia del Museo Santa Clara recorre más de 360 años desde su construcción en 1647. La Iglesia y el convento de las monjas clarisas fueron testigos de todos los acontecimientos históricos de la nación y en 1983 es entregada como Museo.

El Museo Santa Clara es una institución de carácter público cuyo objetivo es investigar, conservar, divulgar y exhibir los procesos culturales de los siglos XVI, XVII y XVIII, en perspectiva de la construcción de la identidad de los colombianos.

El Museo conserva la decoración original de la iglesia compuesta por retablos barrocos, pinturas al óleo del siglo XVII y XVIII, imágenes de bulto estofadas y policromadas, pintura mural y celosías mudéjares. En total son más de 140 piezas, sin contar la rica pintura mural y el embovedado, con más de 950 flores de cinco hojas – pentafolias – talladas en madera y recubiertas en laminilla de oro. Es por ello que es considerada una de las más importantes joyas arquitectónicas y artísticas del periodo colonial del país.

## REFERENTES VISUALES:

En esta categoría se encuentran varios referentes de ámbito nacional e internacional que poseen algunos rasgos semejantes con este proyecto y son un punto de referencia para su funcionamiento y ejecución por ejemplo y a la vez han sido un camino a seguir a la hora de tomar decisiones por estar en el mismo segmento.

## 7 Paris Convention and Visitors Bureau

Figura 65. Marca Paris Fuente: Graphéine (2016)



Figura 66. Construcción Marca Fuente: Graphéine (2016)

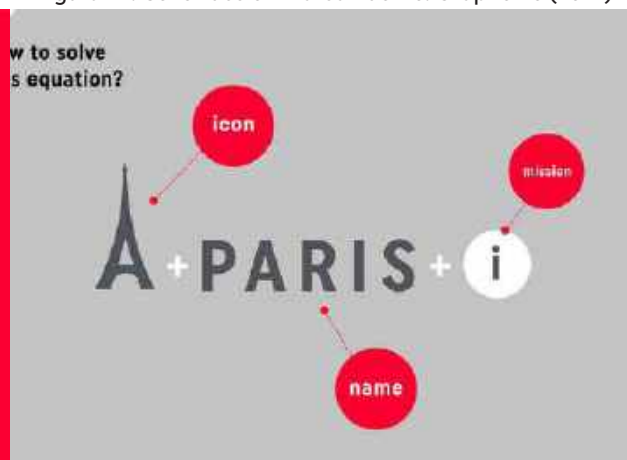


Figura 67. Aplicaciones Fuente: Graphéine (2016)

Figura 68. Marca en físico Fuente: Graphéine (2016)

Marca de la oficina de visitantes y convenciones de París, se creó en 1971 y necesitó un rediseño actualmente en el año de 2016 para mejorar su comunicación en general e incrementar sus mensajes de acoger a visitantes extranjeros, informar al público y promover el destino de París dentro y fuera de Francia.

Logotipo e ilustraciones minimalistas, marca centrada en el apartado turístico, paleta cromática inspirada en París, trabajo editorial en diversos formatos impresos, gran trabajo fotográfico e ilustrativo, creación de personajes.

# 8 Saint Etienne Opera House

Figura 69. Marca Opera Fuente: Graphéine (2015)



Figura 71. Publicidad Fuente: Graphéine (2015)



Figura 70. Papelería Fuente: Graphéine (2015)



Figura 72. Diseño Editorial Fuente: Graphéine (2015)

Desde el 2015 el Opera House de Saint Etienne se ha posicionado entre los grandes teatros de ópera franceses, recibe casi 100.000 espectadores al año, puede producir más de 300 shows de diferentes tipos, tiene una estructura que facilita la escenografía y el vestuario, se inauguro en 1969.

Identidad visual carismática pero profesional, excelente trabajo tipográfico, patrones geométricos, animación, paleta cromática, recursos publicitarios y editoriales.





## 9

## Pasto Capital del Sur

Figura 73. Marca Ciudad Pasto Fuente: Mumu (2017)

Pasto. CAPITAL  
TURÍSTICA  
DEL SUR



Figura 74. Pictograma Fuente: Mumu (2017)

Figura 75. Aplicaciones Fuente: Mumu (2017)



Figura 76. Aplicaciones Fuente: Mumu (2017)

Pasto desde la premisa darle a la ciudad lo que merece, ser destacada y valorada en Colombia, el estudio mumu creó esta marca e identidad con aspectos claves de la región, para generar un logo más moderno, diferente y auténtico, el mensaje de este proyecto es que Pasto sea reconocida como una experiencia y no como un destino.

Intima justificación conceptual e inspiración en el objeto de estudio, patrones geométricos y cromáticos, tipografía, set pictográfico, aplicaciones.



# 10 Teatro Cervantes

Figura 77. Marca Teatro Fuente: Kaminsky (2018)



Figura 79. Página Web Fuente: Kaminsky (2018)



Figura 78. Piezas impresas Fuente: Kaminsky (2018)



Figura 80. Aplicación Fuente: Kaminsky (2018)



El teatro nacional Cervantes es uno de los monumentos históricos nacionales de Argentina, tiene un estilo arquitectónico barroco español, el proyecto visual fue creado por Mariel Kaminsky, consiste en la creación de identidad para un teatro local.

Excelente trabajo de identidad de marca, logotipo, símbolo identificador, patrones con formas geométricas, paleta cromática, fotografías duotomales, aplicaciones editoriales y publicitarias, copy.



## REFERENTES COMERCIALES:

En esta categoría se encuentran varios referentes de ámbito nacional e internacional que poseen algunos rasgos semejantes con este proyecto y son un punto de referencia para su funcionamiento y ejecución por ejemplo y a la vez han sido un camino a seguir a la hora de tomar decisiones por estar en el mismo segmento.

11

Cafe Tazzioli

Fotografía 75. Cafe Tazzioli Fuente: COTELCO (s.f.)



Espacio de encuentro para todos al aire libre y ubicados en una de las terrazas de nuestra Catedral Basílica de Manizales. Ofrecemos bebidas a base de café, calientes, frías y pastelería. Tour hacia el corredor polaco.

Referente directo de la parte comercial y/o de servicio que se puede ofrecer en nuestro proyecto, ya que está ligado íntimamente con la Basílica de Nuestra Señora del Rosario y posee elementos de referencia en la historia de su construcción conjunta que su propósito como tal es magnificar el turismo en este lugar.

Cafe Café Museo La Palma

12

Fotografía 76. Café La Palma Fuente: España (2022)



El café museo la Palma, está ubicado en el Museo Juan Lorenzo Lucero en la ciudad de San Juan de Pasto, en sus productos encontramos el café orgánico Villa Loyola, tuvo su apertura el 25 de febrero de 2022.

Esta dentro de un espacio en una edificación colonial, junto a su mobiliario típico de la ciudad y de esa época, posee variados productos de café acompañando con algunas comidas de la gastronomía típica de la ciudad.



### REFERENTES DE INTERCAMBIO CULTURAL:

En esta categoría se encuentran dos excelentes referentes proporcionados por Ramón Ortega, que aportan el eje necesario para entender como se aplicaría la interacción dentro de un espacio como es la plaza del templo, en complementación de la estrategia integral de turismo.

## 13 Día de la Asunción o Ferragosto

Fotografía 77. Italian street festival Fuente: Hayes (2019)



Cada 15 de Agosto se celebra este día en el que abunda la comida regional, conjunto al verano en Italia se disfrutan festivales, cargados de música autóctona y bailes tradicionales. Esta celebración significa un gran movimiento turístico para el país ya que se siguen celebrando otras actividades religiosas y tradicionales.

Suele ir acompañada de éxodos masivo hacia lugares de playa o montaña. Su nombre deriva de la locución latina Feriae Augusti (vacaciones de Augusto) ya que el emperador Augusto estableció esta festividad en el 18 a.C. en el fin de las labores agrícolas, a la vez que coincide con la asunción de la Virgen María a los cielos.

## 14 Plaza de Yamaa el Fna

Fotografía 78. Plaza de Yamaa el Fna Fuente: Mattos(s.f.)



La plaza de Yamaa el Fna es el lugar más famoso de la ciudad Marrakech, ubicada en Marruecos, cerca a la mezquita Kutubía, es una plaza de grandes dimensiones, rodeada de cafés y restaurantes, sin embargo en su interior esta repleto de zocos donde miles de personas encuentran un espacio lleno de color, cultura y negocio.

Se pueden encontrar contadores de cuentos, maestros, encantadores de serpientes, danzantes, vendedores de zumos de fruta, acróbatas, escritores de cartas, un infinito número de actividades. Los puestos de comida cierran la actividad de la plaza en la noche que queda iluminada por cientos de luces blancas incandescentes e inundada de humo con multitud de olores.



# CAPITEL

Fase Ejecutiva



## CAPITEL: Fase Ejecutiva

6. Controlar: en esta etapa el diseño pasa a ser gerencial donde se supervisa las tareas del equipo de diseño, con el fin de mejorar o ajustar las estrategias trazadas, paralelamente esta sección sirve para testear su funcionamiento con grupos focales o directamente el usuario, dependiendo de su funcionalidad y aporte al proyecto se harán las correcciones necesarias.

7. Implementar: finalmente se puede hablar de formalizar lo que se ha venido construyendo, con todas etapas de control y planeación, el proyecto está listo para ser implementado o por lo menos para ser producido, ya que se tiene los artes completos y ajustados a las necesidades del contexto.

## Ejecución de la Fase Ejecutiva

Se planteó esta etapa en primera medida para que sea la culminación de un proyecto con estas características sin embargo no fue posible realizar un testeo puesto que los diseño no estaban desarrollados en su totalidad, razón por la cual se decidió generar montajes del orden proyectual lo que quizás provocaría un desfase si se lo aplicara realmente. La razón de no tener la posibilidad de los artefactos de diseño completamente se debe a que un proyecto de esta escala normalmente se lleva a la realidad con un músculo financiero mayor como un ente gubernamental ya que está involucrado un lugar turístico articulado desde el centro histórico de Pasto declarado como bien patrimonial y/o una inmueble de interés social. Junto a esta razón como se evidencia en páginas posteriores, los artefactos de diseño que como tal ya es un número superior al promedio, sumándolo que cada uno tiene importantes aplicaciones que van desde impresión de diferentes piezas gráficas hasta la producción e implementación de artefactos industriales y arquitectónicos cerrando la posibilidad de que real y físicamente se pueda probar su funcionamiento en un proyecto de pregrado.

En esta fase se habían propuesto 2 técnicas que funcionan perfectamente para los fines de estas etapas de control e implementación, que son los Focus Groups y los Apuntes de Testeo que por lo mencionado anteriormente, solo quedan planteadas en la ruta metodológica, sin embargo posteriormente de la presentación de los artefactos de diseño, se han adecuado algunos indicadores de efectividad para medir cualitativamente las reacciones y opiniones de la muestra de este proyecto a partir de la Escala de Afecto Positivo y Afecto Negativo (PANAS).



Figura 81. Focus Group Fuente: Elaboración Propia



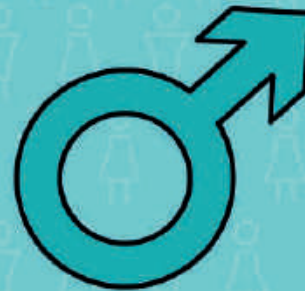
Figura 82. Apuntes de Testeo Fuente: Elaboración Propia



# Caracterización de usuario



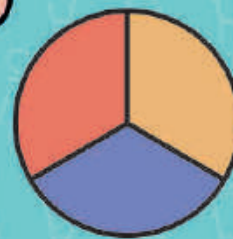
## Genero



Masculino



Femenino



## Edad

-  Feligreses  
40 - 80
-  Estudiantes  
19 - 30
-  Turistas  
30 - 45

Español/Ingles

1. ¿Habla español?
2. Do you speak english?

## Idioma



# Interés



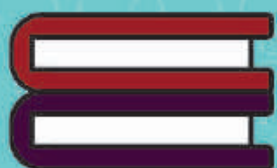
## Religioso

Provoca un interés.



## Turístico

Aporta un servicio



## Académico

Para estudiantes y docentes



## Estatus

Medio - Alto



## Histórico

Interés en:  
Navidad negra,  
sismos, otros.



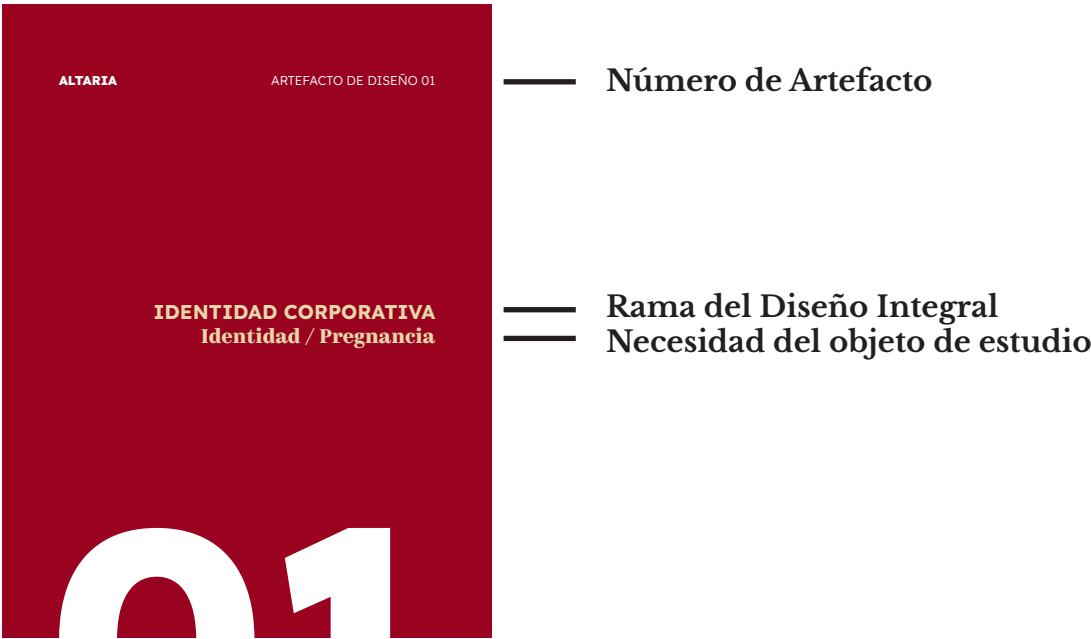
## Ubicación

Cra. 12 #22-16.  
Pasto, Nariño.  
Colombia.



# Arquitectura de Creación Artefactos de Diseño

Con el fin de introducir los artefactos de diseño que se van a mostrar a continuación, es necesario recalcar algunos puntos para su mejor visualización, además de conocer la justificación que está detrás de ellos, ya que cada uno está respondiendo una necesidad específica del proyecto; toda esta estructuración ha sido planteada desde el cumplimiento de algunos objetivos específicos donde se planteaba el conocer e interpretar la teoría de diversos autores en cuanto a las disciplinas mencionadas en los 3 capítulos anteriores a este para que finalmente en el capítulo presente, se teorice a partir del diseño la concepción de aquellos artefactos, herramientas o mecanismos que harán posible la obtención de soluciones viables para resolver o potenciar características que presenta el objeto de estudio.



Ya de forma interna en cada artefacto de diseño con el fin de mejorar la comprensión e intesión de dicha estrategia planteada, todos los artefactos tiene una estructura en común: Necesidad - Descripción - Propósito - Resultado. Los cuáles permiten asegurar la unidad visual de la estrategia de comunicación.

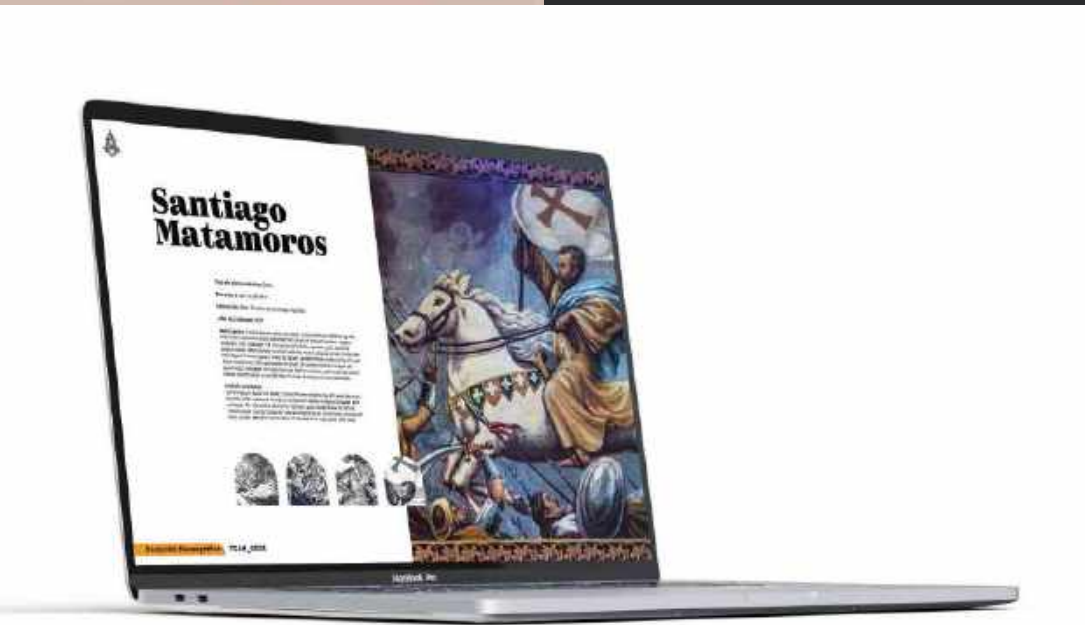


Figura 83. Previsualización Artefactos de diseño Altaria Fuente: Elaboración Propia

**ALTARIA**

ARTEFACTO DE DISEÑO 01

**IDENTIDAD CORPORATIVA**  
**Identidad / *Pregnancia***

**01**

# Identidad Corporativa

## **Necesidad:**

A partir de la necesidad básica de cualquier lugar, empresa u organización, en un lugar turístico toma mucho más relevancia el papel de identificarse y ser pregonante ante sus públicos y otros agentes interesados de sus actividades, servicios o productos, por esta razón, la identidad corporativa es una disciplina que aporta directamente estos parámetros de reconocimiento e identificación en un plano de la sociedad, contribuyendo francos elementos que permitan la exploración de las características formales y conceptuales que forman parte de un hecho específico, en este caso se ha aplicado para el Templo de Santiago Apóstol.

## **Descripción:**

La identidad corporativa realizada para este lugar turístico ha sido ajustado a partir de las necesidades de diferenciación del templo en un carácter local, departamental y nacional y hasta internacional, e inspirado a partir de las propias tipologías arquitectónicas y artísticas que hacen parte de la concepción de este sitio, así que la marca generada y mostrada a continuación es parte del primer artefacto de diseño que hará posible una serie de objetivos trazados que aporten al valor del templo.

## **Propósito:**

El objetivo a conseguir con esta identidad corporativa es lograr formalizar una marca para el proyecto que logre identificar al Templo de Santiago Apóstol y sus potenciales características como un lugar de turismo sostenible bastante sólido y atractivo para turistas, claro está una marca que tenga la capacidad de arropar o uniformar los productos turísticos que se han construido alrededor del mismo, con el fin de que se entienda entre líneas, que servicios o productos están anclados bajo el; la concepción de esta marca genera la posibilidad de provocar mayor pregnancia o recordación ante los cientos de usuarios de la ciudad que pasan por el lugar junto a los potenciales turistas, de manera que se transmita un mensaje diferente a lo que comúnmente se denomina al parque y templo que habitan la Calle del Colorado, ya que ha tenido algunas percepciones negativas en cuanto al peligro, olor o consumo de sustancias psicoactivas cerca del templo, en esta línea de ideas, la marca a primera vista y en cualquier presentación/formato estará comunicando una serie de reacciones y valores positivos que se mencionarán a continuación.

## **Resultado:**



## NAMING

Se consolidó un proceso del nombre a través de un naming exhaustivo como se puede observar en la Figura 84, para llegar al resultado final:



Altaria surgió de la búsqueda de términos de la arquitectura del Templo de Santiago Apóstol en latín, ¿Porque en Latín? Este idioma tiene una profunda conexión con el nombramiento de conceptos en la arquitectura y la religión, dada esa conexión se optó por ese concepto.

La palabra que traduce Altaria en español es retablos, elemento igualmente esencial y característico de la arquitectura y construcción del templo.

Se consolidó un nombre sonoro con un transfondo interesante pero que comunica el concepto de Ascensión.



## TIPOLOGÍA

Para la concepción de las tipografías que iban a transmitir una serie de valores específicamente a nivel textual y visual, se pensó en tres escenarios:

Tipografía Principal - Logotipo y Títulos: Kazimir

Tipografía Secundaria - Subtítulos: Lexend Deca

Tipografía Secundaria - Bloques de Texto: Libre Baskerville

Se seleccionó este tipo de fuentes tipográficas para mantener el estilo visual por su estética, por ejemplo las serifadas mantienen un carácter elegante, clásico que van acorde al tono de comunicación del proyecto y la de palo seco provee ese contraste necesario para ser contemporánea y flexible.

Igualmente todas las tipografías mantienen su rigor funcional, en el hecho de mejorar su legibilidad y legibilidad.





# PALETA CROMÁTICA

Figura 85. Paleta cromática Altaria Fuente: Elaboración Propia



Los colores que van a representar la marca fueron seleccionados a partir de subdividir el proyecto en componentes de la estrategia que lo conforman, identificando un color para cada uno de ellos, con el fin de generar un enlace visual. Estos tonos han sido extraídos de la paleta cromática propia del templo y de la religión católica, donde podemos evidenciar diferentes periodos de tiempo en el calendario litúrgico como la pascua, el adviento, fiestas de los apóstoles y mártires u otras celebraciones de Jesucristo, la Virgen María, etc.

Simbolizan diferentes valores como inocencia, gloria, sangre, humildad, pertinencia, alegría dentro de la simbología religiosa.





## LOGOTIPO

Figura 86. Ajuste Tipográfico Antes/Después Fuente: Elaboración Propia

**ALTARIA** → **ALTARIA**

Para la conformación del logotipo se partió de la base de la tipografía Kazimir que como se mencionó anteriormente iba a ser la principal de la marca. Así que a partir de ella se generó una serie de ajustes tipográficos, ópticos y morfológicos para conectar formalmente el logotipo con el Templo.

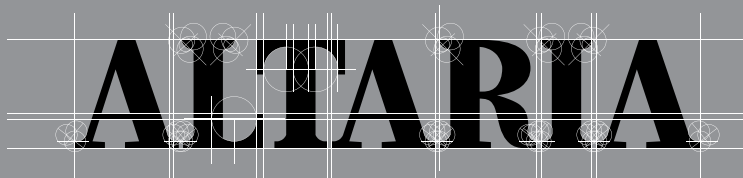


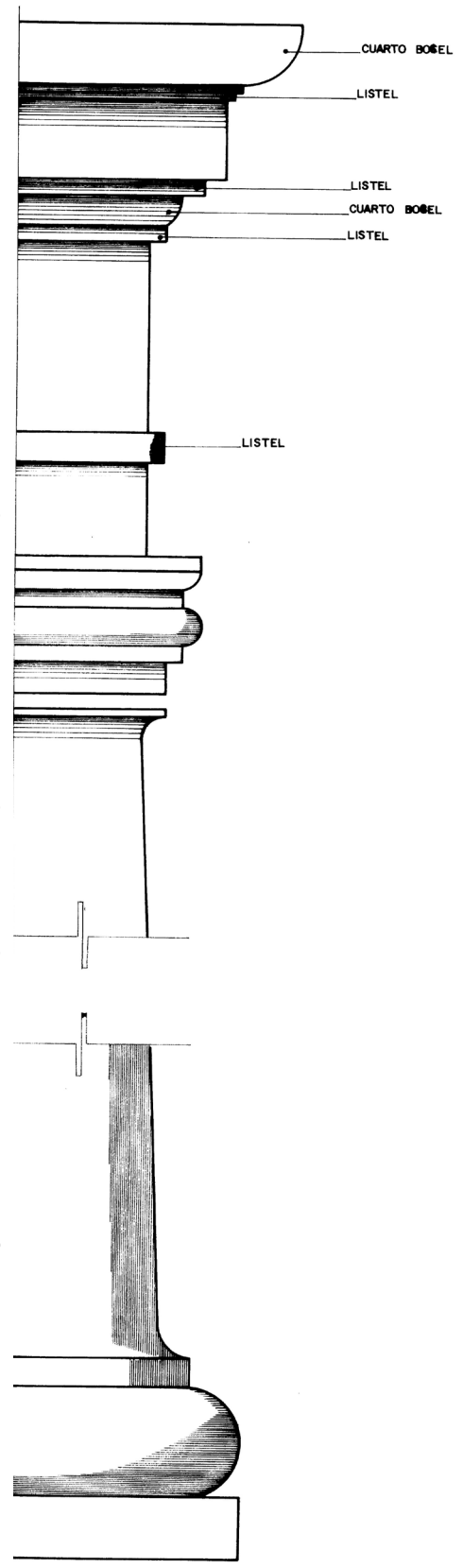
Figura 87. Justificación Morfológica Fuente: Elaboración Propia

En la figura 86, se puede apreciar los detalles que cambió de la tipografía en bruto y después de realizados los ajustes mencionados.

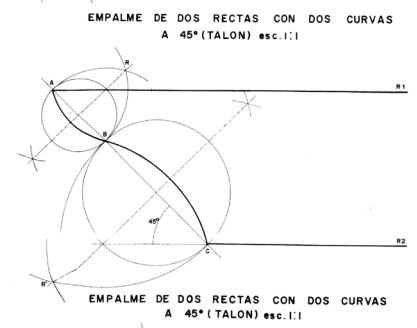
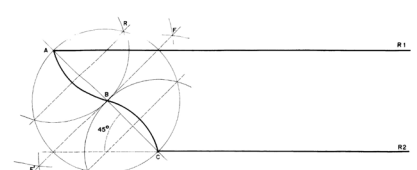
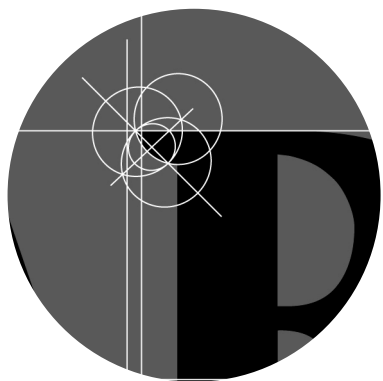
**ALTARIA**



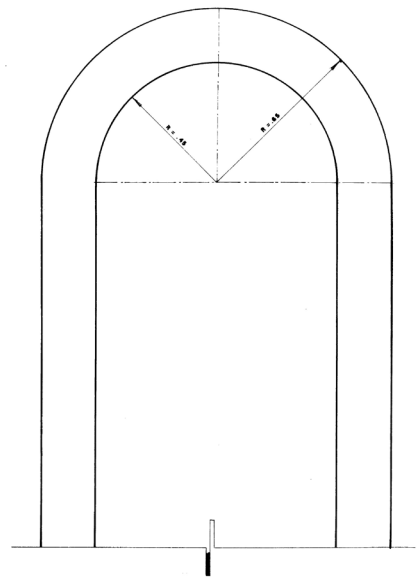
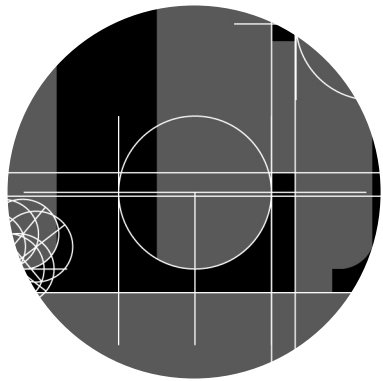
Figuras 88-91. Extracción de los planos del Templo Fuente: Guacas, Torres, Lopez, & Bolaños (1986)



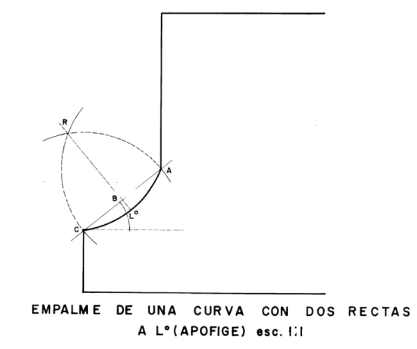
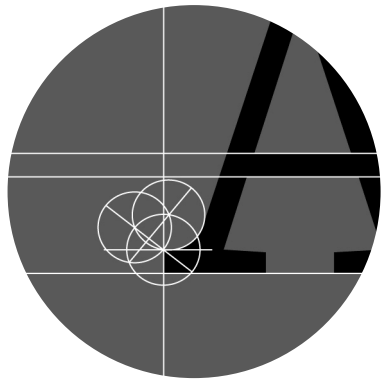
### CUARTO BOSEL



### ARCO



### APÓFIGE



## SÍMBOLO / ISOTIPO

El símbolo que será utilizado como puente visual directo para la pregnancia de la marca con los usuarios además de ser el más claro identificativo y diferenciador con otras marcas.

Este isotipo hacer referencia a varios elementos explícitos en la morfología arquitectónica del templo tanto en su exterior e interior.

Podemos observar varios detalles como por ejemplo las cúpulas, columnas, la cruz o los ventanales que acompañan a un componente tan esencial como lo es la torre para el Templo de Santiago Apóstol, además se pueden reconocer una serie de arcos en la parte inferior, todo anclado a generar un símbolo minimalista, directo, flexible y estético, que simplifica los elementos anteriormente descritos y a la vez que comunica otros valores como direccionalidad, altura, elegancia o rectitud.

Igualmente posee acabados o terminaciones rectas que de la misma manera hacen alusión a las tipologías formales del templo.

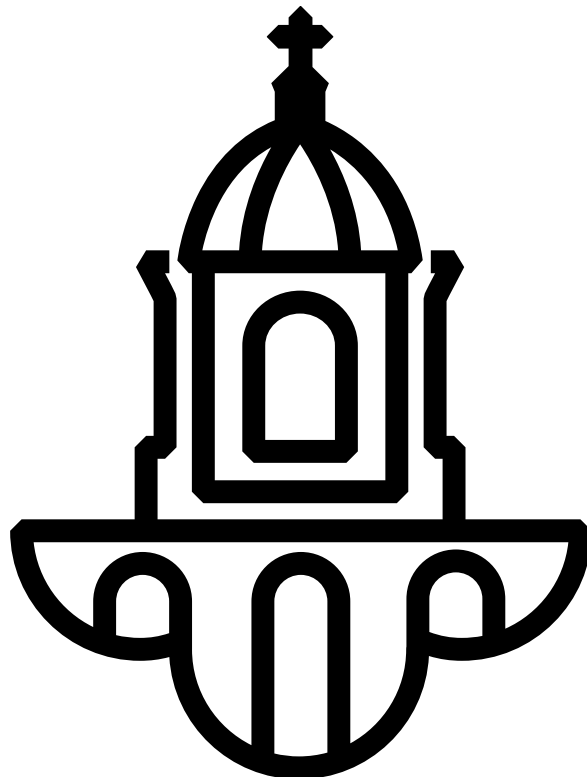


Figura 92. Símbolo de la Marca Fuente: Elaboración propia



# ESLOGAN

## “ La Cumbre Del Colorado ”

El eslogan elegido hace una referencia directa a la posición geográfica y topográfica en la ciudad de San Juan de Pasto, al situarse en la cima de la Calle del Colorado, lugar cargado de simbolismos e historia, se optó por la palabra cumbre que salió del naming realizado y fue una manera diferente de hacer alusión a su ubicación de una manera más poética y sonora.



### CONFORMACIÓN DE LA MARCA



### VERSIONES DE MARCA

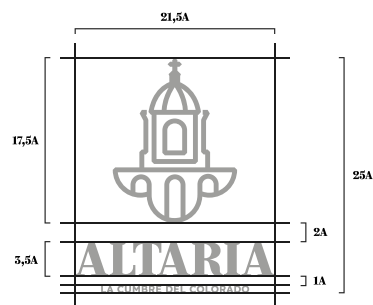


Versión Vertical

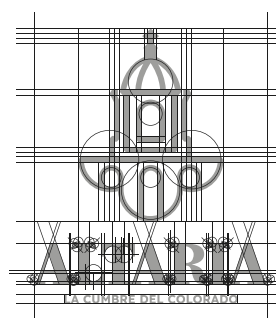


Versión Horizontal

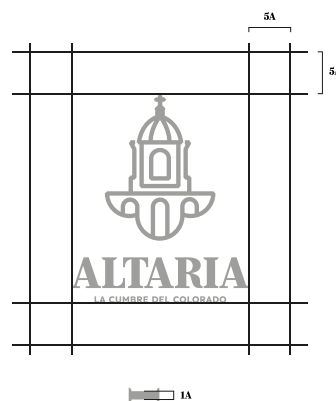
## PLANO TÉCNICO



## RED DE TRAZO



## ZONA DE PROTECCIÓN



Nota:  
En la socialización del proyecto de grado, dentro de la mesa de resultados donde se podrán apreciar otros artefactos de diseño, se dispondrá el BrandBook de Altaria, donde se profundiza el uso de la marca y demás aspectos formales y conceptuales.



Figura 93. Portada Brandbook Fuente: Elaboración propia



**ALTARIA**

ARTEFACTO DE DISEÑO 02

**MEDIOS DE DIFUSIÓN**  
**Visibilidad / Promoción**



# Medios de Difusión

## **Necesidad:**

A pesar de que a San Juan de Pasto se la catalogue como la ciudad Teológica de Colombia, por la cantidad de templos que posee, se puede mencionar una raíz de los problemas turísticos de la ciudad en temporadas de alta afluencia de personas con este sentido, el conflicto mencionado consiste que el viajero y/o turista no tiene productos turísticos fuertes que en realidad motiven a un tiempo de interacción duradero o lo suficiente para mover correctamente la socio economía de la ciudad, a parte del conocido Carnaval de Negros y Blancos, otros atractivos que identifican a la cultura pastusa o nariñense están situados en un rango de distancia bastante considerable, como por ejemplo la Laguna de la Cocha o el Santuario de las Lajas que si ostentan la potencia necesaria para atraer y mantener un público turístico constante, así que si un usuario viene a disfrutar productos turísticos en la ciudad por ejemplo la semana santa, se va a encontrar con actividades que tienen una duración pequeña, a parte de las actividades religiosas, en un bajo porcentaje pueden encontrar con experiencias pregnantes y diferentes, lo que estimula a un tiempo de interacción del usuario y el turismo demasiado corto.

## **Descripción:**

Como solución a la necesidad planteada anteriormente se han dispuesto una serie de medios o elementos de difusión básicos para cualquier lugar turístico que necesite promocionarse y visibilizarse ante un mercado casi inexistente como lo es el turismo sostenible en la ciudad de Pasto. Aunque de primera vista, se entiende este artefacto de diseño como la disposición de canales de comunicación que potencien el campo de acción de la identidad corporativa, de igual manera se refiere a proveer productos turísticos que sirvan como gancho para atraer turistas y potenciales clientes que generen ingresos para el proyecto, el templo y la comunidad, ya que estamos hablando de un turismo sostenible ante el tiempo.

Empezando por los canales de comunicación necesarios y directos para tomar el rol de visibilizar las actividades descritas en el templo, consisten en generar un universo gráfico, visual y conceptual que rodee a la marca descrita anteriormente para facilitar la obtención de campañas de comunicación ya sean impresas o digitales, y estando presente en diferentes plataformas sociales para continuar con ese objetivo de promocionar el templo y proyecto.

Y finalmente como introducción de otros artefactos de diseño que se mencionan más adelante, que propiamente sirven como productos turísticos para el templo, hay que tener en cuenta una característica primordial, que es la ubicación del templo en la cima de la colina del colorado, particularidad que debemos aprovechar mediante los recorridos externos a la nave del Templo de Santiago Apóstol, punto desde el cual tiene la posibilidad de generar una experiencia de usuario bastante rica



en emociones y recuerdos memorizables para un turista, un valor agregado que permite la observación de todo el panorama de la ciudad ya que tiene una altura considerable y genera un servicio de bastante atractivo.

**Propósito:**

Estos medios de difusión están anclados al impulso y visibilidad del turismo que se pretende proponer para el Templo de Santiago Apóstol, con el fin de que tome relevancia en el mercado actual, en el plano local, regional, nacional e internacional como un sitio que promueva la sostenibilidad a través del turismo y posea las herramientas necesarias para promocionarse en esos escenarios, sobre cualquier formato que se presente y realmente consiga ser relevante en el ámbito del imaginario colectivo del turismo religioso y sostenible.

**Resultado:**

Este artefacto esta dividido en dos tipos de medios, denominados OTL Y ATL, medios digitales e impresos respectivamente, con el fin de impactar a dos segmentos a la vez, mientras que se mantiene la presencia de la marca y el proyecto de forma paralela.

## MEDIOS OTL - Medios Digitales

A pesar de que hoy en día, el Templo como tal y la administración que lo controla, solo posee como único medio de comunicación, la red social Whatsapp, se la potenciaría de estética y funcionalidad sobre las utilidades que se podrían encontrar en él. Sin embargo se manejarán otros canales usuales como medios digitales útiles para sitios turísticos como:

Instagram, TripAdvisor, Facebook y Youtube

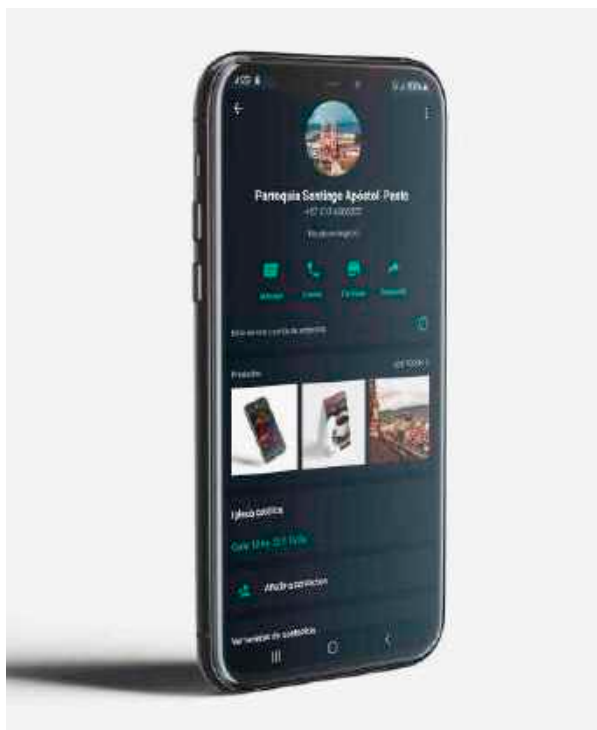


Figura 94. Intervención WhatsApp Templo Fuente: Elaboración propia



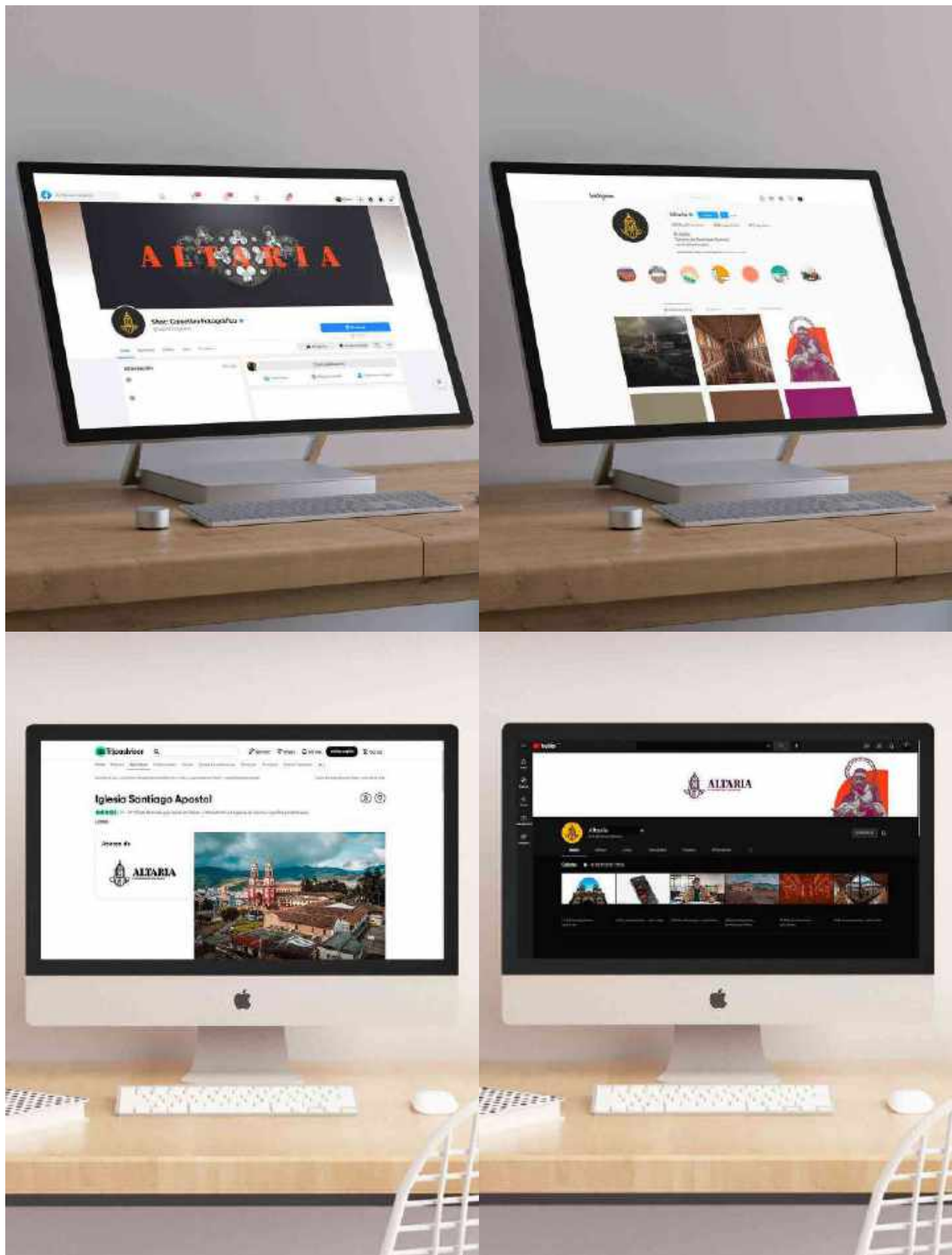


Figura 95. Visualización Medios Digitales Fuente: Elaboración propia

# MEDIOS ATL - Medios Impresos



Figura 96. Visualización Medios Impresos Parte 1 Fuente: Elaboración propia

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicaciones que conforman los medios impresos del proyecto, en este caso se observan pendones tipo colgante, afiches gran formato, pautas en periódicos al igual que un sistema de estampillas destacando zonas y fotografías en particular del templo, todo esto con el fin de seguir con el objetivo de difundir el proyecto y en este caso al Templo de Santiago.



Continuando con las aplicaciones, los medios impresos como flyers junto con su propósito de difusión también se prevee que apoyen otras áreas necesarias para un destino de turismo sostenible, en este apartado se puede visulizar dos herramientas que funcionan como entrada para los turistas, por ejemplo el boleto turístico tiene la función de ser el ticket de entrada que se le proporciona al cliente en el momento de pago al templo, aquí los productos turísticos internos a él, son independientes y con un valor diferente.

En cambio el pase turístico funciona como una tarjeta que agrupa todos los servicios que ofrece el templo y proyecto con la finalidad de que el turista en cuyo caso de que la adquiera tenga un saldo mucho mayor y desde un solo mecanismo pueda pagar y entrar a los productos turísticos que prefiera.





Figura 97. Visualización Medios Impresos Parte 2 Fuente: Elaboración propia

**ALTARIA**

**Tu historia, tu Templo**  
Escríbela, visítalo

Visita y vive la experiencia única que te ofrece el Templo de Santiago Apóstol  
Ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto, Nariño, Colombia.

Cafetería  
 Souvenirs  
 Electricista  
 Guía turística  
 Vista panorámica  
 Realidad Aumentada  
 Inconcreto virtual 360°  
 Trayecto guiado - Museo  
 Recorrido por los torreones



CO


f t i s

**ALTARIA**

En Templo no se mira, se vive.

Visita y vive la experiencia única que te ofrece el Templo de Santiago Apóstol  
Ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto, Nariño, Colombia.

Cafetería  
 Souvenirs  
 Electricista  
 Guía turística  
 Vista panorámica  
 Realidad Aumentada  
 Inconcreto virtual 360°  
 Trayecto guiado - Museo  
 Recorrido por los torreones




CO

**ALTARIA**

El arte de construir un templo que prevalezca en el tiempo.

Cafetería  
 Souvenirs  
 Electricista  
 Guía turística  
 Vista panorámica  
 Realidad Aumentada  
 Inconcreto virtual 360°  
 Trayecto guiado - Museo  
 Recorrido por los torreones



CO

Figura 98. Visualización Banners de Promoción Fuente: Elaboración propia

Figura 99. Banners de Promoción Fuente: Elaboración propia

**ALTARIA**

**Tu historia, tu Templo**  
Escribela, visítalo

Visita y vive la **experiencia única** que te ofrece el **Templo de Santiago Apóstol**  
Visítalo en la ciudad de **San Juan de Pasto, Nariño, Colombia**

f t i @altaria

Cafetería  
Souvenirs  
Eucaristía  
Guía turística  
Vista panorámica  
Realidad Aumentada  
Recorrido virtual 360°  
Trayecto guiado - Museo  
Recorrido por los torreones

CO

f t i @altaria

**ALTARIA**

Un Templo no se mira, se vive.

Visita y vive la **experiencia única** que te ofrece el **Templo de Santiago Apóstol**  
Visítalo en la ciudad de **San Juan de Pasto, Nariño, Colombia**

CO

**El arte de construir un templo que prevalezca en el tiempo.**

- Visita y vive la **experiencia única** que te ofrece el **Templo de Santiago Apóstol**.
- **Visítalo** en la ciudad de **San Juan de Pasto, Nariño, Colombia**.

f t i @altaria

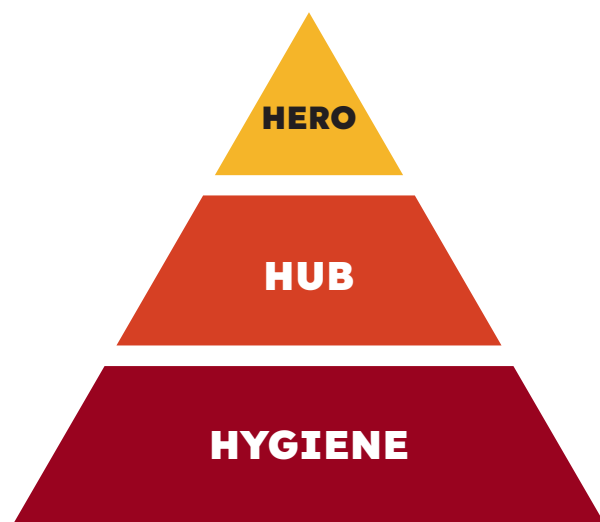
**ALTARIA**

CO

En este caso, las impresiones de gran formato también apoyan los medios impresos que pueden apoyar la difusión en rango cercano al templo, complementando la visión de la estructura del templo y generando aún más el propósito del templo como un destino turístico en la ciudad junto a que estas publicidades tienen información relevante acerca de los servicios ofrecidos.



## PIRÁMIDE DE CONTENIDOS



Con el fin de organizar y estructurar la propuesta de plan de medios, se ha generado esta pirámide de contenidos correspondientes a Altaria y al Templo de Santiago Apóstol:



**Contenido Hero:** Tendrán mucha más relevancia e inversión de tiempo así que, en el desarrollo de este proyecto solo se mencionarán, en esta categoría pueden entrar articulados videos storytelling, video mapping o estrategias BTL.



**Contenido Hub:** Este tipo de contenido estará íntimamente ligado con los medios OTL, ya que estos estarán ajustados a un segmento de mercado y público más global, por sus características de difusión, además de que tiene la posibilidad de generar contenido de valor más inmediato, menos costo y con mayor alcance.



**Contenido Hygiene:** El plan de medios en este punto actuará con fines publicitarios y de promoción estático, ya que esta conectado con los medios ATL, canales tradicionales que al ser impresos, es más viable generarlos para que no cambien dinámicamente y tengan la capacidad de mantenerse más tiempo activos, publicados, etc.



## RECORRIDOS EXTERNOS

Los recorridos que se han ideado para la generación de productos turísticos fuertes que llamen la atención del público en general para probar una experiencia innovadora en la región, es a través del trayecto que rodea la nave central en su segunda planta y las torres del templo; Este pasillo se encuentra a alrededor de 10 metros de altura sobre el nivel que demarca el parque de Santiago y el nivel de las torres esta por encima de los 20 metros , sin embargo hay que adicionarle la altura topográfica que ostenta la Colina del Colorado, dado el caso que permita observar todo el panorama de la ciudad.

Esto crea una experiencia de usuario, con una variedad de emociones que van desde la incertidumbre de conocer algo nuevo y alcanzar la meta de recorrerlo.



Fotografía 79. Vista Panorámica Recorrido Externo Nave Central Fuente: Elaboración Propia

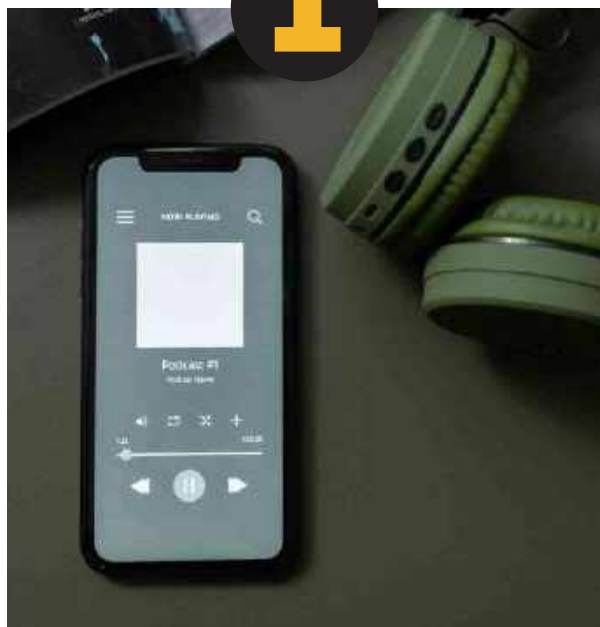


Fotografía 80. Vista Panorámica Torres Fuente: Elaboración Propia

## SOLUCIONES INTERMEDIAS

# 1

Figura 100. Simulación Podcast Fuente: Cottonbro (2021)



### PODCASTS

Como bien Ramón Ortega lo recomendaba, a partir del material acumulado en la recolección de información, como las entrevistas a expertos, pueden ser una gran oportunidad para ser difundidos en formato podcast y a medida de la ejecución del proyecto recolectar más opiniones, historias y recuerdos alrededor del templo y su importancia en la ciudad para fortalecer la participación ciudadana.

# 2

Figura 101. Fotogrametría Muralla Romana Fuente: Imasgal (2015)



### FOTOGRAMETRÍA

Este puede ser un proceso bastante interesante que puede potencializar el atractivo del proyecto junto a su posible uso científico para estudiar más a fondo las propiedades formales de elementos en específico o simplemente para guardar un archivo 3D en inventario de lo que contiene el templo, un mecanismo que generaría una variedad de aplicaciones.

Se crean a partir de recursos ya presentes en el proyecto que pueden convertirse eventualmente en artefactos de diseño complementarios a la estrategia integral de comunicación de Altaria.

3

Figura 102. Cuentero Fuente: madlen.haarbach (2020)



### ESPACIOS CULTURALES

En función de incrementar el impacto del proyecto es vital hacer uso de la plazoleta al frente del templo, así que teniendo la información artística, histórica y arquitectónica del templo es posible generar procesos paralelos para la participación comunitaria, como cuenteros, obras de teatro, actividades didácticas, danza, música, y otros movimientos en torno al compartir de usuarios locales, turistas un gran rango de edad.

4

Figura 103. Jardín Mágico Fuente: La Vibrante.com (2019)



### FERIAS ITINERANTES

Dada la magnitud del espacio disponible por ejemplo en la plaza contigua al templo, es posible también realizar ferias itinerantes de emprendimientos, artesanías, arte, etc, que puedan generar procesos comerciales provechosos para la ciudad y su población, evidentemente todo bajo el marco del respeto al cementerio de la comunidad capuchina (un ejemplo sería el día de muertos en México, que es una celebración con un sentido diferente respecto a la muerte).



**ALTARIA**

ARTEFACTO DE DISEÑO 03

**SEÑALÉTICA**  
**Ubicación / Orientación**

**03**

# Señaletica

## **Necesidad:**

La ubicación y orientación de un usuario es de vital importancia para conseguir una experiencia completa, además de que es cómodo que un individuo tenga la capacidad de llegar a los sitios que quiere llegar, es extremadamente necesario en un espacio turístico, ya que posee la capacidad de elección para moverse libremente alrededor de los servicios que tiene a su mano, si no existen herramientas que faciliten esta obligación, además de que el usuario se siente desajustado en un espacio que no conoce y tampoco puede conseguir lo que quiere, provocaría que ese usuario como muchos otros, abandonen el lugar por este sencillo detalle y se genere una mala percepción del lugar y el proyecto turístico concentrado ahí.

## **Descripción:**

El sistema señalético conformado aquí ha sido de utilidad para identificar recorridos, accesos y estar ligado al siguiente artefacto de diseño denominado Museo-grafía, para que estos mismos recorridos mencionados puedan ser analizados para generar un recorrido interno. No obstante ya será profundizado en el siguiente artefacto; Dichos trayectos en la nave central y laterales delimitan bien el campo de acción para el usuario y su respectivo comportamiento en el espacio para que pueda desarrollar la actividad que desee con normalidad teniendo la facilidad de encontrar los espacios y actividades respectivas.

El set pictográfico desarrollado hasta este momento, tiene en cuenta bastante variables de la función original del templo que es la religiosa, con el fin de aportar de esa misma manera y poder así complementarlo con otros servicios, pero dicho en pocas palabras este sistema señalético orienta a través del espacio al usuario de una manera efectiva y a la vez estética, ¿Por qué se menciona este factor? Porque la conformación visual de estos pictogramas ha sido a partir de la inspiración y abstracción de elementos propios del templo, se pueden evidenciar remates o terminaciones, al igual que formas y trazos particulares que acompañan la atractiva del templo, en un resultado en línea, funcional que se puede adoptar en variedad de formatos.

## **Propósito:**

El objetivo a conseguir de este sistema señalético consiste en generar un procedimiento propio para la ubicación del individuo en un espacio turístico como se lo propone en el proyecto, que acompañe la labor de la marca y la difusión de generar un mecanismo o universo gráfico que identifique además de diferenciar al templo, con sus características propias. Además al tener una variedad de productos turísticos única en la región al poseer una premisa de espacio y colocación compleja, es demasiado necesario obtener una serie de pictogramas, señales de todo tipo para que no intervenga negativamente el tema de ubicación al usuario.

## **Resultado:**



# SET PICTOGRÁFICO

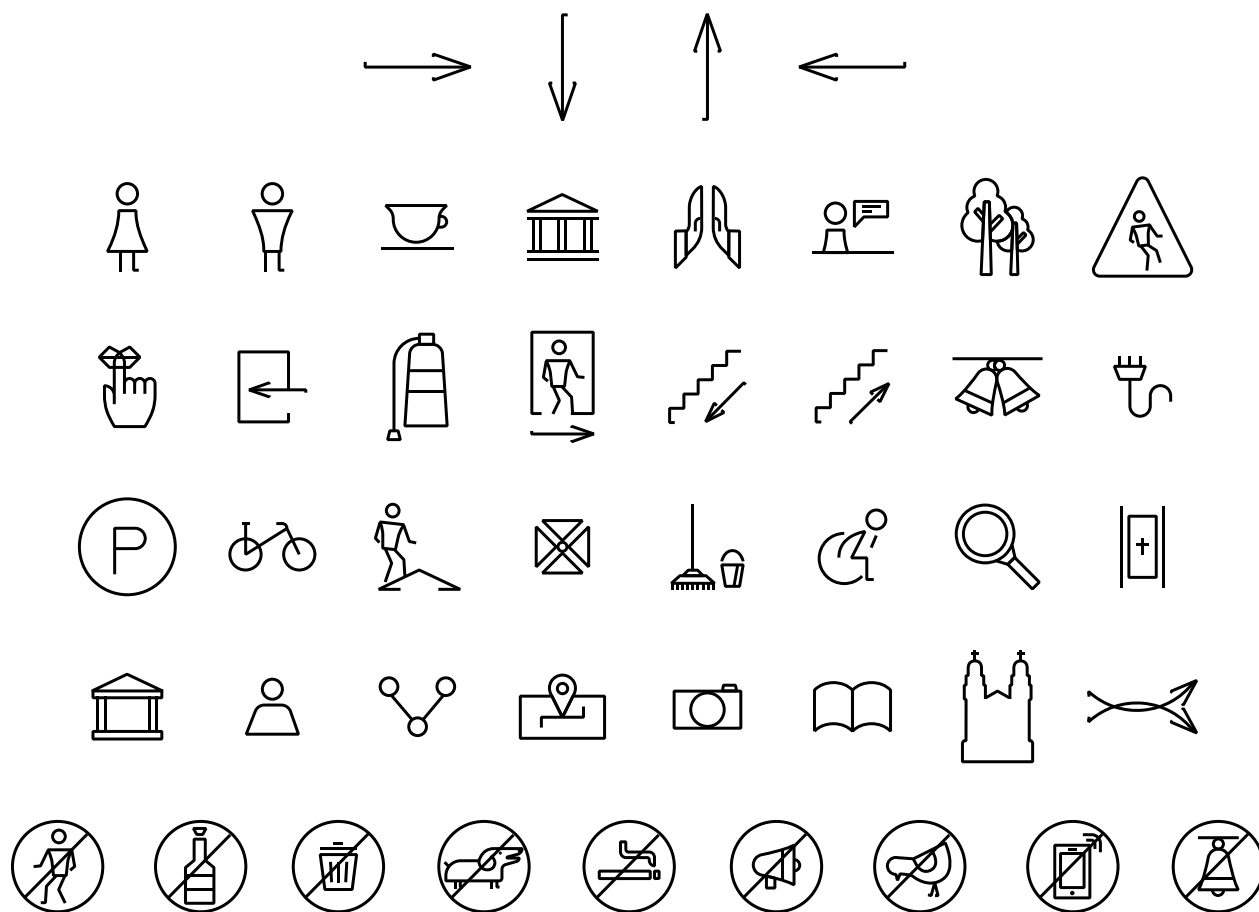
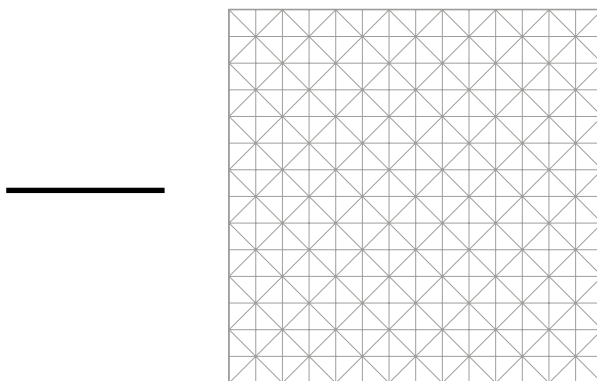


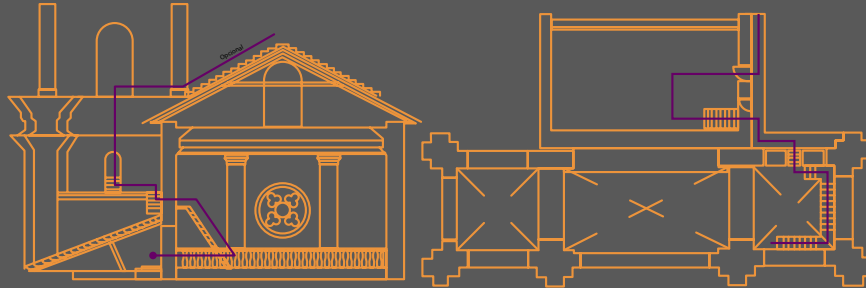
Figura 104. Set Pictográfico Fuente: Elaboración propia

## MÓDULO COMPOSITIVO

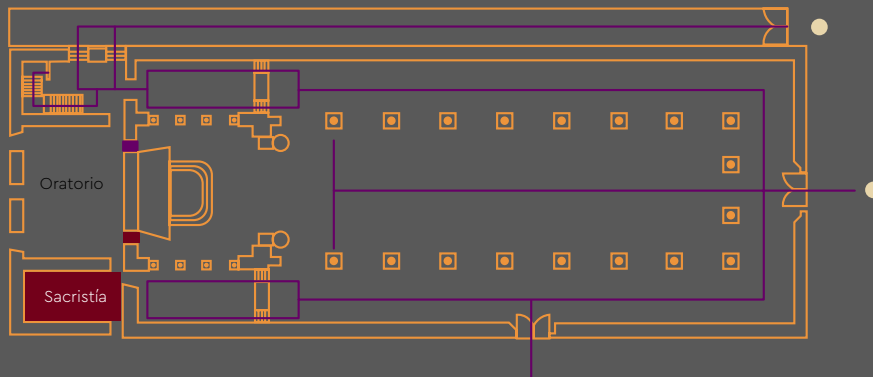
La retícula utilizada para generar la conformación formal de los pictogramas es a 45° que evidentemente esta conectado con la mayoría de ángulos utilizados en la arquitectura del Templo de Santiago Apóstol. Junto a esto el proyecto ha profundizado en un estudio formal al Templo extrayendo formas y objetos característicos y plasmandolos en remates y terminaciones del set pictográfico.



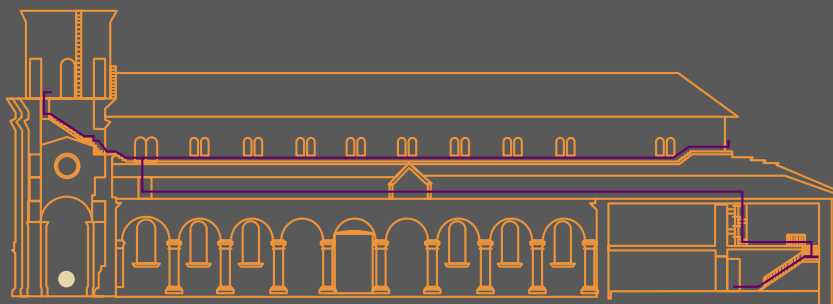
# PLANIMETRÍA



Recorrido Interno Hacia Las Torres ●



Recorrido Primera Planta ●



Recorrido Interno y Externo Izquierdo ●

Accesos ●

# SISTEMA DE NOMENCLATURA



**Secretaría**

Pictograma y Texto



**Secretaría**  
Secretary

Pictograma, Texto y Traducción Inglés



Sistema Braille



# CATEGORIZACIÓN y ZONIFICACIÓN



**Parque, Plazoleta y Escalinatas**



**Nave central y laterales**



**Zonas de Transición, Accesos**



**Salas Museos**



**Pasillo exterior y Torres**



**Señales aledañas - externas**



# PREVISUALIZACIÓN DE SEÑALES

Figura 106. Previsualización de Paneles Prohibitivos y Señaléticos Fuente: Elaboración propia



Figura 107. Previsualización Totem Señalético Fuente: Elaboración propia



Figura 108. Previsualización Señales de Pisos Fuente: Elaboración propia



Figura 109. Previsualización Señales Informativas Fuente: Elaboración propia

Figura 110. Previsualización Señales Fuente: Elaboración propia

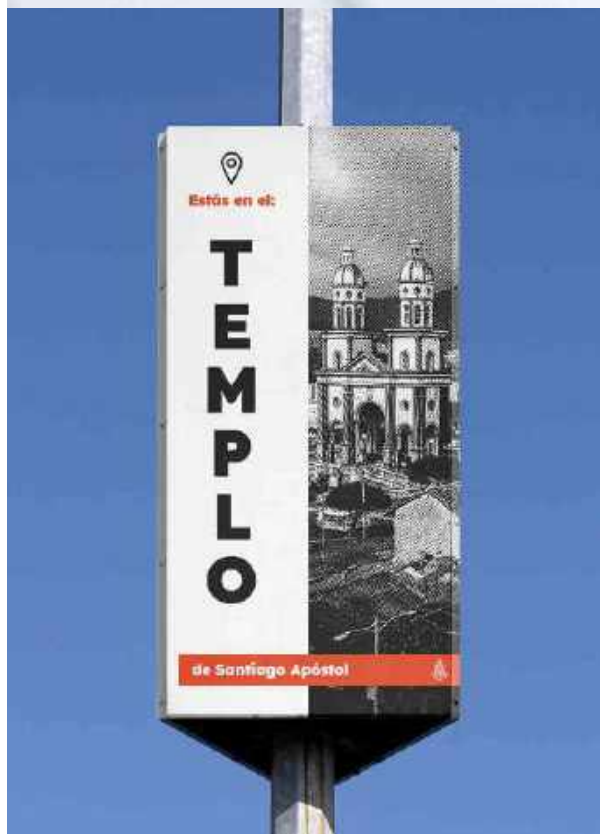


Figura 111. Previsualización Señal Poste Fuente: Elaboración propia

Nota:  
En la socialización del proyecto de grado, dentro de la mesa de resultados donde se podrán apreciar otros artefactos de diseño, se dispondrá el Manual Señalético de Altaria, donde se profundiza el uso y construcción de las señales y pictogramas.

### MANUAL SEÑALÉTICO

Templo de Santiago Apóstol



Figura 112. Portada Manual Señalético Fuente: Elaboración propia



**ALTARIA**

ARTEFACTO DE DISEÑO 04

**MUSEOGRAFÍA**  
**Exposición / Interés**

**04**

# Museografía

## **Necesidad:**

Desde la necesidad de ser visibles antes los ojos de la ciudad, hay que proveer el interés necesario para que el visitante tenga un producto turístico más que disfrutar, la museografía en este caso cumple ese papel para también generar exposición de la información recolectada en la fase investigativa, de una manera acertada e interesante para la mayoría de públicos, esto es necesario cumplirlo ya que el templo como muchos otros de la ciudad y del país poseen una riqueza histórica, arquitectónica y artística inigualable, pero carecen de procesos que primen la difusión de esta información para que impacte realmente en el usuario y pueda ser transmitida por la mayor número de personas, así se conseguiría una conservación indirecta del patrimonio ya que al estar en contacto con las piezas mostradas aquí, el imaginario colectivo tendrá más conciencia de lo que se reúne aquí, y por consiguiente la misma apropiación de su valor.

## **Descripción:**

Uno de los valores agregados más importantes en este proyecto es la museografía que viene a solucionar las necesidades puntuales descritas anteriormente, es por eso que esta disciplina se ancla directamente a los recorridos internos para el templo, de manera que se potencie esos datos con herramientas tecnológicas y la arquitectura de información. Brevemente consiste en crear un recorrido guiado o autónomo, que repase las piezas o elementos más importantes que se pueden encontrar al interior del templo, ya sean arquitectónicas como columnas, el rosetón, los arcos, el tejado, el frontis, etc. o artístico como pueden ser vitrales, óleos, esculturas, tallados en madera y hasta históricos como piezas que poseen un gran valor a través de los años y que normalmente no se conocen.

El recorrido guiado está concebido para aquellas personas de una edad mayor que no quieran utilizar la tecnología como medio de apoyo, ya que el autónomo directamente puede usar la aplicación que ha sido diseñada para este proceso, ya sea de una manera u otra el usuario va a poder conocer de una manera más profunda el significado, historia y características de las obras mencionadas, claramente todo esto organizado para que sea un camino inteligible, ordenado, comprensible e intuitivo a partir del guión museográfico.

## **Propósito:**

La museografía va a cumplir el papel del eje de innovación del proyecto ya que usualmente este tipo de disciplina solo se puede evidenciar claramente en un museo, y en la ciudad existen, sin embargo no se han aplicado dentro de un templo, por lo menos en la ciudad no se ha generado un proceso parecido; el término al cuál se hace referencia y es un punto vital de transformación de la funcionalidad del Templo Santiago Apóstol es el concepto de museo iglesia.



Pero, ¿Qué es un museo iglesia?:

Un museo iglesia consiste en custodiar, conservar, valorar, exponer y difundir los bienes históricos, artísticos y arquitectónicos que integran al templo sin descuidar el carácter funcional y espiritual de este espacio de culto. Hemos extraído elementos también del concepto Museo In Situ donde el patrimonio inmueble se conserva en su contexto original, es decir que no se modifica para ser solo museo o solo templo, sino que están conviviendo sinérgicamente.

**Resultado:**

# PIEZAS ARTÍSTICAS

**12**  
Vitales  
Planta Baja

**18**  
Vitales  
Planta Superior

**17**  
Altars / Esculturas  
Personajes Religiosos

**15**  
Tallados en Madera  
Viacrucis

**46**  
Oleos

**1**  
Rosetón

**10**  
Decoraciones  
Techos / Paredes

*Piezas Artísticas en general*  **120**

Con el ánimo de exaltar y dar a conocer el valor artístico del interior del Templo de Santiago Apóstol, la figura anterior se encuentran los datos exactos de todas las piezas artísticas que podemos evidenciar cuando entramos en el.

Cabe mencionar que los datos referidos solo son de las piezas artísticas visibles normalmente o de acceso en las naves laterales y central, ya que en la sacristía o el convento de los hermanos capuchinos existen aún más piezas de este estilo que no poseen visibilidad para el público.

Fotografías 81-84 Piezas Artísticas Fuente: Elaboración Propia



**ROSETÓN**



**ÓLEOS**



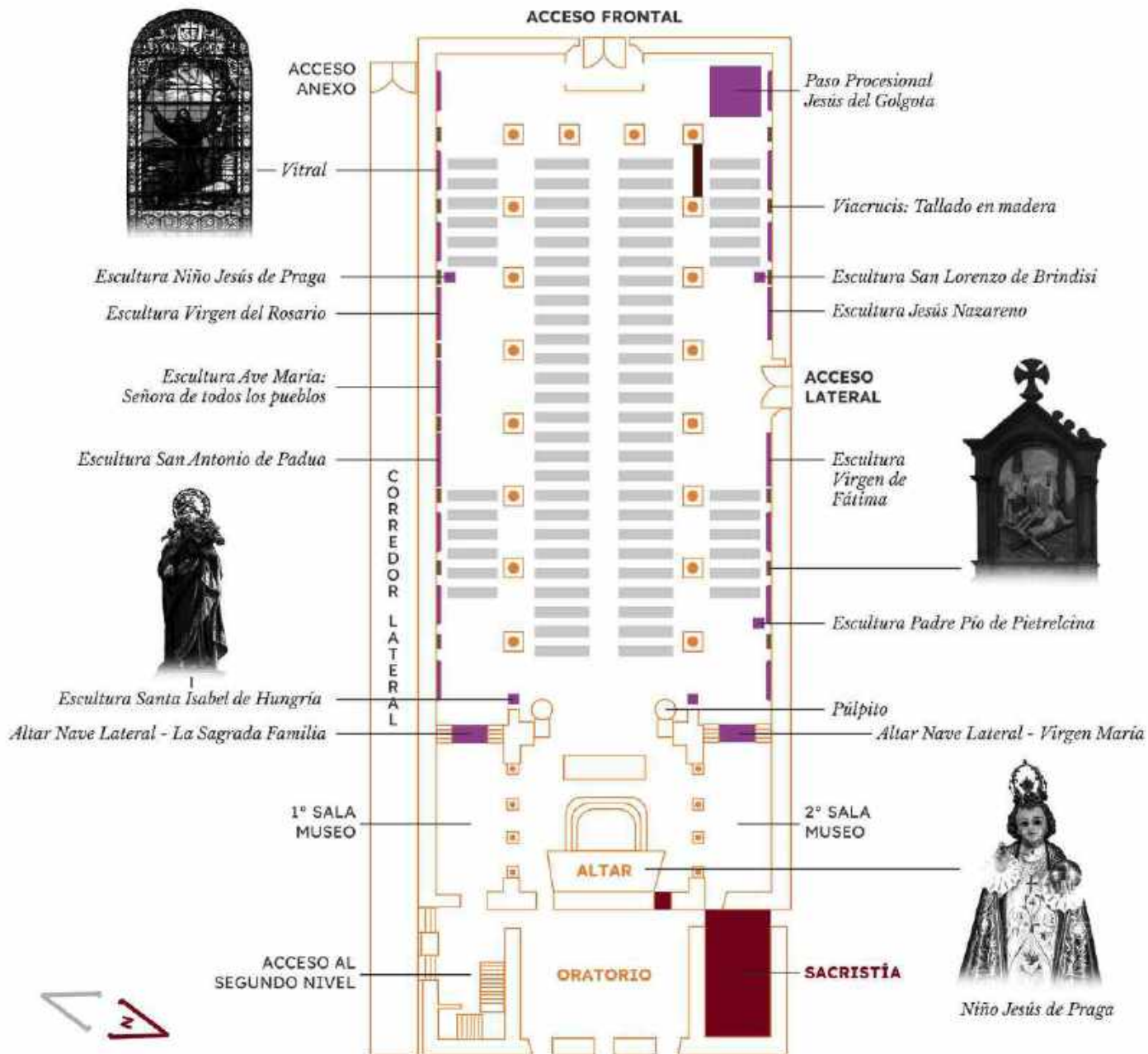
**ESCULTURAS**



**VITRALES**

# PLANO GENERAL

Figura 113. Plano Museográfico General Fuente: Elaboración propia



Otros sitios turísticos como el Museo de Louvre en París, Francia utilizan esta técnica espacial desde una vista cenital para que los visitantes puedan identificar fácilmente las piezas que integran al museo.



## GUIÓN MUSEOGRÁFICO

Al poseer recorridos internos pasando por las obras artísticas que posee el templo de Santiago Apóstol ya sea guiado o por medio de la aplicación, es necesario que exista un hilo conductor que guíe al usuario dentro del storytelling de este sitio, con el objetivo de contar una historia mucho más fuerte y pregnante a partir del arte mostrado además de generar más organización.

Nota:  
En la socialización del proyecto de grado, dentro de la mesa de resultados donde se podrán apreciar otros artefactos de diseño, se dispondrá el Guión Museográfico de Altaria, donde se profundiza las fases y recorridos del mismo.



Figura 114. Portada Guión Museográfico Fuente: Elaboración propia



## CARACTERÍSTICAS DE LA MUSEOGRAFÍA

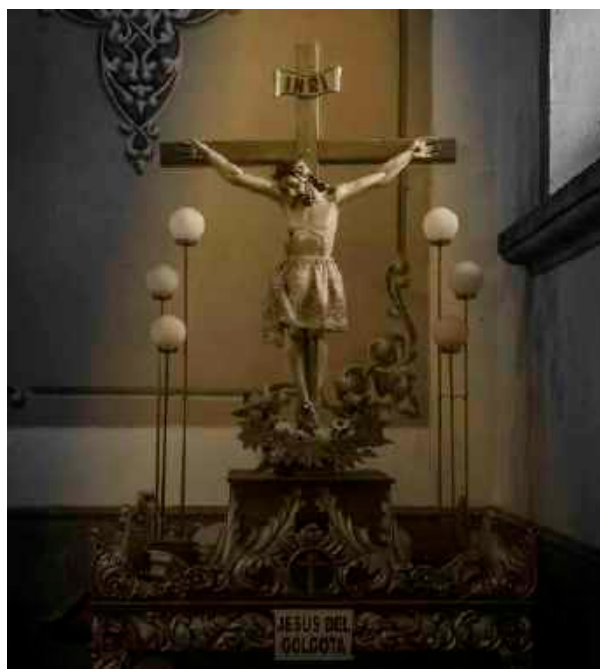


Figura 115. Jesús del Golgota - Previsualización Iluminación Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en la imagen el ideal de generar la museografía sin modificar la naturalidad del templo, es proporcionar con iluminación tenue y focal para favorecer con las condiciones de luz ya existentes del templo, ya que tiene una oscuridad explícita, para potenciar esa característica se ha puesto estas indicaciones.

Si ya se necesita la protección o conservación con algún cristal, se recomienda el cristal protector UV Mol-glass X92 sin reflejos.



## SALAS MUSEOS

En el plano general anterior, se muestran dos zonas definidas como salas museos, estas estancias serán los espacios disponibles del templo que tendrán énfasis en la museografía ya que se da plenamente este concepto para exponer y conservar las obras artísticas que no poseen acceso al público en la nave central. Son espacios cerrados que permiten la utilización mayor de la iluminación, la composición de la exhibición.

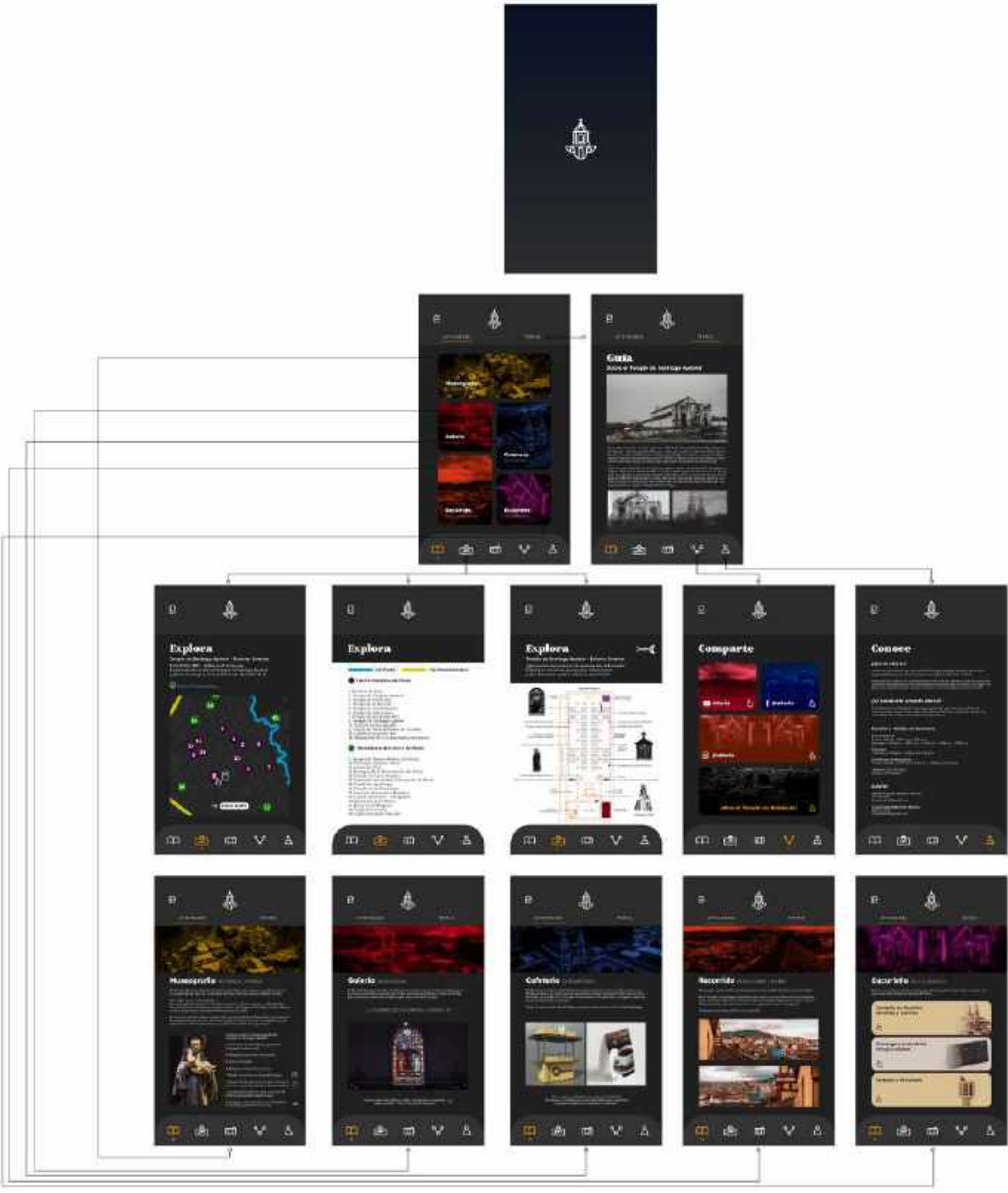
Finalmente son espacios que se acercan más al concepto de museo y provee un espacio diferente al templo para el usuario.

Figura 116. Previsualización de Piezas Artísticas en las Salas Museos Fuente: Elaboración propia



# WIREFRAMES APLICACIÓN

Figura 117. Wireframes de Navegación App Fuente: Elaboración propia



## ¿Cómo está armada la interfaz?

Con el fin de explicar de forma breve como se categorizó el contenido de la app, primero que todo tiene 5 grandes partes representadas en los íconos de la barra inferior, de izquierda a derecha reciben sus nombres como guía, explora, cámara AR, comparte y conoce) la sección guía contiene información de las actividades que contiene el proyecto al igual que información clave del templo, explora ayuda al turista a orientarse dentro del entorno externo e interno de templo, la cámara AR es el vínculo directo para acceder a la realidad aumentada, la sección comparte da la posibilidad de aumentar la difusión del proyecto mediante diferentes plataformas sociales y finalmente conoce que es una breve descripción del proyecto, su propósito y medios de contacto.



Figura 118. Previsualización App Fuente: Elaboración propia

La aplicación ha sido diseñada para potenciar tecnológicamente la museografía, posee varias secciones de información con el fin de contextualizar y profundizar el conocimiento en general del usuario, además de ser el nexa con otras secciones del proyecto donde se explican con detalle y redirecciona a algunas plataformas relacionadas de interés.

En el tema de la museografía, primero que todo el usuario podrá encontrar el plano general mostrado anteriormente, para que esté disponible a la mano de

su celular inteligente, ya que se puede descargar la app totalmente gratis y de una manera accesible para mayor alcance.

El valor agregado o la propuesta de valor en esta sección es la posibilidad de aplicar realidad aumentada, donde el usuario puede escanear una pieza artística para ampliar su conocimiento acerca de ella, así que obtiene acceso a dos funcionalidades, una visual donde por ejemplo un óleo tendrá una pequeña animación y aparecerá información relevante de su valor artístico (año de creación, materiales, dimensiones, descripción, etc)

La funcionalidad de esta herramienta interactiva se podrá observar en la socialización de presente proyecto.

Figura 119. Previsualización Aplicaciones Digitales Museografía Fuente: Elaboración propia



Figura 120. Prototipo de Aplicaciones Digitales Museografía Fuente: Elaboración propia

**Santiago Matamoros**

Tipo de pieza artística: óleo  
 Tamaño: 2 mts x 1,30 mts  
 Ubicación: Altra Templo de Santiago Apóstol  
 Año de creación: 1932

Descripción: Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur elipseting elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim vero et eosim vero, qui eos sed esse non uterit per suscipit lobortis nunc ut aliquip ex ea consetetur consetetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur elipseting elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim vero et eosim vero, qui eos sed esse non uterit per suscipit lobortis nunc ut aliquip ex ea consetetur.

Artista: Santiago Matamoros  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur elipseting elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut enim vero et eosim vero, qui eos sed esse non uterit per suscipit lobortis nunc ut aliquip ex ea consetetur consetetur. Duis mollis, est et commodo lacinia, nisi euismod vero esse.

Recorrido Museográfico TSAM\_0005

**Niño Jesús de Praga**

**José de Nazaret**

Ya sea en aplicación web o en una aplicación, aquí se puede observar algunas previsualizaciones de la información descrita para las piezas artísticas, donde se ostenta valor a la fotografía de la obra, su título y su descripción.



**ALTARIA**

ARTEFACTO DE DISEÑO 05

**DISEÑO DE SERVICIO**  
**Conexión / Consumo**

**05**

# Diseño de Servicio

## **Necesidad:**

Como se ha mencionado en repetidas ocasiones, este proyecto busca potenciar el turismo sostenible para el Templo de Santiago Apóstol, es por eso que necesita buscar ingresos adicionales para fortalecer las fuentes de ingresos de un lugar turístico para generar sostenibilidad, a parte de los otros atractivos mencionados, existe otra necesidad de consumo y servicio en complementación al templo, ya que de esta forma se está interviniendo en un modelo de negocio mucho más dinámico y que no tenga tantos costos de producción, para que sea rentable y pueda provocar un beneficio para la comunidad, templo y los hermanos capuchinos.

Además este servicio tiene como rol fundamental de atender a la necesidad de conectar con los públicos de otra manera que no se ha intervenido ni en los recorridos o en la museografía ya que posiblemente atienda unos nichos de mercados específicos, y para abarcar más el segmento disponible se ha ideado el diseño de servicio como una cafetería.

## **Descripción:**

El diseño de servicio establecido es la propuesta de generar una cafetería móvil en la plazoleta contigua al templo, móvil por el hecho de que por cuestiones climatológicas o de atención con personal no se puede mantener fija en ese lugar al estar al aire libre sin embargo el diseño ha aportado la capacidad de generar un módulo de venta para que las feligreses que actualmente ya venden empanadas, café y otros productos tradicionales de la gastronomía pastusa, tengan el mecanismo adecuado para facilitar la venta de estos productos que llaman la atención y proveen un servicio atractivo para el público.

Otra de las tareas de este módulo de venta es el aspecto de poder itinerar a través de sitios aledaños a la ciudad de Pasto, donde puedan ofrecer este mismo servicio, labor que tiene seguramente tiene la Pastoral Social o la Diócesis de Pasto en apoyo al templo, para expandir la misión católica en distintos corregimientos, así que este módulo móvil servirá para acompañar a estos procesos con un servicio que llame la atención, seguidamente a que será un medio de difusión importante del proyecto Altaria.

## **Propósito:**

El objetivo a conseguir con el diseño de servicio es primero generar ingresos complementarios al templo que sirvan como elemento de transición entre otras actividades principales para el proyecto, segundo contribuir al turismo comunitario sostenible donde participe la comunidad integrada al templo como por ejemplo las y los feligreses que contribuyen a estos servicios sociales, tercero fortalecer la itinerancia y difusión de este servicio y proyecto, para tener más alcance y a la vez



facilitar la ayuda de otras entidades interesadas, y por último resignificar el lugar de la plazoleta que está al lado del templo, ya que tiene percepciones y realidades negativas donde impiden el paso tranquilo al ciudadano para poder disfrutar de ese lugar, sin embargo esto se profundizará más adelante en los resultados.

**Resultado:**

**LUGAR**



Fotografía 85. Vista Aérea del Templo y edificaciones aledañas Fuente: Meneses (2021)

A manera de resignificar el lugar, existe un espacio que necesita la atención de todos y es la plazoleta contigua al Templo de Santiago Apóstol, que lastimosamente tiene varias percepciones negativas en cuanto a inseguridad, malos olores, presencia de indigentes y consumo de sustancias psicoativas.

Con el propósito de reactivar ese lugar y evitar que sea un espacio muerto en movimiento o activación social, se ha dispuesto el diseño de este servicio el cuál consiste en una cafetería itinerante compuesto por módulos de venta móviles que puedan aprovechar esta zona, ofreciendo el servicio de venta de café, empanadas o otros productos de la gastronomía típica de la ciudad de Pasto.



# MÓDULO DE VENTA

Figura 121. Render 3D Módulo de Venta Fuente: Elaboración propia



# PRODUCTOS



Figura 122. Empanadas Fuente: La Cocina tradicional de Carmen Santa Cruz (2020)



Figura 123. Previsualización Table Tent Diseño de Servicio Fuente: Elaboración propia

Los productos articulados para este servicio están generados a partir de la actividad que hacen actualmente las feligreses principalmente, donde en algunas ocasiones especiales para la religión católica y donde el templo interviene al hacer eventos especiales comunitarios, hacen empanadas y café que venden en el mismo.

Se quiere intentar dar este enfoque para aportar a dos pilares, primero el valor comunitario que tiene bastante importancia y es necesario conservarlo, junto a la gastronomía típica de la ciudad de San Juan de Pasto, con el fin de que haya un lugar que conecte desde la arquitectura con este tipo de valores de identidad.

## CARACTERÍSTICAS FORMALES E INDUSTRIALES DEL MÓDULO

Este módulo de apoyo, para ofrecer el servicio esta conformado a partir de materiales sencillos que no impliquen una producción tan elevada, en pocas palabras es MDF y barengas de madera, para conformar la estructura, posee un cajón que sirve como almacén, tiene luces tipo ojo de buey incrustadas a la parte superior del módulo para proporcionar protagonismo a los productos.

Se evidencian detalles ornamentales que soportan la superficie, extraídos directamente de las tipologías del templo, de igual manera tiene ruedas con vástago roscado para poder movilizarlo fácilmente.



Figuras 124-126 Render 3D Detalles Módulo de Venta Fuente: Elaboración propia

# Indicadores de Efectividad

Los indicadores de efectividad para este proyecto fueron diseñados bajo la premisa de evaluar las opiniones y reacciones de la muestra de la investigación con el claro objetivo de cuantificar en gráficos que tan efectivos eran los artefactos de diseño presentados para el objeto de estudio. Como ya se ha explicado en la metodología proyectual, la única manera viable para demostrar la funcionalidad de las estrategias presentadas es mediante los indicadores que se mostrarán a continuación, ya que un testeo significaría una inversión de tiempo y dinero mucho mayor.

Esta sección del proyecto está dividida en dos partes, ya que se evidencia la efectividad que tienen los artefactos de diseño en dos escenarios, primero la estética o el disfrute de estas piezas o estrategia y segundo el uso, para lograrlo se utilizó el siguiente método.

A partir de la Escala de Afecto Positivo y Afecto Negativo (PANAS) de Watson, D., Clark, L., & Tellegen, A. (1988) se logró diseñar unos indicadores funcionales y efectivos que puedan ser sintetizados gráficamente con el fin de desvelar los resultados de esta evaluación.

Para medir la satisfacción del artefacto y las reacciones que generaban a los usuarios, se generó una escala de 20 reactivos, 10 positivos y 10 negativos, que corresponden a emociones evidentemente positivas y negativas para delimitar el rango de respuesta del usuario y poder cuantificarlo numéricamente. Cada reactivo posee una escala con 5 opciones donde cada una de esas opciones tiene un valor numérico ligado a una escala de cantidad:

- 100 = Mucho
- 80 = Suficientemente
- 60 = Medio
- 40 = Poco
- 20 = Nada



**Reactivos Positivos:** Inspirado, Interesado, Dispuesto, Alegre, Sorprendido, Curioso, Orgulloso, Tranquilo, Entusiasmado, Seguro.

**Reactivos Negativos:** Disgustado, Apático, Tenso, Triste, Aterrorizado, Indiferente, Decepcionado, Asustado, Enojado, Preocupado.

Para medir la opinión estético – formal se tuvo igualmente en cuenta variables de cualidades con respecto al artefacto presentado, pero con una escala de medición numérica de 0 a 100.

**Variables:** Comprensible, Intuitivo, Agradable, Comunicativo, Estético, Útil, Atractivo, Versátil, Acertado, Amable

Los dos métodos mencionados anteriormente se plantearon dentro de la metodología presentada, y se adaptaron respectivamente en un formato para su presentación en físico. (Por motivos de respeto al medio ambiente, el modelo de la Figura 127 fue llevado impreso dentro de la aplicación de esta herramienta pero con el fin de ser un modelo visual para orientar a los usuarios, por eso solo fue impreso un ejemplar, de manera que el diligenciamiento como tal fue de manera digital en un celular mediante Google Forms)

En su diligenciamiento de manera digital, se desarrolló una pregunta adicional con el fin de valorar un segmento agregado a lo anteriormente descrito, esta pregunta fue adaptada según el artefacto, es decir que según el artefacto, esta parte tenía una variación, se tuvo en cuenta diferentes escalas como por ejemplo de intensidad, actitud, desempeño, efectividad o cantidad como ya se mostrarán más adelante en los resultados de estos indicadores.





## Escala de Afecto Positivo-Negativo

6. CONTROLAR

CAPITEL

Fase Ejecutiva



Artefacto de diseño a evaluar: \_\_\_\_\_ Número de Artefacto: \_\_\_\_\_

¿Como se ha sentido?	20	40	60	80	100	100	80	60	40	20	¿Como se ha sentido?
Inspirado											Disgustado
Interesado											Apático
Dispuesto											Tenso
Alegre											Triste
Sorprendido											Aterrorizado
Curioso											Indiferente
Orguloso											Decepcionado
Tranquilo											Asustado
Entusiasmado											Enojado
Seguro											Preocupado

¿Qué tan ..... es?	Menor					Mayor					
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Comprensible											
Intuitivo											
Agradable											
Comunicativo											
Estético											
Útil											
Atractivo											
Versátil											
Acertado											
Amable											

Fecha:	Observaciones:	Instrucciones:
Proyecto: Altaria		20 = Nada
Encuestado:		40 = Poco
Tipo de Público:		60 = Medio
		80 = Suficientemente
		100 = Mucho



Figura 127. Formato de Escala de Afecto Positivo - Negativo Fuente: Elaboración propia

A continuación se describen la información complementaria a los gráficos que se presentarán adelante, desde el título del gráfico, prefijos y la numeración de las emociones.

### Acotaciones:

GRÁFICO 1: Escala de Afecto Positivo - Negativo.

GRÁFICO 2: Escala de medición Numérica.

GRÁFICO 3: Pregunta Orientadora / Escalas de:  
intensidad, actitud, desempeño, efectividad o cantidad

RP: Reactivo Positivo

RN: Reactivo Negativo

E: Emoción

RP1 = Inspirado

RP2 = Interesado

RP3 = Dispuesto

RP4 = Alegre

RP5 = Sorprendido

RP6 = Curioso

RP7 = Orgullosa

RP8 = Tranquilo

RP9 = Entusiasmado

RP10 = Seguro

RN1 = Disgustado

RN2 = Apático

RN3 = Tenso

RN4 = Triste

RN5 = Aterrorizado

RN6 = Indiferente

RN7 = Decepcionado

RN8 = Asustado

RN9 = Enojado

RN10 = Preocupado

E1 = Comprensible

E2 = Intuitivo

E3 = Agradable

E4 = Comunicativo

E5 = Estético

E6 = Útil

E7 = Atractivo

E8 = Versátil

E9 = Acertado

E10 = Amable



# ARTEFACTO 01 / Marca Altaria

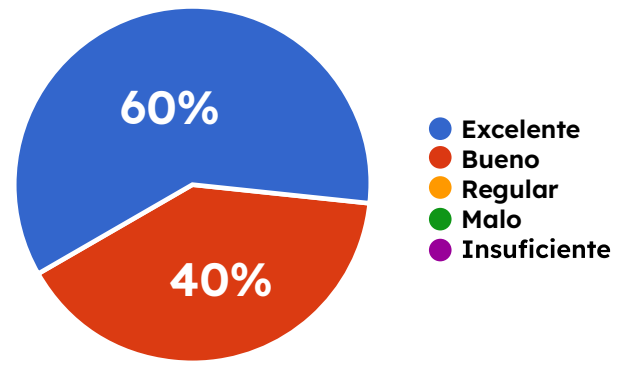
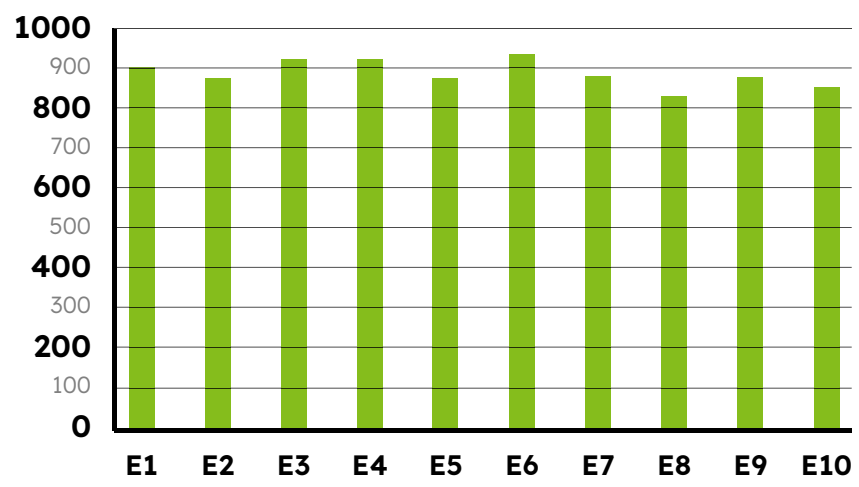
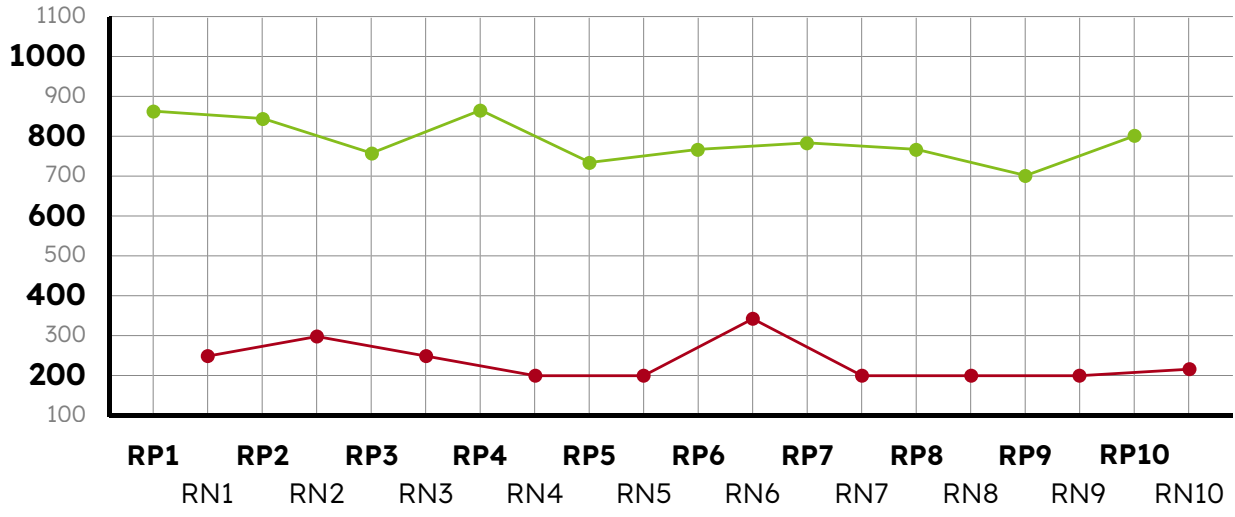


Figura 128. Gráficos resultados Artefacto 01 Fuente: Elaboración propia





# ARTEFACTO 02 / Medios de Difusión

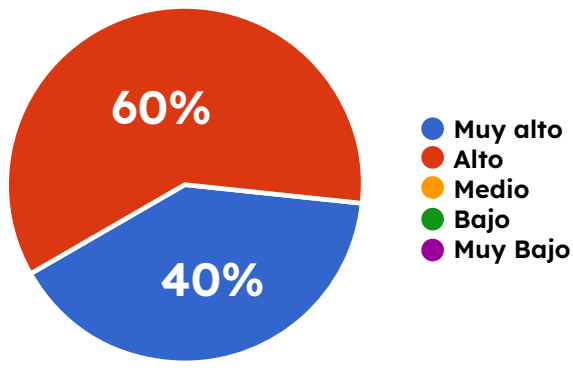
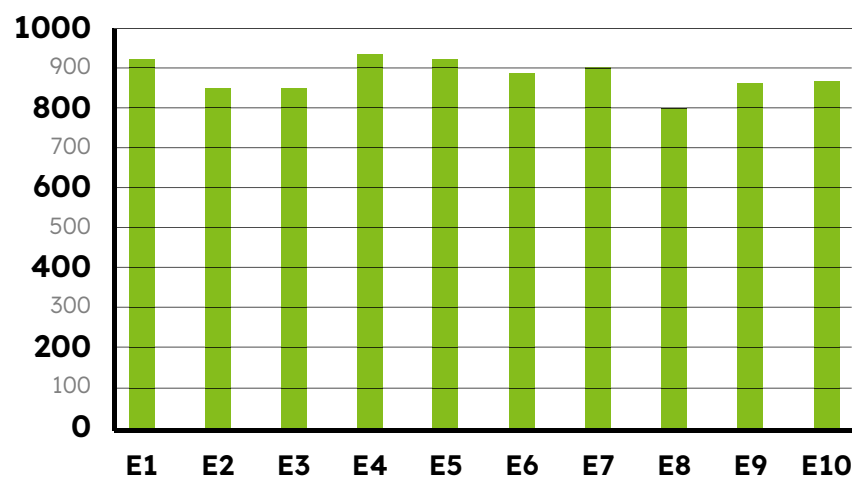
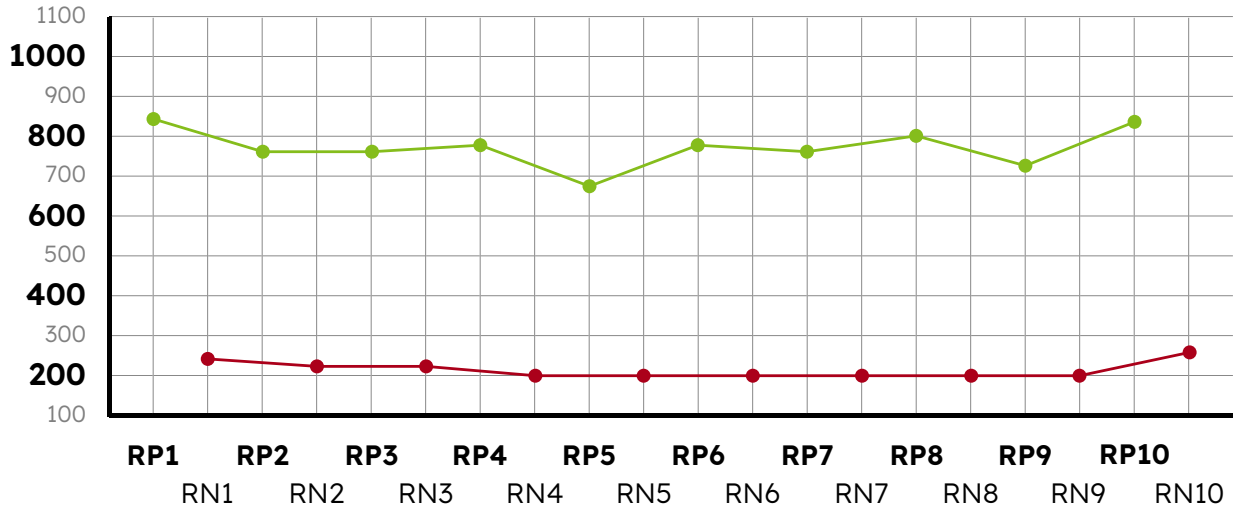


Figura 129. Gráficos resultados Artefacto 02 Fuente: Elaboración propia



# ARTEFACTO 03 / Sistema Señalético

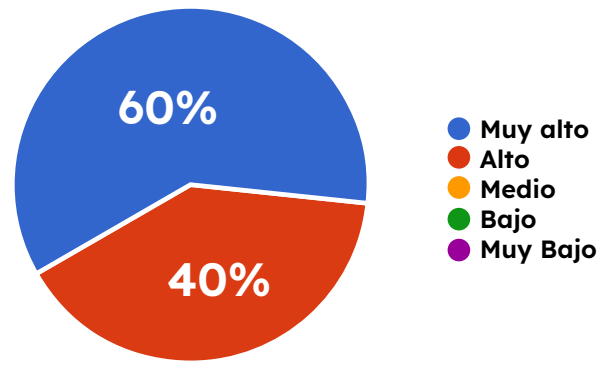
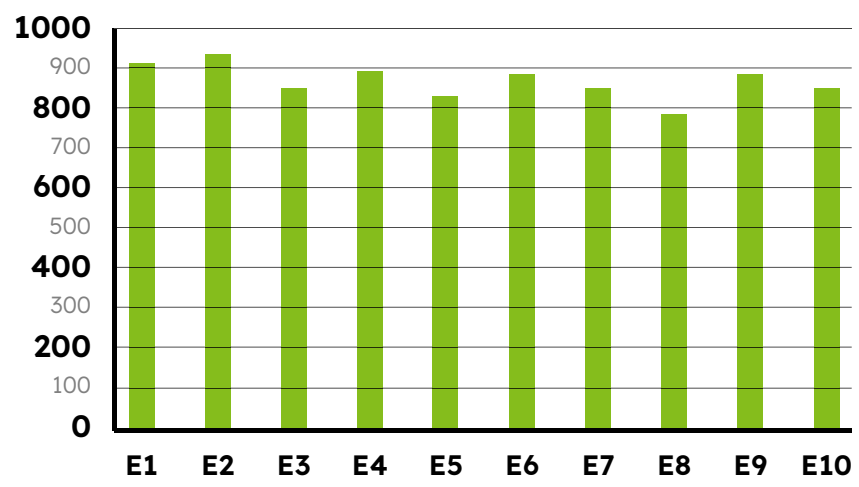
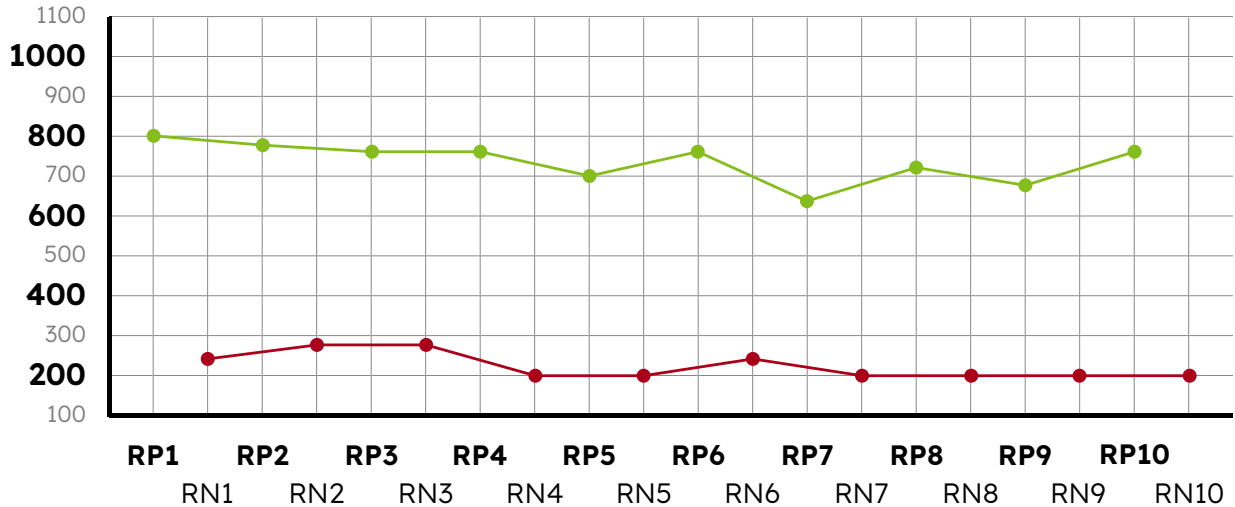


Figura 130. Gráficos resultados Artefacto 03 Fuente: Elaboración propia



# ARTEFACTO 04 / Museografía

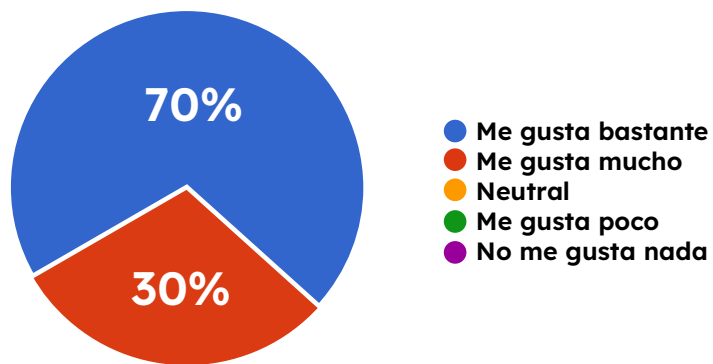
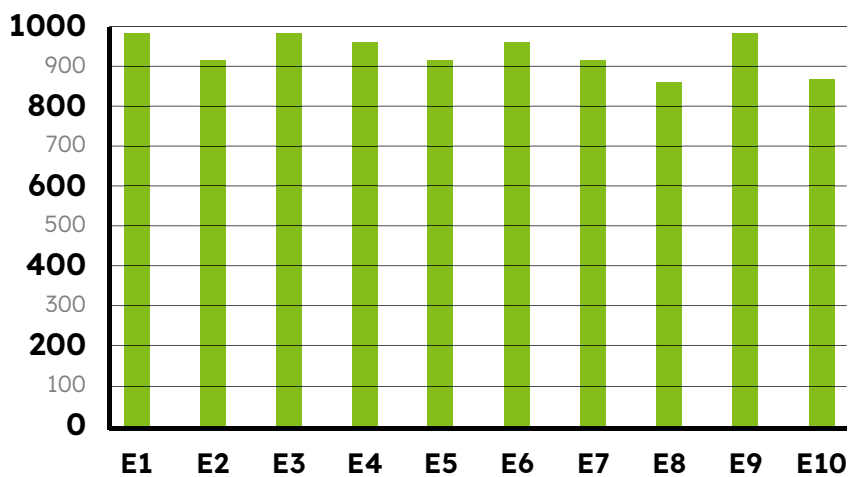
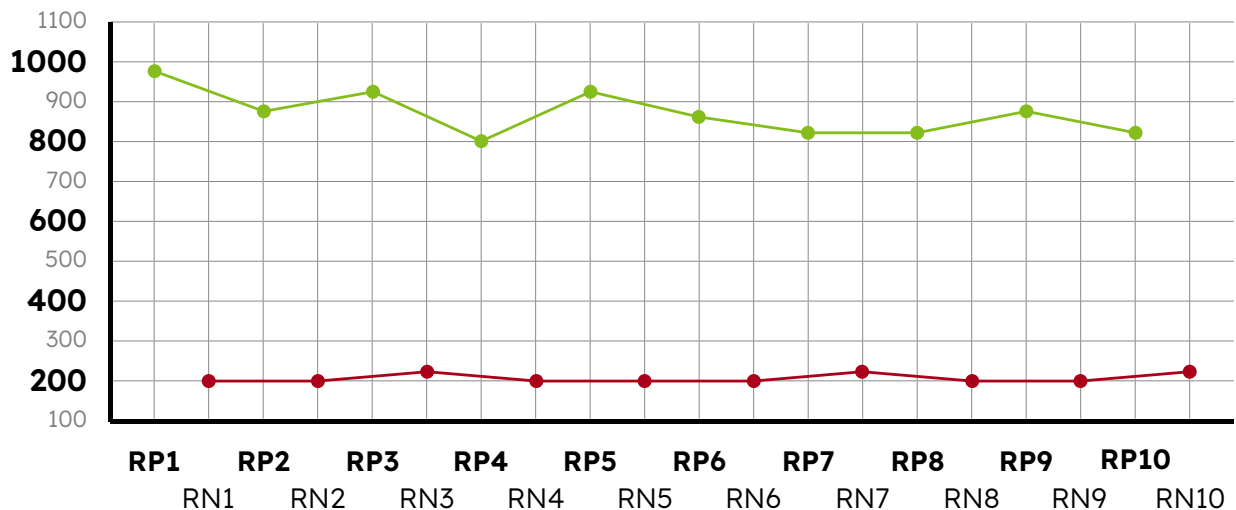


Figura 131. Gráficos resultados Artefacto 04 Fuente: Elaboración propia



# ARTEFACTO 05 / Diseño de Servicio

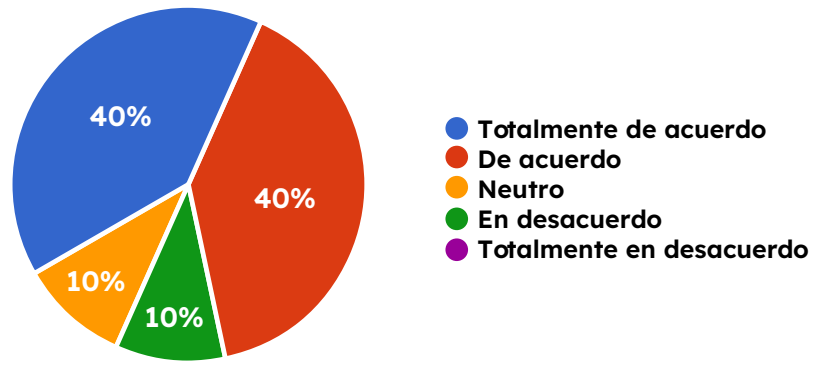
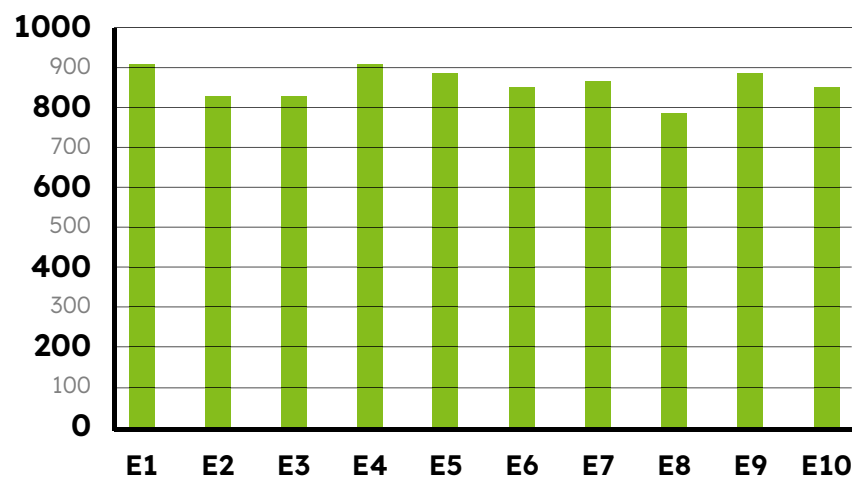
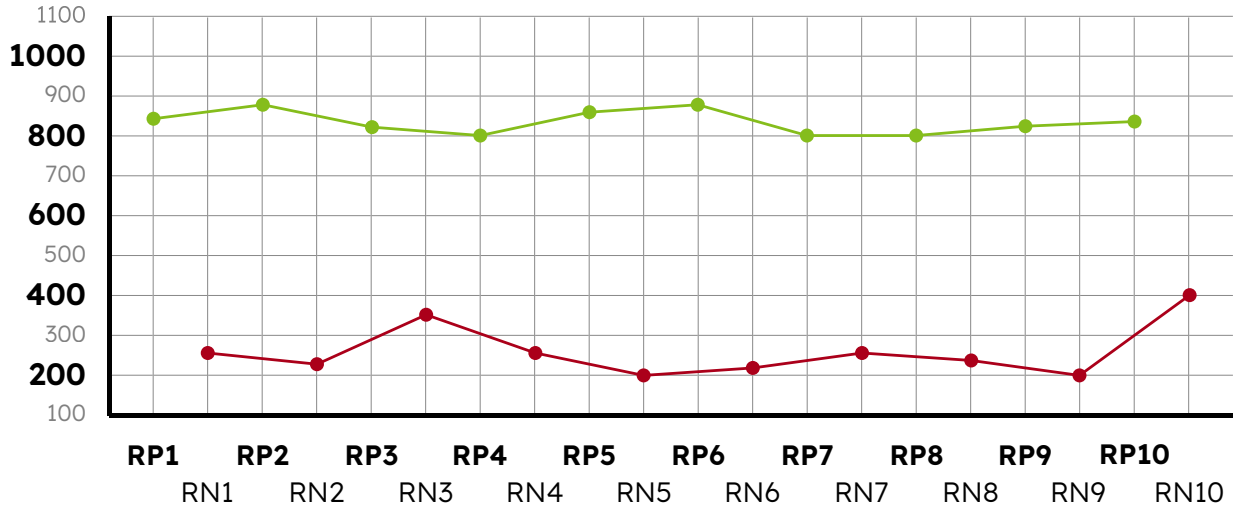


Figura 132. Gráficos resultados Artefacto 05 Fuente: Elaboración propia



## IMPACTO

Se ha seleccionado una muestra de 10 personas que corresponden a los usuarios que se ha mencionado en anteriores fases, concuerda a la muestra descrita en la estructura general del proyecto, como lo son expertos, feligreses que han tenido contacto con el Templo de Santiago Apóstol, e integrantes de la propia comunidad Capuchina, no obstante dichas personas de la comunidad religiosa programaron la aplicación de estos indicadores en una fecha posterior a la presentación de este documento.

Se evidencia que en general son resultados positivos que permiten visualizar un poco acerca de la comparación de efectividad o aceptación entre los artefactos presentados, en cuanto las reacciones negativas en general son inexistentes a excepción de algunos resultados que quizás se expliquen por tener algunas dudas de como se aceptará dichas estrategias en la comunidad.

El artefacto que tuvo mayor acogida fue la museografía, con índices de más reacciones positivas y menos negativas, en cambio la estrategia que tiene más desbalance es el diseño de servicio, aunque si tiene resultados positivos, posiblemente sea más el complejo de aceptar, por el grado de innovación o el gran cambio que significa a las características que están acostumbrados.



# APLICACIÓN DE INDICADORES

Con el fin de evidenciar la aplicación de estos indicadores de manera virtual, se utilizó la herramienta de Drive: Google Forms, con el fin de facilitar el diligenciamiento de la información necesaria.

A continuación se presentan el panel de editor del formulario junto a las respuestas inmediatas que arroja el software, claramente en páginas anteriores fueron trasladadas a un método de visualización más ordenado y claro.

Si desea puede verificar estos datos en el siguiente enlace de acceso:  
<https://docs.google.com/forms/d/1vWrYYRjphBH9ofK4AoV8aMfRREcKDVzozc-kg7OK2c18/edit?usp=sharing>

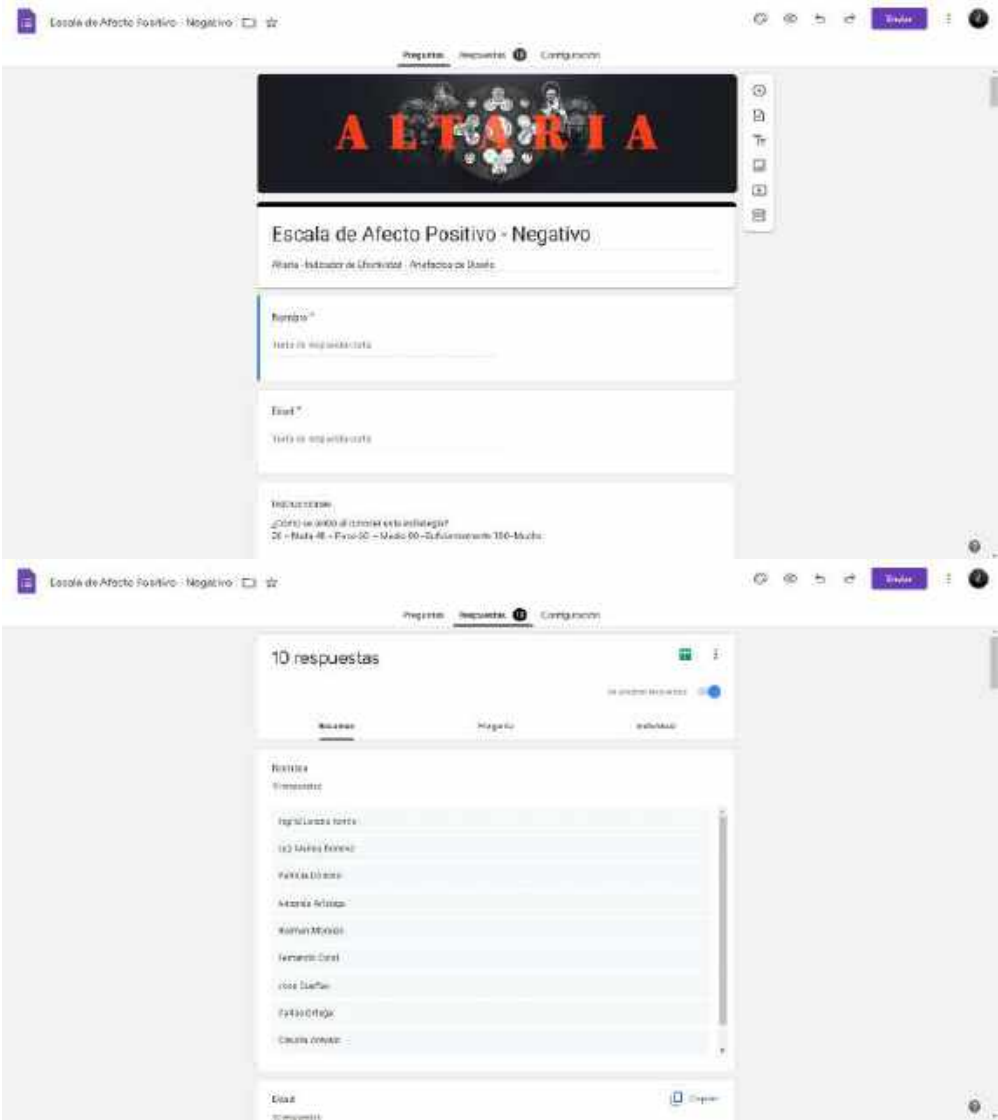
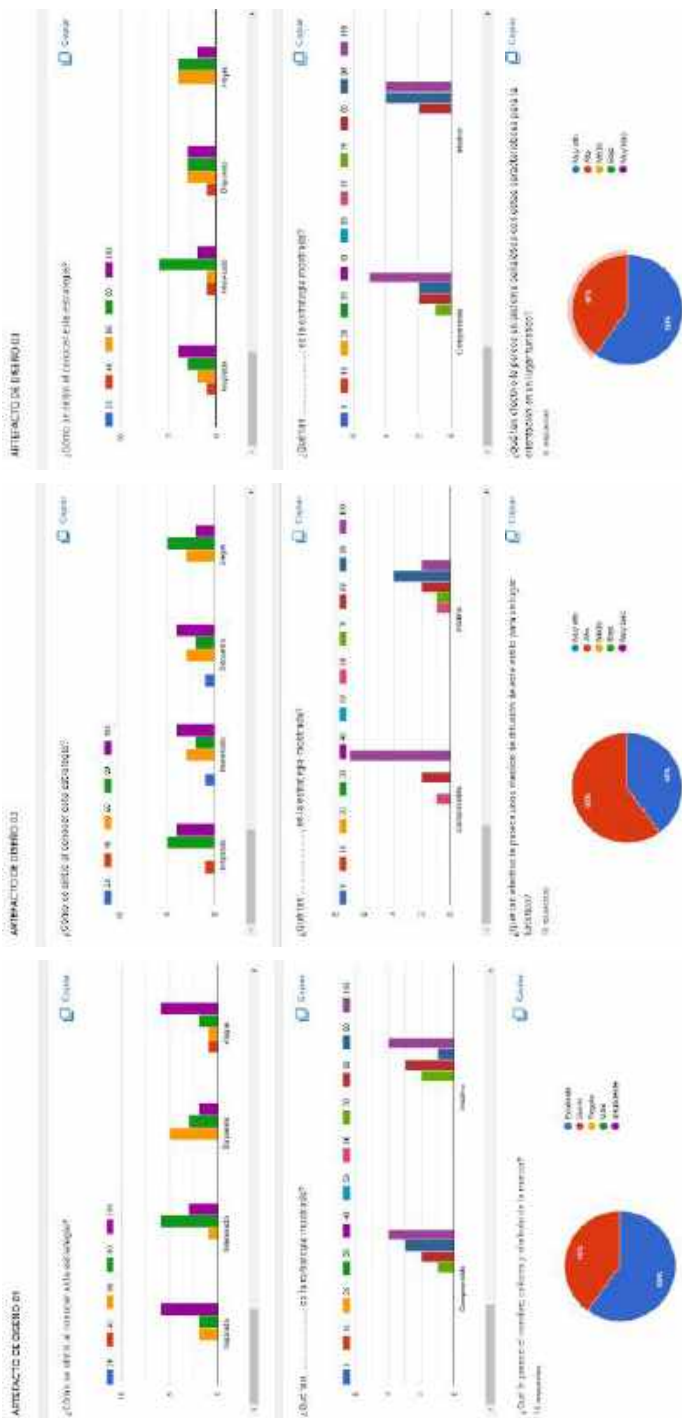


Figura 133. Panel de editor - Google Forms Fuente: Elaboración propia



Figuras 134-138. Gráficos - Google Forms Fuente: Elaboración propia

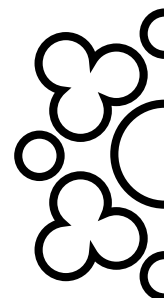






**ALTARIA**

# **RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN**



**Capítulo Conclusiones Proyectuales**

# Replicabilidad

A partir de la formación de los semilleros de investigación del programa de Diseño Gráfico este proyecto ha tenido la posibilidad de participar en diferentes eventos de investigación a nivel institucional, nodal, nacional e internacional desde el año 2019 hasta el presente año 2022, obteniendo altos puntajes ya que se ha abierto las puertas de optar a participar de manera internacional, así que el presente proyecto ha pasado por la opinión y vista de diferentes jurados, públicos y expertos donde siempre ha mostrado una actitud positiva frente al mismo y ha generado aportes metodológicos, teóricos y proyectuales a la investigación.

A continuación se describen los eventos donde hemos participado como ponentes junto a su respectivo certificado, no obstante antes de eso, es importante mencionar que el proyecto también posee la publicación de un artículo de investigación en las memorias del evento internacional titulado SABIC: Salón Binacional de Investigación Creación, desarrollado en el año 2019.



Fotografía 86. Extracto Ponencia SABIC 2019 Fuente: Elaboración Propia

## Ponentes en el 2do Encuentro de Semilleros RAD Salón Binacional de Investigación Creación - Noviembre 2019



Figura 139. Certificadores Ponentes SABIC 2019



## Ponentes en el VI Encuentro Institucional de Semilleros de Investigación - Mayo 2020



Figura 140. Certificados Ponentes Institucional CESMAG 2020

## Ponentes en el Primer Encuentro de Semilleros RED - Octubre 2020



Figura 141. Certificados Ponentes Semilleros RED

## Ponentes en el Tercer Encuentro ENCIDIARTEC 2020 - Noviembre 2020



Figura 142. Certificados Ponentes ENCIDIARTEC 2020

## Ponentes en el VII Encuentro Institucional de Semilleros de Investigación - Abril 2021



Figura 143. Certificados Ponentes Institucional CESMAG 2021



## Ponentes en el XXIV Encuentro Nacional y XVIII Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación - Noviembre 2021



Figura 144. Certificados Ponentes RED COLSI 2021

## Seremos expositores en el XIII Congreso Latinoamericano de Enseñanza del diseño en la Universidad de Palermo - Julio 2022



Figura 145. Ponencia confirmada Univesidad de Palermo 2022

**Publicación Artículo de Investigación Memorias  
2do Encuentro de Semilleros RAD Salón binacional de  
Investigación Creación - Noviembre 2019**



**DISEÑO INTEGRAL A PARTIR DE LOS  
ELEMENTOS MORFOLÓGICOS Y ARTÍSTICOS  
DEL TEMPLO DE SANTIAGO APÓSTOL**

**Entorno Cultura**

**Carlos Eduardo Jimenez Donoso**  
carlosj061020@gmail.com

**María Fernanda Ramírez Arévalo**  
feramirez151@gmail.com  
Universidad CESMAG  
Tipos Móviles  
Pasto, Nariño.

**Palabras Clave:** Diseño integral, diseño de servicio, experiencia de usuario, patrimonio histórico, turismo sostenible.

Figura 146. Portada Artículo de Investigación Memorias SABIC 2019 Fuente: RAD (2019)

# Conclusiones

El estudio al Templo de Santiago Apóstol en función de la creación de artefactos de diseño y otros elementos comunicativos ha posibilitado evidenciar el aporte que tiene el diseño integral como eje de formación de estrategias frente al turismo sostenible, proporcionando los resultados teóricos, metodológicos y de diseño necesarios para generar productos turísticos interesantes y funcionales dentro del paradigma que engloba un sitio con gran valor patrimonial.

La desapropiación, la falta de pertinencia, el carecimiento de elementos gráficos y visuales, la difusión de información, eso sin contar el “abandono” que tiene la planta física; son innumerables problemas que esta contribuyen al deterioramiento de un inmueble considerado patrimonio cultural como lo es el objeto de estudio, al igual que le pasa a muchos de los templos presentes en la ciudad, conforme a ello si no existe acción alguna, el valor que poseen tiende a perderse en su mayoría; historia, arte o arquitectura que viene con una carga implícita de muchos años y en contrapartida que nos encontramos en la era de información, desaparece.

Dado el aporte del proyecto y el nicho social y turístico que intenta impactar, surge la pregunta ¿Por qué es importante resaltar un ícono de nuestra ciudad y nuestra identidad? Así que Altaria extrae las características de esos lugares, objetos o personas para que se puedan proyectar el futuro de las comunidades y el arraigo al patrimonio que nos antecede, es viable mantener nuestro legado y poder evolucionar como muchas otras poblaciones alrededor del mundo que aprovechan sus bienes únicos para su propia economía, turismo, salvaguardia y conservación de conocimiento.

Los elementos históricos y artísticos del Templo de Santiago Apóstol brindan un variedad inmensa de inspiración para cualquier artista que lo conozca, sin embargo el conocimiento que guardan estos objetos no que ahí ya que el trasfondo funcional, simbólico e histórico que guardan implícitamente invita a seguir ahondando en el significado del templo para San Juan de Pasto y su entorno, avalando la posibilidad de otras actividades alrededor de la riqueza formal que posee.

Aunque el templo es considerado por muchos usuarios en un lugar turístico, se ha concluido que padece de dos grandes paradigmas que evidentemente se intentaron impactar en el recorrido de este proyecto, no obstante a partir de la oportunidad y necesidad de potenciar el turismo, hasta el punto de volverlo sostenible, se logró percibir el panorama carente en la ciudad de San Juan de Pasto ya que es indudable la falta de productos turísticos que apoyen a este tipo de lugares y más aún en el turismo religioso es imperioso aportar actividades que promuevan atractivo y movimiento para visitantes locales y extranjeros.

Como se hablaba anteriormente el diseño integral ha adjudicado un aporte bastante sustancial por razón de generar el conocimiento esencial para caracterizar a un objeto de estudio, dotarlo de herramientas adaptadas a sus características y





claramente generar diseño pero desde una perspectiva holística del paradigma de investigación, después de reconocer su importancia para la presente investigación y para cualquier otra, se evidencia la ventaja que proporciona frente a otras tipologías proyectuales que tantean un problema o solución netamente de manera superficial.

El procesamiento de información por parte del propio desarrollo de la investigación y su quehacer del conocimiento ha suministrado la relevancia suficiente al concepto de diseño como pilar sistemático de todo el desarrollo gráfico y conceptual, desde la propia abstracción y simplificación de datos fue impresionante identificar esas ideas clave que arrojan la totalidad del proyecto con máxima conexión con las características y objetivos de la investigación.

Un proyecto de investigación, tiene la facultad para transformar realidades, resignificar espacios y el mismo ejercicio de investigar da paso a que la creación de artefactos de diseño tomen relevancia en el mundo actual como mecanismos o estrategias reales y eficaces para ser sostenibles durante el tiempo y sean considerados ejes de desarrollo para usuarios, comunidades, ciudades y países que lo necesitan como es el caso del Templo de Santiago Apóstol.

Este proyecto ha entregado la capacidad de demostrar como el desconocimiento en general de las aptitudes de las profesiones creativas y de comunicación en realidad pueden actuar como instrumentos portadores de historias, recuerdos y mensajes positivos en las personas como seres conscientes del territorio que habitan para conservarlo y exaltar su herencia cultural. Finalmente destacar el papel de la investigación creación, que permitió generar conocimiento de manera orgánica e independiente, desde el mismo camino epistemológico hasta la teorización del diseño, el continuo contraste de autores y la información que entrega los artefactos, propició que sea posible la creación de resultados desde y para el diseño.

## Recomendaciones

### Recomendaciones Metodológicas:

En este punto de vista los aportes a partir de este proyecto han sido generados desde y para el diseño ya que como se ha mencionado en capítulos anteriores, la metodología creada y utilizada en la presente investigación, su objetivo fue ser aplicada desde el patrimonio cultural inmueble y para el turismo sostenible y ajustada durante todo el recorrido proyectual en instrumentos y aplicación, para que sea lo más efectiva posible, sufriendo modificaciones para que las técnicas seleccionadas tengan los resultados con mayor aporte posible, así que en el caso de que sea extrapolada a otros sitio de interés cultural, puede ser bastante viable su aplicación y entrega de aportes metodológicos.

### Recomendaciones Teóricas:

Antes que todo es recomendable seguir investigando acerca de este tema del turismo sostenible conjunto al diseño integral ya que entregan aportes bastante acer-



tados para la investigación creación al igual que se puede seguir indagando a mayor profundidad sobre este objeto y tema de estudio dada la importancia del turismo religioso en la ciudad de San Juan de Pasto, ligado al valor histórico, arquitectónico y artístico que poseen es casi impensable dejar pasar la oportunidad de conocer y difundir dicha información.

Se recomienda seguir con esta línea epistemológica de conocimiento donde varias partes de una investigación están en constante contraste con el fin de fortalecerse mutuamente, dicho en otras palabras, por ejemplo los artefactos tienen la tendencia en mejorar, como pasó en este proyecto, cuando se enfrentaba con información teórica y metodológica al igual que las mismas cualidades de las estrategias entregaban hipótesis de acción frente a lo que dicen los autores en otros estudios.

## Bibliografía

- Agreda Montenegro, E. J. (2004). *Guía de Investigación Cualitativa Interpretativa* (1 ed.). Pasto: Editorial Universidad Cesmag.
- Alano, A. (2021).
- Albán Flores, C. J. (11 de Diciembre de 2020). *Luces y Memoria*. Pasto.
- Antezana Guizada, C. M. (Diciembre de 2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero*, 22(35), 23-37.
- Aranzazu López, C. U., Bahamón Cardona, C. A., & Beltrán Cardona, D. F. (2018). Narrativas museográficas interactivas. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 10(19), 75-86.
- Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. *Turismo y Sociedad*, 17, 143-153. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261187004>
- Arias Martinez, C. (2021).
- Arteaga Hoyos, A. (25 de Febrero de 2022). El valor simbólico del Templo de Santiago Apóstol. (C. E. Jiménez Donoso, & M. F. Ramírez Arévalo, Entrevistadores)
- Banco de la República. (s.f.). Biblioteca Virtual. <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/pl7054coll17/id/137/>
- Bayazit, N. (2004). Investigating Design: A Review of Forty Years of Design Research. *Design Issues*, 20(1), 16-29.
- Bertoldi, S., Fiorito, M. E., & Álvarez, M. (2006). Grupo Focal y Desarrollo local: aportes para una articulación teórico-metodológica. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 17(33), 111-131. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14503304>
- Bolaños Rueda, Á., Morales Upegui, H., & Ortega Enríquez, R. (2010). La Arquitectura del periodo republicano en Pasto, su influencia en Nariño y su relación con Colombia. *Revista Investigium IRE Ciencias Sociales y Humanas*, 148-169.
- Bradley, D. (2 de Diciembre de 2020). *Modarchitecture*.
- Cabrera Martínez, A. M., & Vidal Ortega, A. (2017). Organización del patrimonio cultural en Colombia: Una categoría inexplorada. *Historelo*, 9(18), 383-421. <https://doi.org/http://>



dx.doi.org/10.15446/historelo.v9n18.59638

- Cabrera, M. A. (s.f.). Turismo Religioso Travel. <https://www.turismoreligioso.travel/patrimonio/basilica-del-voto-nacional/>
- Camacho Caicedo, T. A. (2012). *Arquitectura Religiosa en San Juan de Pasto*. Pasto.
- Cánoves Valiente, G., & Blanco Romero, A. (2011). Turismo Religioso en España: ¿La Gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente. *Cuadernos de Turismo*(27), 115-131. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139791>
- Carhuaricra, J. C. (2015). Contribuciones epistemológicas de la investigación cualitativa a las ciencias de la educación. *Horizonte de la Ciencia*, 5(8), 69-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2015.8.122>
- Carrazana Amador, T. C. (2017). Las relaciones internacionales y el turismo. *Economía y Desarrollo*, 211-224. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381016>
- Castillo Ruiz, J. (10 de Octubre de 2007). El futuro del Patrimonio Histórico: la patrimonialización del hombre. *E-rph: Revista electrónica de Patrimonio Histórico*(1), 0-35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4012918>
- Cerezuela, D. (2013). Diseño integral de proyectos culturales. *Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya*, 1-23. <http://atalayagestioncultural.es/pdf/07.1.pdf>
- César Dachary, A. A., César Arnaiz, F., & Arnaiz Burne, S. (26 de Noviembre de 2018). La Formación del “mundo del turismo”: Una larga historia. *Revista Latino-Americana De Turismología*, 8-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.34019/2448-198X.2018.v4.10043>
- Chaves, G. E. (1970). El paisaje arquitectónico de los templos de Pasto. *Revista Cultura Nariñense*(28).
- Comisión Fílmica de Bogotá. (s.f.). Museo Santa Clara.
- Costa, J. (1987). *Señalética*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Costa, J. (2012). Construcción y gestión estratégica de la marca. *Luciernaga*, 20-25.
- COTELCO. (s.f.). Tazzioli Café. Manizales.
- Cuesta M, O. (Mayo-Julio de 2012). LA COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA LATINOAMERICANA. *Razón y Palabra*(79). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411024>
- Domínguez Vila, T., Fraiz Brea, J. A., & Alén González, M. E. (2011). Turismo y Accesibilidad. Una visión global sobre la situación de España. *Cuadernos de Turismo*(28), 23-45. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39821278002>
- Echeverry, K. A. (5 de Agosto de 2019). Catedral Basílica de Manizales Nuestra Señora del Rosario, construcción única en su género. *EdA Esempi di Architettura*, 1-28. [https://www.researchgate.net/publication/342171430\\_Catedral\\_Basilica\\_de\\_Manizales\\_Nuestra\\_Senora\\_del\\_Rosario\\_construccion\\_unica\\_en\\_su\\_genero?enrichId=rgreq-fc767e-208d41241be88fa050a641802c-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MjE3MT-QzMDtBUzo5MDI2Mzg4NzA3NDA5O](https://www.researchgate.net/publication/342171430_Catedral_Basilica_de_Manizales_Nuestra_Senora_del_Rosario_construccion_unica_en_su_genero?enrichId=rgreq-fc767e-208d41241be88fa050a641802c-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MjE3MT-QzMDtBUzo5MDI2Mzg4NzA3NDA5O)
- El Tiempo. (24 de 12 de 2021). Historias El Tiempo. *Que-es-la-navidad-negra-en-colombia*: <https://www.eltiempo.com/historias-el-tiempo/que-es-la-navidad-negra-en-colombia-aca-le-contamos-641163>
- El Tiempo. (s.f.). Historias El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/historias-el-tiempo/que-es-la-navidad-negra-en-colombia-aca-le-contamos-641163>
- ElEnfoque. (27 de Noviembre de 2017). ¡Salven el Museo del narciso en Carondelet! ht-



- [tps://4pelagatos.com/2017/11/27/salven-el-museo-del-narciso-en-carondelet/](https://4pelagatos.com/2017/11/27/salven-el-museo-del-narciso-en-carondelet/)
- ElEnfoque. (18 de Marzo de 2017). Correa destina medio millón de dólares para hacerse un museo. <https://4pelagatos.com/2017/03/18/correa-destina-medio-millon-de-dolares-para-hacerse-un-museo/>
- España, T. (Marzo de 2022). Cafe Museo la Palma. Pasto.
- Estrada Díaz, J. (Julio-Diciembre de 2011). Problemas para la renovación de la Iglesia. Revista Iberoamericana de Teología, 7(13), 91-116. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125222760004>
- Fauxels. (22 de Octubre de 2019). Persona Que Usa Gafas De Realidad Virtual. <https://www.pexels.com/es-es/foto/persona-que-usa-gafas-de-realidad-virtual-3183164/>
- Fernández Montalvo, J. (3 de Marzo de 2022).
- Fritsche, K. (2011). What is Service Design? Fritsche, K. (2011). What is Service Design? : A simplified guide to aid in today's confusion about a new discipline of business. Tampere University of Applied Sciences.
- Gende, C. E. (2019). Una visión hermenéutica del contexto cultural contemporáneo. En-claves del pensamiento, 13(25), 164-168. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141160244008>
- Generación Anáhuac. (4 de Noviembre de 2019). Turismo sostenible, el futuro de México. Anahuac: <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/turismo-sostenible-el-futuro-de-mexico>
- Gértrudix Barrio, M., Rajas Fernández, M., & Álvarez García, S. (2017). Metodología de producción para el desarrollo de contenidos audiovisuales y multimedia para MOOC. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 20(1), 183-203. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331450972010>
- Gil-Mastalercayk, J. (2016). The Place and Role of Religious Architecture in the Formation of Urban Space. Procedia Engineering, 161, 2053-2057.
- Gobernación de Nariño - Oficina de Turismo. (s.f.). Nariño: Ruta del Arte y la Arquitectura Religiosa - Patrimonio Cultural Inmueble. Pasto.
- Gómez López, A. (2015). La misión capuchina y la amenaza de la integridad territorial de la Nación, siglos XIX y XX. BOL E T Í N CULTURA L Y B I B L IOGRÁ F ICO, 49(89), 7-23.
- Graphéine. (20 de Septiembre de 2015). Saint-Étienne Opera House - Brand design. Paris. <https://www.behance.net/gallery/26146543/Saint-Etienne-Opera-House-Brand-design>
- Graphéine. (17 de Mayo de 2016). Paris Convention and Visitors Bureau. <https://www.behance.net/gallery/37274419/Paris-Convention-and-Visitors-Bureau-Brand-design>
- Graphéine. (17 de Mayo de 2016). Paris-Convention-and-Visitors-Bureau-Brand-design. Paris.
- Guillem, R. (3 de Enero de 2021). Coaching Valencia. <https://www.coachingvalencia.com/2021/01/resignificar-nuestra-historia-estrategia-de-transformacion-para-fortalecer-nuestra-identidad/>
- Herrera Pardo, J. (2016). La responsabilidad ante el patrimonio. DEARQ - Revista de Arquitectura(18), 162-163. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=341649737021>
- Hola América. (19 de Junio de 2021). <https://twitter.com/HolaAmerica/status/1406371213241323524>
- Horta Mesa, A. A. (2018). Exégesis de repaso a la episteme del diseño. Actio(2), 126-137. <http://>



[www.iit.unal.edu.co/revista-actio/revistas/actio2-2018/actio2-2018\\_article9.html](http://www.iit.unal.edu.co/revista-actio/revistas/actio2-2018/actio2-2018_article9.html)

Hughes, H. (09 de 12 de 2019).

Ibáñez Villalobos, G. P. (2018). De los métodos en señalética, wayfinding y diseño gráfico experiencial. De los métodos y las maneras, 21-29. <http://hdl.handle.net/11191/6138>

Integración y diseño del producto turístico, aplicado a la región central del destino Cuba. (15 de Enero de 2013). *Geographos*, 4(35), 69-92.

Israel\_destination. (2021).

Jiménez Donoso, C. E., & Ramírez Arévalo, M. F. (Noviembre de 2019). Diseño integral a partir de los elementos morfológicos y artísticos del templo de Santiago Apóstol. En R. A. Diseño, *La investigación en la disciplina del diseño: Una mirada para contribuir para contribuir a la discusión - Memorias SABIC - Semilleros RAD* (págs. 100-105). Pasto: Red Académica de Diseño.

Kaminsky, M. (11 de Abril de 2018). *Identidad | Teatro Cervantes*. Buenos Aires. <https://www.behance.net/gallery/64326237/Identidad-Teatro-Cervantes-Diseno-2-Gabriele>

Klier, H. (20 de 10 de 2018).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Principles of Marketing Versión para Latinoamérica* (11 ed.). Naucalpan de Juárez: Pearson Education.

La República. (16 de Abril de 2019). <https://www.larepublica.co/economia/el-turismo-religioso-durante-esta-semana-atrae-a-112600-viajeros-internacionales-2852000>

Lafaurie, D. (2018). <https://www.daniellelafaurie.com/hijas-del-agua-en-el-museo-iglesia-santa-clara>. <https://www.daniellelafaurie.com/hijas-del-agua-en-el-museo-iglesia-santa-clara>

Machado Chaviano, E. L. (15 de Enero de 2013). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino. *Geographos*, 4(35), 69-92. <http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>

Making Paradise. (2020).

Marín Gallego, J. D. (29 de Octubre de 2009). El conocimiento pedagógico fundamentado en una epistemología de los sistemas complejos y una metodología hermenéutica. *Magistro*, 3(6), 13-25. <http://revistas.usta.edu.co/index.php/magistro/article/view/554>

Meneses, W. (2021). Pasto.

Merakiwork. (5 de Junio de 2019). Merakiwork. <https://merakiwork.com/gestionar-una-marca/diseño-para-emprendedores/que-es-el-diseño-integral/#:~:text=El%20Dise%C3%B1o%20integral%20incorpora%20al,el%20objeto%20de%20su%20trabajo>

Mesa Jaramillo, A. (2020). *Arquitectura Religiosa*. *Revista Institucional*, 23(83), 182-192. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista-institucional/article/view/3347>

Mesías Rosas, O., Ortega Enríquez, R., & Enríquez Guerrero, M. (2005). *Pasto Republicano*. San Juan de Pasto: Imprelibros.

Millán Vázquez de la Torre, M. G., Pérez, L., & Martínez Cárdenas, R. (2016). Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(1), 85-97. <https://doi.org/10.31876/rcc.v22i1.24898>

Ministerio de Cultura. (2008). *Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/salvaguardia-patrimonio-cultural-inmaterial/Documents/03\\_politica\\_salvaguardia\\_patrimonio\\_cultural\\_](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/salvaguardia-patrimonio-cultural-inmaterial/Documents/03_politica_salvaguardia_patrimonio_cultural_)



inmaterial.pdf

- Moliné, M. (2000). *La fuerza de la publicidad: saber hacer buena publicidad, saber administrar su fuerza* (1 ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Monstera. (29 de Julio de 2020). Comunidad.
- Morales Miranda, J. (2015). Interpretación del patrimonio y Museografía. *Un romance posible*. (11), 9-24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6564919#:~:text=La%20interpretaci%C3%B3n%20del%20patrimonio%20es,de%20los%20mensajes%20en%20museos.>
- Morales, H. (18 de Febrero de 2022). *La arquitectura del Templo de Santiago Apóstol*. (C. Jiménez Donoso, & M. Ramírez Arévalo, Entrevistadores)
- Moran Sttapper, D. P., Santacruz López, A. C., & Santacruz López, N. J. (2003). *Aplicación Multimedial “Templos y Capillas del Centro Histórico de San Juan de Pasto”*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Moreno Freites, Z., Ziritt Trejo, G., & Silva, H. (25 de Marzo de 2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(2), 104-130. <https://doi.org/https://doi.org/10.37960/revista.v24i2>
- Mreyen, P. (s.f.). Museo Quinta de Bolívar. <https://www.latrotamundos.com/2012/07/16/48-horas-en-bogota/>
- Mumu. (11 de Julio de 2017). Pasto Capital del Sur.
- Mumu. (11 de Junio de 2017). Pasto: Capital del Sur. <http://mumu.com.co/portfolio/pasto/>
- Muñoz Rojas, C. (2010). Redefiniendo la memoria nacional: debates en torno a la conservación arquitectónica en Bogotá, 1930 - 1946. *Historia Crítica*(40), 20-43. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81115380002>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.ods.gov.co/es/objetivos/trabajo-decente-y-crecimiento-economico>
- Pasuy Arciniegas, W. (5 de Marzo de 2012). Jongovito (Pasto, Colombia) y la fiesta de San Pedro y San Pablo: sincretismo andino y católico. *Apuntes*, 25(1), 140-151. <http://www.scielo.org.co/pdf/apun/v25n1/v25n1a13.pdf>
- Peña Miranda, D. (2009). Los instrumentos legales de la política turística como base para un turismo responsable y sostenible en Latinoamérica: análisis para Colombia, Perú, México y honduras. *Revista de Análisis Turístico*(8), 33-43.
- Pérez Tobar, G., & Portilla Erazo, L. (2013). *Herencia patrimonio arquitectónico religioso*. Pasto: Universidad de Nariño.
- Pinker Moda. (26 de Octubre de 2020). Pinker Moda. “Innovación para el Futuro”, las tendencias PV 2023 de AEC y WGSN: <https://pinkermoda.com/tendencias-calzado-pv-2023/>
- Pixabay. (22 de Diciembre de 2016). *Fotografía En Escala De Grises Mujer Haciendo Yoga*. <https://www.pexels.com/es-es/foto/fotografia-en-escala-de-grises-mujer-haciendo-yoga-268092/>
- Portillo Muñoz, M. A. (13 de Diciembre de 2020). Templo de la Merced. Pasto.
- Presidencia de la República del Ecuador. (s.f.). El Palacio de Gobierno se alista para ser Museo. <https://www.presidencia.gob.ec/el-palacio-de-gobierno-se-alista-para-ser-museo/>
- Puyuelo Cazorla, M., Val Fiel, M., Merino Sanjuán, L., & Felip Miralles, F. (Enero de 2011). *Representaciones virtuales y otros recursos técnicos en la accesibilidad al patrimonio cul-*



tural. EGA Revista de Expression Grafica Arquitectonica, 164-173. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4995/ega.2011.919>

- Ramírez Carmenate, F., Thomas Ferrer, F., Brooks Quiala, M., & Arias López, Y. (2017). Reflexiones metodológicas sobre el diseño de Programa de asignatura. *Revista Información Científica*, 96(3), 486-495. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551764112015>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. <https://dle.rae.es/hito>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. <https://dle.rae.es/ascensi%C3%B3n>
- Restrepo Acosta, F. (8 de Agosto de 2010). Entrada de la Quinta de Bolívar. [https://es.wikipedia.org/wiki/Quinta\\_de\\_Bol%C3%ADvar#/media/Archivo:Entrada\\_de\\_la\\_Quinta\\_de\\_Bol%C3%ADvar.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Quinta_de_Bol%C3%ADvar#/media/Archivo:Entrada_de_la_Quinta_de_Bol%C3%ADvar.jpg)
- Rizo Aguilera, L. M., & López Arias, E. M. (2015). El patrimonio arquitectónico de Santiago de Cuba vinculado a la industria ligera en el período republicano: 1902-1958. *Arquitectura y Urbanismo*, 36(3), 20-34. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376841788002>
- Rizo Garcia, M. (2004). La comunicación como base para la interacción social. *Aportaciones de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración*. *Global Media Journal*, 1(2), 0. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68710210>
- Rodríguez Castilla, L., Gonzáles Hernández, D., & Pérez González, Y. (1 de Enero de 2017). De la arquitectura de información a la experiencia de usuario: Su interrelación en el desarrollo de software de la Universidad de las Ciencias Informáticas. *E-Ciencias de la Información*, 7(1), 155-176. <https://doi.org/10.15517/eci.v7i1.24317>
- Rodríguez Morales, L. (Septiembre de 2014). Hacia un diseño integral. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 105-117. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n49/n49a08.pdf>
- Rueda Cáceres, L., Figueroa, H. H., & Elvis Plata, W. (2017). Las investigaciones sobre la arquitectura religiosa en Colombia. El predominio católico, 1960-2008. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 44(1), 305-327. <https://doi.org/10.15446/achsc.v44n1.61229>
- Rueda Cáceres, L., Figueroa, H., & Elvis Plata, W. (2017). Las investigaciones sobre la arquitectura religiosa en Colombia. El predominio católico, 1960-2008. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 44(1), 305-327. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/achsc.v44n1.61229>
- Rueda Esteban, N. R. (2017). ¿Es la gestión turística importante para el patrimonio religioso de la ciudad de Bogotá? *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 87-103. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387006>
- Rutas Trazadas. (5 de Junio de 2017). <https://rutastrazadas.com/2017/06/05/ruta-11-dia-1-cerro-monserrate-quinta-de-bolivar-museo-del-oro-y-plaza-bolivar/>
- Santos, G. E. (2000). Importância das peregrinações para o turismo mundial. *Revista Turismo Em Análise*, 11(2), 38-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v11i2p38-44>
- Sheen Moreno, M., & Arbaiza, F. (2020). El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidor-marca. Campaña “Tenemos Barrio, Tenemos Mundial” de cerveza Cristal. *Revista de Comunicación*, 19(2), 285-301. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A16>
- Sierra Amoedo, M. (Abril de 2016). El desarrollo de la Comunicación Corporativa y su in-



- fluencia en la creación de la Identidad Corporativa. Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas, Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/15312>
- Silva, J. (2021).
- Situr Nariño. (s.f.). <https://situr.narino.gov.co/atractivos-turisticos/museo-taminango?page=1>
- Situr Nariño. (s.f.). Templo Cristo Rey. Pasto.
- Taborda de Jesus, E. (2018). Turismo religioso: Los católicos y la búsqueda de sentido. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 446-459. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180755394015>
- Tipos de Arte. (s.f.). Tipos de Arte. Arquitectura Religiosa – Inicios, Desarrollo y Representantes.
- Tobón Perilla, S. M., & Tobón Perilla, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, 14, 237-249. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261184014>
- Travelombia. (20 de Septiembre de 2014). Catedral Basílica Manizales Colombia.
- Trujillo Suárez, M., Aguilar, J. J., & Neira, C. (2016). Los métodos más característicos del diseño centrado en el usuario DCU, adaptados para el desarrollo de productos materiales. *Iconofacto*, 12(19), 215-236. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a09>
- UNESCO Etxea. (2004). La Unesco y el Patrimonio Mundial. Ediciones UNESCO.
- Valbuena Buitrago, W. S. (2017). ¿Experiencia de usuario en el diseño intercultural? *Iconofacto*, 13(20), 104-127. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v13.n20.a06>
- Valenzuela Robles, M. E. (2015). La estrategia de marca-ciudad en la función de turismo. *El Periplo Sustentable*, 28, 59-80.
- Vargas Febres, C. (2021). Reflexiones sobre arquitectura vernácula, tradicional, popular o rural. *Arquitectura y Urbanismo*, 42(1), 146-163. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376868445005>
- Vargas Fernández, T., & Cuesta Santos, A. (11 de Julio de 2018). Las competencias para el turismo sostenible. Su determinación empírica. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 226-236. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3604/360458817002/html/index.html>
- Vidal Gálvez, J., & Téllez Infantes, A. (Junio de 2016). El audiovisual como medio sociocomunicativo: hacia una antropología audiovisual performativa. *Palabra Clave*, 19(2), 556-580. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64944803009>
- Villaseñor Alonso, I., & Zolla Marquez, E. (Marzo de 2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura representaciones sociales*, 6(12), 75-101. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102012000100003&script=sci\\_abstract&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102012000100003&script=sci_abstract&tlng=es)
- Watson, D., Clark, L.A. & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6): 1063-1070.
- Zemelman Merino, H. (2015). Pensamiento y construcción del conocimiento histórico una exigencia para el hacer futuro. *EL Ágora USB*, 15(2), 343-352. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=407747672001>





**PROYECTO DE GRADO  
2022**



**Programa de Diseño Gráfico  
Universidad Cesmag  
San Juan de Pasto**

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<b>CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-032
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

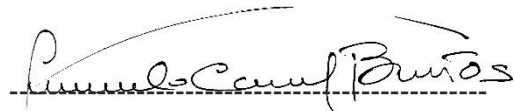
San Juan de Pasto, 30 de agosto 2022

Biblioteca  
**REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.**  
Universidad CESMAG  
Pasto


Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado denominado: ***DISEÑO INTEGRAL A PARTIR DE LOS ELEMENTOS HISTÓRICOS Y ARTÍSTICOS DEL TEMPLO DE SANTIAGO APÓSTOL PARA POTENCIAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN SAN JUAN DE PASTO***, presentado por el (los) autor(es) **María Fernanda Ramírez Arévalo** y **Carlos Eduardo Jiménez Donoso** del Programa Académico de Diseño Gráfico al correo electrónico [trabajosdegrado@unicesmag.edu.co](mailto:trabajosdegrado@unicesmag.edu.co). Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




**Fernando Coral Bustos**  
C.C. 98377892  
Diseño gráfico  
3113020587  
[wfcoral@unicesmag.edu.co](mailto:wfcoral@unicesmag.edu.co)

 <b>UNIVERSIDAD CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 <small>VIGILADA MREDCUCIÓN</small>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

<b>INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)</b>	
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> Carlos Eduardo Jiménez Donoso	<b>Documento de identidad:</b> 1010121131
<b>Correo electrónico:</b> carlosj061020@gmail.com	<b>Número de contacto:</b> 322 593 5041
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> María Fernanda Ramírez Arévalo	<b>Documento de identidad:</b> 1085320184
<b>Correo electrónico:</b> feramirez151@gmail.com	<b>Número de contacto:</b> 3218159199
<b>Nombres y apellidos del autor:</b>	<b>Documento de identidad:</b>
<b>Correo electrónico:</b>	<b>Número de contacto:</b>
<b>Nombres y apellidos del autor:</b>	<b>Documento de identidad:</b>
<b>Correo electrónico:</b>	<b>Número de contacto:</b>
<b>Nombres y apellidos del asesor:</b> Fernando Coral Bustos	<b>Documento de identidad:</b> 98377892
<b>Correo electrónico:</b> wfcoral@unicesmag.edu.co	<b>Número de contacto:</b> 311 302 0587
<b>Título del trabajo de grado:</b> Diseño Integral a partir de los elementos históricos y artísticos del Templo de Santiago Apóstol para potenciar el turismo sostenible en San Juan de Pasto.	
<b>Facultad y Programa Académico:</b> Facultad de Arquitectura y Bellas Artes - Programa de Diseño Gráfico	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</p>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022




- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

**NOTA:** En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

Permito(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 30 días del mes de 08 del año 2022

	
Nombre del autor: Carlos Eduardo Jiménez Donoso	Nombre del autor: María Fernanda Ramírez Arévalo
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 Firma del asesor Nombre del asesor: Fernando Coral Bustos	