

**Teológica Reconocimiento de las características culturales, sociales y arquitectónicas de los
templos del Centro Histórico de Pasto, a través de los medios digitales y
la comunicación visual.**

Autor

Christian Alejandro Reyes Ojeda

Universidad de Nariño

Facultad de Artes

Departamento de Diseño

2021

**Teológica Reconocimiento de las características culturales, sociales y arquitectónicas de los
templos del Centro Histórico de Pasto, a través de los medios digitales y
la comunicación visual.**

Autor

Christian Alejandro Reyes Ojeda

Asesora:

Mg D.G. Alejandra Castellanos

Universidad de Nariño

Facultad de Artes

Departamento de Diseño

2021

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor. Artículo 1 del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado por Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

03/ Noviembre/2021

RESUMEN

Pasto es conocida como ciudad sorpresa de Colombia, no solo por su ubicación estratégica y no esperada en medio de la cordillera; también es reconocida por su arquitectura que refleja los monumentos históricos y religiosos que son de gran interés para turistas de origen nacional e internacional. Pasto un destino de encuentro espiritual, histórico, donde anécdotas y costumbres hacen parte de los recorridos por calles, plazas y museos que hablan de una ciudad que guarda valiosos tesoros.

Este proyecto pretende destacar a través de la comunicación visual y el apoyo de medios tecnológicos la riqueza cultural, arquitectónica y social en torno a los templos del centro histórico de Pasto. El documento se divide en tres partes fundamentalmente. En primera instancia se encuentran los soportes teóricos conceptuales que permiten conocer el problema de estudio y aspectos relacionados con las características histórico-culturales de la ciudad, la importancia del turismo teológico y la relación de los medios digitales y diseño de información para promover el reconocimiento de los templos del Centro Histórico. Posteriormente se describe de manera detallada el abordaje metodológico y la metodología proyectual que articula el análisis del contexto, el proceso de ideación y la validación de los prototipos. Finalmente, se presentan los resultados y las conclusiones del proyecto de diseño.

ABSTRACT

Pasto is known as Colombia's surprise city, not only for its strategic and unexpected location in the middle of the mountain range; it is also recognized for its architecture that reflects the historical and religious monuments that are of great interest to national and international tourists. Pasto is a destination for spiritual and historical encounters, where anecdotes and customs are part of the tours through streets, squares and museums that speak of a city that holds valuable treasures.

This project aims to highlight through visual communication and the support of technological media the cultural, architectural and social wealth around the temples of the historic center of Pasto. The document is divided into three main parts. In the first instance are the conceptual theoretical supports that allow knowing the study problem and aspects related to the historical-cultural characteristics of the city, the importance of theological tourism and the relationship of digital media and information design to promote the recognition of the temples of the Historic Center. Subsequently, the methodological approach and the project methodology that articulates the analysis of the context, the ideation process and the validation of the prototypes are described in detail. Finally, the results and conclusions of the design project are presented.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
GLOSARIO	9
INTRODUCCIÓN.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
JUSTIFICACIÓN.....	15
OBJETIVOS	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
MARCO TEÓRICO	19
El valor histórico, arquitectónico y social del Centro Histórico de Pasto.....	19
Generalidades de la concepción de un centro histórico.....	19
Aspectos históricos relevantes en la arquitectura de San Juan de Pasto	22
Templos históricos y patrimoniales en Pasto.....	26
Turismo histórico - religioso como promotor la región	37
Turismo en el Departamento de Nariño.....	37
Características del turismo histórico/religioso.....	42
El valor turístico de los templos del Centro Histórico de Pasto.....	46
Diseño de información y comunicación digital en el turismo histórico- religioso.....	49
Social media en el turismo.....	49
Usuarios del turismo histórico- religioso.....	52
METODOLOGÍA.....	56
Etapa 1 analítica	60
Etapa 2 ideación - creación.....	72
Etapa 3 validación	93
RESULTADOS	101
Identidad visual	101
Infografía	102
Contenido multimedia y comunidad	103
Redes sociales	104
CONCLUSIONES.....	105
RECOMENDACIONES.....	106

BIBLIOGRAFÍA.....	107
ANEXOS	110

TABLA DE FIGURAS

Ilustración 1:Templo la Catedral. Fuente: Archivo Personal.....	61
Ilustración 2: Entrevista Padre Alexander Ortega Fuente: Archivo Personal.....	63
Ilustración 3: Hallazgos Entrevista. Fuente: Archivo Personal	65
Ilustración 4: Focus Group. Fuente: Archivo Personal	68
Ilustración 5: Perfil de Usuario. Fuente: Archivo Personal	74
Ilustración 6: Mapa empatía. Fuente: Archivo Personal	74
Ilustración 7: Mapa de empatía 2. Fuente: Archivo Personal	75
Ilustración 8: Marca Sao Paulo. Fuente: Behance.....	76
Ilustración 9: Publicidad Valle of Ojén. Fuente: Behance.....	77
Ilustración 10: Marca Nepal. Fuente: Behance	78
Ilustración 11: Ideación post its. Fuente: Archivo Personal	79
Ilustración 12: Ideación estrategia. Fuente: Archivo Personal	80
Ilustración 13: Tablero templos. Fuente: Archivo Personal	82
Ilustración 14: Marca Pasto ciudad teológica. Fuente: Archivo Personal	83
Ilustración 15: Pictogramas templos de Pasto. Fuente: Archivo Personal	84
Ilustración 16: Pieza señalética 1. Fuente : Archivo Personal	85
Ilustración 17: Bocetación aplicativo móvil. Fuente: Archivo Personal	86
Ilustración 18: Prototipo aplicativo móvil. Fuente: Archivo Personal	87
Ilustración 19: Contexto problemática. Fuente: Archivo Personal	88
Ilustración 20: Dofa. Fuente: Archivo Personal.....	89
Ilustración 21: Bocetación Diseño de Información. Fuente : Archivo Personal.....	89
Ilustración 22: Piezas Redes Sociales 1. Fuente: Archivo Personal.....	90
Ilustración 23: Piezas Redes sociales 2.	91
Ilustración 24: Banners Publicitarios. Fuente: Archivo Personal	92
Ilustración 25: Tote bag. Fuente: Archivo Personal.....	92
Ilustración 26: Validación Padre a Cargo Catedral. Fuente: Archivo Personal.....	94
Ilustración 27: primer Prototipo Infografía. Fuente: Archivo Personal.....	96
Ilustración 28: Check List. Fuente: Archivo Personal.....	98
Ilustración 29: Validación Colaboradores. Fuente: Archivo Personal	99
Ilustración 30: Identidad Visual Teológica. Fuente : Archivo Personal.....	101
Ilustración 31: Infografía La Catedral. Fuente: Archivo Personal.	102
Ilustración 32: Infografía Sección Comunidad. Fuente: Archivo Personal	103
Ilustración 33: Redes Sociales Facebook. Fuente: Archivo Personal	104

GLOSARIO

Arquitectura: es el arte y la técnica de concebir, diseñar y construir edificaciones que funcionan como habital para el ser humano, ya sean viviendas, lugares de trabajo, de recreación o memoriales.

Centro histórico: es reconocido como el núcleo urbano original de planeamiento y construcción de un área urbana, generalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural, que se caracteriza por contener las edificaciones vinculadas con la historia de esta.

Feligrés: Persona que pertenece a una parroquia o demarcación religiosa determinada.

Infografía: es una interpretación gráfica de cualquier tipo de información, permite visualizar datos de una forma rápida y siempre tiene el propósito de informar o enseñar.

Teología: es la ciencia y el grupo de técnicas propias de la filosofía que pretenden generar conocimiento sobre Dios y el resto de las entidades calificadas como divinas.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento se da a conocer el proceso de investigación con el cual se quiere impulsar y reconocer las características culturales, sociales y arquitectónicas de los templos del Centro Histórico de Pasto, a través de los medios digitales y la comunicación visual. Para este propósito se tiene en cuenta la conservación histórica y cultural que guardan cada uno de estos templos por su riqueza arquitectónica y artística.

El abordaje metodológico permite identificar que es fundamental dar a conocer a propios y turistas la historia que guarda cada uno de los templos que conforman el Centro Histórico de la capital nariñense, teniendo en cuenta los nuevos métodos de información y comunicación y su aporte al desarrollo de canales de comunicación eficaces.

Se detecta en el proceso que la falta de recursos visuales y de comunicación hacen que sea limitado el acceso a la información sobre las actividades que se realizan en los templos y su aporte en la sociedad; así como, sus características históricas y culturales. Considerando los públicos estratégicos del proyecto se debe mencionar que el proyecto se dirige a la comunidad joven adulta interesada en conocer los templos ya sea por motivaciones ideológicas o por interés turísticos

Para el desarrollo proyectual se consideran inicialmente los 9 templos del centro histórico de Pasto: sin embargo, debido el flujo de información y las actividades que se podían desarrollar durante la pandemia por Covid 19, se toma como estudio de caso El Templo de La Catedral. Es importante mencionar que el resultado puede ser replicado en los demás templos y que la proyección de los resultados se orientó buscando su funcionalidad de manera integral.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Pasto es una ciudad reconocida por su gran riqueza cultural, histórica, artística y religiosa. Es una ciudad que por su ubicación geográfica e impactante paisaje es denominada como la “Ciudad Sorpresa”. Sumado a estas características, también es conocida como la ciudad teológica de Colombia, por la gran cantidad de templos que tiene en sectores céntricos y periféricos; estos guardan hechos y sucesos que marcaron gran parte de la historia de la ciudad y en la mayoría de los casos, no son reconocidos por parte de propios y turistas.

Ser una ciudad intermedia y limitar con el país del Ecuador, hace que Pasto sea tenido en cuenta como una ciudad de paso por parte de turistas nacionales e internacionales, los cuales desconocen sus construcciones y principalmente sus templos como lugares que hacen que la Ciudad Sorpresa, sea atractiva y de interés cultural y religioso. Bajo estas ideas, se deben mencionar que Pasto como territorio es una región en la que convergen múltiples pensamientos, ideologías y experiencias que dan lugar a una ciudad llena de simbolismos e imaginarios que tal como lo menciona Álvarez et al. da lugar a la creación de grupos humanos con interés especiales en las formas en que habitan la ciudad. “La antropología plantea la región como un territorio mental, es decir, plantea el tema de las mentalidades a partir de lo significado y lo simbolizado, en la medida en que se generen proxemias (identidades, pertenencias, articulaciones de núcleos humanos)” (2011, p.44).

Considerando lo anterior se debe mencionar que desconociendo de las características de la historia, la arquitectura y los hechos culturales que marcan la ciudad de Pasto puede verse afectado tanto para la población local, como para los turistas. La ausencia de información y guías para el reconocimiento de los templos de Pasto, son algunas de las razones que generan intermitencia y confusión dentro de los espacios que componen el centro de la ciudad, ante los

cuales los turistas se ven confusos y sin información dentro del entorno. La similitud espacial entre calles, las cercanías entre iglesias dentro de los recorridos hacen que se presenten dificultades por parte de las personas al querer identificar un templo y conocer más acerca de su historia y onomásticos.

En la actualidad, el turismo religioso es considerado como un fenómeno tanto social como económico, social debido a la afluencia de turistas motivados por peregrinaciones y temas relacionados con la espiritualidad y económico porque es una fuente de ingresos considerables para el país destino, siendo ahí la importancia de la naturaleza de este fenómeno, ya que día con día, cada vez son más las personas realizan este tipo de turismo, por lo cual es importante que se tomen en cuenta las motivaciones del turista, sus necesidades espirituales (García, 2017, p. 140).

El potencial de Pasto como destino turístico es de gran impacto por la variedad de opciones que ofrece en el campo histórico y cultural. Agencias de viajes creen que el sector religioso no se debe quedar atrás, los templos de gran imponente arquitectura llaman la atención y estos deben ser valorados y reconocidos por su historia, además de cargar un alto reconocimiento patrimonial, arquitectónico, artístico y cultural.

Turistas de origen nacional e internacional encuentran en Pasto un destino de encuentro espiritual, histórico, donde las anécdotas, las costumbres hacen parte de los recorridos por calles, plazas, museos que son visitados, encontrando que la riqueza cultural hace parte de la ciudad. Es así como, el centro de Pasto reúne 7 iglesias: La Catedral, San Juan Bautista, Cristo Rey, San Agustín, San Sebastián, San Andrés y el Templo de La merced. Su variedad arquitectónica en

cúpulas y estructura motiva a ser visitadas, sin embargo, no se promueven los aspectos culturales, históricos y sociales que estos escenarios contienen.

Los templos del centro histórico de Pasto encierran no solo una gran riqueza arquitectónica; los templos, son escenarios que convergen cultura, tradiciones e historias que por generaciones han hecho parte de los imaginarios de la población. En el escenario local, la población no cuenta con medios específicos que difundan las características de los templos y que permitan conocer los onomásticos, los servicios sociales, los eventos y demás información relevante de cada uno de ellos.

Por otra parte, se identifica que los sacerdotes y la comunidad religiosa requieren de un importante impulso de los aspectos comunicacionales que giran en torno a las actividades que ofrecen los templos. De acuerdo a sus conocimientos en cada templo, se manejan elementos comunicativos como pancartas, carteleras, presentaciones y otros medios para llevar la información a los feligreses; sin embargo, carecen de unidad y fuerza visual, además de proyección hacia posibles turistas nacionales e internacionales.

Es en lo local donde se materializan las pretensiones de todas las ciencias de explicar o identificar rasgos de homogeneidad, de lograr matices de respeto a la diferencia, pero sobre todo, se logran identidades que posibiliten la generación de un conglomerado social en relación con los demás, y de aplicación de las políticas necesarias y requeridas para que los habitantes de esas comunidades disfruten de autonomías, solidaridades, cooperación y visiones de vida y futuro conjuntas; es, en últimas, la posibilidad del desarrollo, es el reconocimiento de lo pequeño, de lo micro en la era de la globalización (Alvaréz, et.al, 2011, 51)

Bajo esta mirada, se debe mencionar que el turismo religioso genera un importante impacto en el sector económico y social, forjando el reconocimiento de las identidades locales para que sean experimentadas por personas de la región en interesados desde diferentes latitudes. En Pasto, algunos operadores turísticos han empezado a incorporar en sus planes la visita guiada a los principales templos de Nariño, especialmente a la Iglesia de las Lajas. Si bien, este aspecto es importante por el reconocimiento internacional que han logrado escenarios como Las Lajas, la Laguna de La Cocha y otros lugares del Departamento, es necesario que no se desconozcan los entornos de la capital nariñense en el turismo.

Es así como, el presente proyecto busca brindar un conjunto de herramientas desde la comunicación visual que permitan el reconocimiento de las características de los templos que conforman el centro histórico de Pasto, promoviendo su difusión y conexión con feligreses, comunidades interesadas y con los operadores turísticos. La investigación se plantea bajo la siguiente pregunta:

¿Cómo a través del aprovechamiento de los medios digitales y la comunicación visual se puede promover el reconocimiento de las características arquitectónicas, culturales y sociales de los templos que conforman el centro histórico?

JUSTIFICACIÓN

Colombia es un país con gran riqueza cultural, histórica, artística y de interés turístico en sus diferentes regiones. Al sur occidente colombiano, se encuentra Pasto, territorio conocido como la Ciudad sorpresa de Colombia. Su variedad de Iglesias y arquitectura colonial, la convierten en un importante punto turístico de portafolios, catapultándola como un destino de interés y generando un impacto económico, social y cultural.

Pasto es considerada como una de las ciudades teológicas del país, por el número de templos que hacen parte de la ciudad y las fiestas religiosas que se celebran; sin embargo, en el imaginario de los turistas, este aspecto se relaciona principalmente con el Santuario de Las Lajas, que, si bien hace parte del Departamento de Nariño, no se ubica en su capital. Es por ello, que se hace necesario reconocer el gran valor religioso, arquitectónico, social y cultural de los diferentes templos que hacen parte del centro histórico de Pasto, promoviendo su difusión en la escala regional y nacional para que tanto la comunidad nariñense como extranjeros puedan apreciar el valor de estos importantes espacios.

El uso de las nuevas tecnologías genera ventajas y alternativas para conectar diferentes comunidades con información de su interés. Poco a poco las TIC, se han implementado en distintos campos de acción, siendo mucho más amplio el aprovechamiento de estas herramientas al mismo tiempo que las plataformas y medios de difusión digital han tomado un gran espacio en la vida de los usuarios. Es así como, el proyecto está enfocado en el desarrollo e implementación de una estrategia comunicativa que proporcione información e interacción en torno a los templos del centro histórico de San Juan de Pasto. El diseño y las herramientas de comunicación visual ofrecen un valor apreciable a los procesos de difusión que pueden adelantarse desde los templos para conectar a los feligreses, turistas e interesados en este campo.

Preservar el patrimonio arquitectónico y religioso de Pasto debe ser tenido en cuenta por parte de entidades culturales, turísticas y patrimoniales, ya que la ciudad se encuentra en una situación donde construcciones, contaminación visual, planes de mejoramiento vial y vandalismo han hecho que se deteriore algunos de los espacios que son de interés turístico.

Es importante recordar que Pasto aparte de concentrar uno de los principales carnavales como es el Carnaval de Negros y Blancos también reúne cultura, tradición, religión, artesanías y ofertas de turismo ecológico en reservas naturales las cuales complementan a Pasto como destino turístico el cual debe salvaguardar y motivar a sus habitantes a contribuir con acciones que aporten a que la ciudad siga siendo parte de los atractivos de Colombia.

En esta medida, las herramientas comunicativas de orientación, ubicación e información histórica logran ser de gran impacto en espacios y puntos de interés, ya que contextualizan, educan y promueven la preservación de estos por parte de la sociedad. La cultura ciudadana como temática es importante en el entorno para promover acciones que buscan reconocer, comunicar y hacer valorar espacios de interés religioso, arquitectónico y cultural por parte de propios y visitantes.

Bajo estas consideraciones, el desarrollo de este proyecto aporta en primera instancia a la comunidad religiosa de los templos del centro histórico de Pasto a través de las estrategias y herramientas que en primer lugar reconozcan sus necesidades y en segundo lugar permita una mejor organización de la información, de los comunicados, datos y elementos que los conecten con la comunidad feligrés.

De igual manera, al identificar las características históricas, arquitectónicas, sociales y culturales de los templos se logra trazar una ruta comunicacional que difunda esta información dirigida a la comunidad de Pasto y posibles visitantes de diversas partes del país y el mundo.

Este proyecto ofrece un insumo importante que puede replicarse con los templos interesados y que además conecta con operadores turísticos que promueven el turismo religioso, generando así un aporte significativo en la economía y reactivación de la región.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación visual con apoyo de medios digitales que promueva el reconocimiento de las características arquitectónicas, culturales y sociales de los templos que conforman el centro histórico de Pasto. Caso: Templo la Catedral de Pasto.

Objetivos Específicos

1. Obtener información que permita un análisis de las principales características históricas, culturales, sociales y arquitectónicas de los templos que conforman el centro histórico de Pasto.
2. Determinar las problemáticas que tienen propios y visitantes acerca de la falta de información y reconocimiento de los templos del centro histórico de Pasto.
3. Determinar los aspectos gráficos y comunicacionales que permitan conectar a los usuarios con las características culturales, sociales y arquitectónicas de los templos del centro histórico de Pasto
4. Testear y evaluar con usuarios la estrategia comunicativa para determinar la funcionalidad y la interacción en cuanto a la información que se emite.

MARCO TEÓRICO

El valor histórico, arquitectónico y social del Centro Histórico de Pasto

Generalidades de la concepción de un centro histórico

Los centros históricos de una ciudad son escenarios que encierran en sus calles y arquitectura múltiples manifestaciones de índole cultural y social, que han tenido lugar gracias a la forma en la que son habitados. En Colombia desde 2001 el Ministerio de Cultura inicio el “Plan Nacional de Recuperación de Centros Históricos con el fin de proteger el patrimonio urbano y arquitectónico de los 44 centros históricos del país declarados Bienes de Interés Cultural de la Nación” (El Espectador, 2011, par.1)

Bajo esta perspectiva, es importante mencionar que los centros históricos permiten la configuración de las manifestaciones de una ciudad, por cuanto, es en estos espacios, es en donde los habitantes pueden intercambiar experiencias de índole económico, político, social y cultural. Para comprender estas relaciones, se hace necesario conocer como a nivel histórico los espacios han sido habitados y se han reconfigurado en lo que hoy se denomina como un centro histórico.

De acuerdo con Carrión (2008), a partir del siglo XIX, se empiezan a realizar los primeros estudios de urbanismo histórico en Europa, con la intención de establecer una organización en la ciudad que permitiera solucionar problemas por el crecimiento acelerado de ciudades producto de la Revolución Industrial. La aparición del ferrocarril logró solucionar gran parte de las problemáticas en torno a la ciudad por establecer nuevos vínculos territoriales y medidas sanitarias que se ejecutaron para tener una mejor calidad de habitad.

Entre 1830 y 1850 nace el urbanismo moderno a partir de las primeras leyes sanitarias. Los planos urbanos de imponen sin dar importancia a lo históricamente consolidado. Con la

Revolución Industrial la ciudad se diversificó; las ciudades que se construían sin rígidas diferencias urbanísticas en el siglo XVIII marcaron la diferencia ya que, en el siglo XIX con la aparición del proletariado, la burguesía y la clase media, se empezaron a planificar los suelos según la clase social (Benevolo, s.f.).

A finales del siglo XIX, la protección de los monumentos arquitectónicos había alcanzado un nivel teórico, los autores Viollet le Duc (1814-1879), Ruskin (1819-1900), Camilo Boito (1863-1914) aportaron su conocimiento para sustentar y entender la evolución y restauración como posición cultural e intervención constructiva, siendo este el camino para establecer práctica y teóricamente la rehabilitación de áreas urbanas históricas (Chateloin, 2008, p.11).

El aporte de Camilo Sitte, permitió la comprensión del patrimonio urbano especialmente en Italia al considerar la protección de ambientes en las ciudades y no solo de monumentos aislados, permitiendo que se considerará importante que en las ciudades modernas se restablecieran los valores de la ciudad tradicional. Esta posición, fomentaba la reflexión sobre el rechazo a las demoliciones y la inexistencia de planes de protección de la ciudad histórica. Es así como los planes de protección durante el siglo XIX, forjaron la aparición de defensores y detractores del valor histórico de los espacios de la ciudad (González, 2018).

En esta misma línea se debe mencionar que, inicialmente la ciudad histórica no era tomada en cuenta como una prioridad, debido a que al plantearse como moderna se consideraba lo antiguo como obsoleto, sin ninguna oportunidad de proporcionar ideas hacia el desarrollo. La esencia de la ciudad histórica y su sentido de identidad lograron imponer objetivos y conciencia de la existencia del urbanismo patrimonial y lo que diferencia los monumentos, dando como resultado “modernos” centros históricos (Carrión, 2001).

La destrucción de centros históricos de las ciudades cobró fuerza después de la segunda mitad del siglo XX. De esto se salvaron ciudades que habían adquirido valor como patrimonio histórico, tales como Cartagena, Popayán y Tunja.

Algunos sectores históricos de otras ciudades como Bogotá y Pasto se mantuvieron precariamente, perdiendo muchas edificaciones valiosas. Los pueblos más aislados, por su misma condición, sobrevivieron a los embates de la destrucción arquitectónica que se daba en ese entonces (Espinoza et al, 2009, p.19).

Considerando los principales aspectos históricos de la configuración de estos importantes espacios, es preciso resaltar que los centros históricos de Colombia tienen una gran característica y es la arquitectura republicana; la cual se desarrolla en gran parte del territorio teniendo importancia por la diversidad cultural que resulta de los hechos históricos que han tenido lugar en estos escenarios.

A finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX se evidencian aspectos en donde las edificaciones de dos pisos tienen modulaciones en fachadas, ornamentaciones en yesería o molduras que amplían la gama de posibilidades de decoración en la arquitectura. La influencia neoclásica europea en la arquitectura colombiana se dio en lo civil y religioso. Además, las regiones colombianas toman un diferencial teniendo en cuenta necesidades, características propias y aspectos físicos los cuales se reflejan en la arquitectura con atributos particulares reflejando condiciones socioeconómicas, culturales o religiosas de cada población.

La arquitectura republicana tuvo una incidencia diferente en cada región de Colombia, la cual estuvo determinada por diferentes factores climáticos, culturales, además que esta no solo era impuesta por el arquitecto, se involucraban

muchos artesanos, que contribuían a crear los distintos ambientes estéticos.

(Arango, 1989, p 47)

Aspectos históricos relevantes en la arquitectura de San Juan de Pasto

Considerando los aspectos antes mencionados, es relevante comprender las principales características históricas en San Juan de Pasto, a fin de establecer la importancia de los templos del centro histórico y su relación con los aspectos sociales y culturales de la ciudad.

En 1535, llegaron los primeros conquistadores al Valle de Atriz que en este tiempo se conocía como Provincia Quillacinga y también Hatunllacta. Los Historiadores atribuyen a Sebastián de Belalcázar la fundación de San Juan de Pasto en el año 1537.

Aunque se dice que esta fue fundada dos veces. La primera es considerada que fue realizada por Sebastián de Belalcázar en el sector de Yacuanquer, mientras que otra versión dice que fue Pedro Puelles con el capitán Lorenzo de Aldana quienes fundaron la región en 1537 (Santacruz, 2018, p.53)

Luego de ser fundada la ciudad, sus pobladores se preocuparon por construir una casa de cabildo, una cárcel y una iglesia; construyéndose así la iglesia de San Juan o Iglesia Matriz, estableciendo la sede civil y eclesial. La ciudad de San Juan de Pasto reconoce como patrón a San Juan Bautista y el día 17 de junio de 1559 recibe el escudo de armas en Valladolid (España). El escudo consta de un castillo de plata y a los costados de estos cuatro leones de oro, debajo del castillo se desprende un río de aguas azules y blancas atravesando árboles verdes.

En lo relacionado con la arquitectura de la ciudad, se destaca que San Juan de Pasto ha crecido bajo la influencia de estilos y tendencias foráneas dando como resultado un mestizaje arquitectónico. Desde la colonia el crecimiento de Pasto fue mínimo y se realizó siguiendo la

morfología que había regido desde que se fundó. “A raíz de la llegada de los conquistadores, las construcciones urbanísticas de los españoles y portugueses en América se desarrollan llevando diferentes estilos” (Santacruz, 2018, p.89,). Esta continuidad se comienza a debilitar con las primeras manifestaciones urbanísticas y arquitectónicas del llamado estilo Republicano que llevo a las edificaciones ornamentaciones y nuevas características estéticas.

De acuerdo con Enríquez et al, (2009), el neoclasicismo arquitectónico presente en el periodo republicano se dio a conocer de tres maneras: la primera se construyeron edificaciones para el poder civil y eclesial, utilizándose la piedra tallada en las fachadas exteriores como símbolo de poder social y cultural. La segunda, se destaca por incorporar a las edificaciones variedad de molduras y ornamentos hechos con materiales como: piedra, ladrillo, cal cemento y pintura. El manejo del color hizo resaltar los detalles arquitectónicos dando como resultado una expresión alegre que el de las fachadas pálidas de la arquitectura colonial. Finalmente, la última característica del neoclasicismo en Colombia se produjo en la vivienda media y popular, sin tener asesoría de arquitectos o ingenieros de esta manera teniendo más libertad en su construcción.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, se debe recalcar que el estilo republicano se llevó a la ciudad de Pasto gracias a la labor de personajes que deben ser destacados; tal es el caso del importante rol que tuvo para la arquitectura y la construcción de la ciudad Lucindo Espinosa, personaje que llevo a cabo gran parte de las edificaciones en la ciudad. Lucindo Espinosa se caracterizó por ser un hombre con sensibilidad, artista de raza y un genuino representante de los valores. Se convirtió en el arquitecto de obras de la diócesis desde 1930, llevando sus conocimientos a las iglesias y capillas a través de su intervención.

Nació en Pasto en el año de 1871. Sus estudios básicos los realizó en la escuela Santo Domingo que era instruido por los Hermanos maristas. Se dedicó a la construcción, llegando a dominar perfectamente los fundamentos de este oficio, se formó como arquitecto autodidacta por lo que el Consejo Nacional de ingeniería le otorgo la matricula profesional para ejercer como arquitecto practico.

En palabras de Enríquez et al, (2009), El arquitecto Lucindo Espinosa construyo una de las obras más representativas de carácter religioso en Nariño: El Santuario de las Lajas. En este sitio se construyeron anteriormente 4 obras. En 1935 elaboró los planos definitivos del Santuario y con el apoyo eclesial se empezó a construir en 1936. Dirigió el primer año de la obra hasta que, en este mismo tiempo desafortunadamente muere el 9 de mayo de 1945, motivo por el cual su hijo Julián Espinosa terminó la construcción del templo.

El maestro diseño altares y retablos en diferentes capillas como el altar de La Catedral de Pasto, templo de San Sebastián, Cristo Rey, la escalera de ojo en la Merced. El manejo de proporciones, el uso de ornamentos y la armonía entre elementos eran de reconocimiento, era una persona que no encontraba impedimento para ejercer un trabajo fabricaba sus propios instrumento y herramientas reafirmando su formación empírica convirtiéndose en uno de los arquitectos que dejo un legado que perdura en el tiempo. Aunque Lucindo Espinosa no viajo a Europa la observación le basto para recrear distintos elementos arquitectónicos reconocidos mediante libros y revistas.

El eclecticismo fue una característica predominante que marco las obras de Lucindo Espinosa, tal como se observa en la majestuosa obra: El edificio de correos y telégrafos. Contribuyo en obras como el templo Concatedral de San Juan Bautista y la capilla del Sagrado corazón de Jesús. El pasaje Corazón de Jesús predomina de eclecticismo que reúne elementos de

la arquitectura clásica; aporta una gran fachada de la Plaza de Nariño, siendo un hito arquitectónico y urbano en el centro de la ciudad. El Pasaje se consolida dentro de la plaza junto al templo de San Juan y a la casa de Don Lorenzo, estas tres valiosas piezas se convierten en el costado más emblemático de este importante punto de la capital de Nariño.

La arquitectura del pasaje corazón de Jesús es uno de los más representativos aportes patrimoniales urbanos y arquitectónicos de la ciudad de Pasto. Lucindo Espinosa deja un legado en el corazón de Pasto para la comunidad, logrando perdurar en el tiempo y siendo un referente histórico que estará en la memoria colectiva y visual de la ciudad, identificando y caracterizando a la arquitectura. (Espinoza et al, 2009, p.48)

La arquitectura y construcciones republicanas en el centro histórico de Pasto tienen un gran valor arquitectónico gracias al aporte del Maestro Lucindo Espinosa, por lo cual se deben conservar y es vital generar los mecanismos necesarios para dar a conocer la historia y el gran trabajo de artistas nariñenses que mediante su valioso conocimiento contribuyeron a la construcción de edificaciones con historia en la ciudad.

Templos históricos y patrimoniales en Pasto

San Juan de Pasto se destaca por la gran cantidad de templos que encierran historia y la riqueza arquitectónica de esta importante ciudad. En el Plan Especial de Manejo y Protección del Centro Histórico de Pasto, que se constituye en 2021 bajo la Resolución 0452 del Ministerio de Cultura, se destaca la valoración del centro histórico de Pasto desde el aspecto histórico, simbólico y estético.

En cuanto a la valoración histórica se mencionan como características del Centro Histórico la conservación de los elementos arquitectónicos principalmente a los siglos XIX y XX en donde se articulan caminos, órdenes religiosos y la traza urbana destacando que: “La construcción histórica de la ciudad tiene al elemento religioso como eje, al elemento urbano como el lugar de acción, y al arquitectónico como la escena donde se desenvuelve la vida urbana del lugar” (Ministerio de Cultura, 2012, p.4) .

Por su parte, la Resolución de MinCultura destaca en el aspecto de la valoración que:

Uno de los principales valores simbólicos que se encuentran en el sector es el relacionado con el aspecto religioso. Los templos, iglesias y catedrales se caracterizan por constituirse en hitos arquitectónicos, urbanos y simbólicos en el territorio, y más allá de ser referentes, son parte constitutiva y ejes estructurantes del sector (p.3).

En lo relacionado a la valoración estética se menciona que en el Centro Histórico de Pasto se destaca la arquitectura contextual (civil, religiosa), en donde los bienes de la arquitectura religiosa sobresalen por representatividad y jerarquía.

Bajo esta mirada, es primordial reconocer los aspectos que diferencian cada uno de los templos que hacen parte del Centro Histórico, considerando que en estos espacios convergen manifestaciones culturales, sociales y arquitectónicas de interés de los feligreses, habitantes de la región y turistas que contemplan estos ámbitos como puntos importantes de una ciudad.

De acuerdo con la Academia Nariñense de Historia y el Inventario del Patrimonio Cultural presentado por Castillo, Villareal y Bucheli, (2011), se describen a continuación las principales características de los 9 Templos que conforman el Centro Histórico de Pasto.

Templo de San Juan Bautista

Es la iglesia más antigua de Pasto, la primera construcción que data de 1537. Se denominó como la iglesia matriz e iglesia Mayor. En 1667 se dio paso a la construcción que hoy existe, inaugurada en 1669. Desde esa época, se han realizado varias remodelaciones. Sobresale la torre en losa y la incrustación del reloj traído de Suiza.

El templo de San Juan Bautista es importante por ser parte de hechos importantes como la ceremonia de elevación de la villa de Pasto a la categoría de ciudad el 17 de junio de 1559, de esta forma la Corona española le confirió un escudo de armas y la proclamó “muy noble y muy leal”. Desde este momento la ciudad se llamó San Juan de Pasto. Es reconocida como la única reliquia religiosa colonial, es concatedral del municipio de Pasto.

Su principal acceso esta por la calle 18, presenta una fachada construida en piedra y un arco de medio punto complementado por dos columnas de estilo toscano. El frontis está dividido en dos cuerpos, y la torre que está conformada sobre un muro de mampostería de piedras regulares. También se compone de un gran vitral con la imagen de San Juan Bautista, resaltando artísticamente este acceso. La torre está ubicada en el lado izquierdo de la fachada, sobre cuatro

cuerpos de composición geométrica, los cuales rematan en una cúpula revestida de azulejos vidriados verdes y amarillos.

La iglesia de San Juan Bautista cuenta con un acceso lateral por la carrera 25, sobre la plaza de Nariño este es de gran imponencia al tener un pórtico de estilo barroco español tallado en piedra, copia de un diseño del pintor y escultor Miguel Ángel Buonarroti.

Su diseño arquitectónico es colonial, por sus grandes superficies blancas y grises esta fachada logra impactar cromáticamente por el color y la textura de la piedra tallada, de la teja española y del arte mudéjar, evidenciando los detalles de su estilo y sincretismo.

Además de esto el templo de San Juan Bautista Alberga una de las más antiguas reliquias de arte religioso de Nariño: el pulpito de estilo barroco, elaborado en 1667, su retablo está compuesto por ornamento en altos y bajos relieves tallados por manos de artesanos de la escuela quiteña. En este templo reposan las cenizas de importantes personajes como las del Capitán Hernando Ahumada (hermano de Santa Teresa de Jesús) las del Capitán Díaz Sánchez de Narváez y del caudillo pastuso Juan Agustín Agualongo Cisneros, defensor de la causa realista en las batallas de independencia.

Catedral de Pasto

Fue construida en 1560, conocida como capilla de San Francisco de Asís, este lugar fue escenario de la navidad negra en 1822. San Ezequiel Moreno Díaz, bendijo la primera piedra del templo que se inauguró en 1928 y consagrada al Sagrado corazón de Jesús.

La catedral fue construida siguiendo parámetros arquitectónicos clásicos: por el exterior dórico, para mostrar su solidez y por el interior corintio, para comunicar su belleza. El templo consta de cuatro amplias naves y una fachada principal simétrica y estructural. El retablo mayor

se destaca su altar formado de una sola piedra esta fue labrada por el cantero pastuso Luis Pazmiño.

Los retablos que complementan 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. En el altar de Jesús Sacramentado están ubicados muebles para los canónigos de la Catedral los cuales fueron elaborados por el renombrado arquitecto y ebanista Lucindo Espinoza. El gran retablo que cubre todo el ábside del presbiterio está formado por ocho columnas, rematadas por un amplio tímpano. En lo más alto del ábside, entre nubes de ángeles, se encuentra la imagen del Padre Eterno, la cual fue donada por el Señor Olegario Medina, ex gobernador de Nariño. En los lados laterales del presbiterio se destacan las obras artísticas de gran tamaño del pintor ecuatoriano Rafael Troya.

Los artistas nariñenses se hacen presentes en el templo de la Catedral con los oleos de los Maestros Isaac Santacruz y Miguel Astorquiza, el artista José León Erazo decoro la nave central, el artista Alfonso Chávez fue el encargado de dorar el retablo del presbiterio, los altares de la capilla, el ábside de la capilla del Santísimo y los arcos de la nave central.

La Catedral posee un órgano el cual fue fabricado en Suiza y enviado a la ciudad en 1921. Este sufrió desperfectos en el trayecto de Barbacoas a Pasto, pero fue restaurada por el organero antioqueño Juan Carlos Ángel. En el interior del templo existen dos sarcófagos, tallados en piedra por el señor Luis Pazmiño, donde reposan los restos mortales de los obispos de Pasto: Antonio María Puello de Val, Hipólito Giraldo y Jorge Giraldo Restrepo.

Templo de Cristo Rey

El templo fue construido hacia los años 30 del siglo XX, gracias al sacerdote Jesuita Rafael Toro, rector del colegio San Francisco Javier construido en el mismo lugar donde estaba ubicado el templo de San Toribio en el año de 1572, cuando arribo a la villa de Pasto la orden de Santo Domingo. La construcción actual fue dirigida por el Sacerdote jesuita Rubén Vega, ingeniero de profesión. El templo es de estilo romano gótico con expresiones románticas modernas, fue inaugurado en 1942. En su fachada se encuentran dos torres gemelas, entre estas se encuentra la imagen imponente de Cristo Rey la cual está a 36 metros de altura rodeada por esculturas que representan la humanidad, la imponente estatua es creación artística del “escultor de los vientos”, el maestro Marceliano Vallejo oriundo del municipio de el Contadero, Nariño.

Su entrada es adornada por una escultura en mármol de San Ignacio de Loyola elaborada en mármol por el escultor ecuatoriano Eloy A. Campos. En su interior sobre el muro de la fachada se aprecian los grandes oleos pintados por el artista Nariñense Isacc Santacruz. En el retablo central se venera la imagen del Sagrado corazón de Jesús y a su alrededor se encuentran diecinueve obras talladas en madera de gran valor artístico: once de estas realizadas por artistas ecuatorianos y ocho por el maestro pastuso Alfonso Zambrano Payán.

El estilo del templo se aparta de los lineamientos de lo romántico, para tener una característica propio de un estilo romántico moderno, de finas columnas y amplios arcos que permite apreciar su composición maravillosa. Los vitrales de gran formato, el altar principal elaborado en estilo romántico gótico por el arquitecto Lucindo Espinosa hace de este templo uno de los principales en la ciudad de Pasto.

Templo de la Merced

El origen de este templo es desde 1539, cuando la orden mercedaria llegó a Pasto; fue destruida por un terremoto de 1834; desde esa época ha tenido cuatro reconstrucciones. A partir de 1913 se empezó la reconstrucción actual dirigida por monseñor Leonidas Medina, Obispo de Pasto, bendijo la primera piedra.

El templo posee una estructura y decoración romántico clásico el rediseño estuvo a cargo del ingeniero ecuatoriano Juan Pérez. En el año 1916 la construcción fue dirigida por el maestro Lucindo Espinosa. El acceso se realiza a través de unas gradas en piedra, cuenta con tres naves y una escalera en madera en forma de caracol, denominada “escalera de ojo” por qué no posee un eje de adherencia, elaborado por el maestro Lucindo Espinosa catalogada como una joya arquitectónica, de la cual solo existen dos o tres en el mundo. El retablo diseñado por el mismo maestro nombrado anteriormente posee tres armoniosos espacios en los cuales se ubican las estatuas del Sagrado corazón de Jesús, la Virgen de Las Mercedes y San José. Siendo el templo más visitado en la ciudad por ser venerada la Virgen de Las Mercedes patrona de Pasto.

Un hecho histórico ocurrido en los acontecimientos de 1814, dicen que las tropas del General Antonio Nariño se acercaban amenazando la ciudad. Las mujeres sacaron en procesión a la Virgen de las Mercedes, esta produjo desconcierto entre las tropas republicanas obligando su retiro, pues fue vista desde la colina de El Calvario, como un ejército disciplinado listo para el combate. Desde 1756 cada 24 de septiembre se celebra la fiesta en su honor.

Templo de San Sebastián: La Panadería

La primera capilla se acabó de construir en 1790 oficialmente llamado San Sebastián, esta se demolió para dar paso a la avenida San Sebastián, hoy avenida Santander. En este se albergó el cuadro de la Virgen del Rosario de la panadería pintado al óleo por Fray Pedro Bedón lleva este nombre porque la imagen era venerada en los molinos y panaderías de los padres Dominicos.

El templo actual fue construido en 1936 cuando se da inicio a la construcción de este con un estilo gótico moderno característica que lo diferencia de los otros templos dentro del centro histórico de Pasto de la mano del presbítero Marco Dorado. En el interior del templo de La Panadería se levanta un retablo de características góticas postmodernas, que son complementadas por formas ojivales ornamentadas por un armazón dorado este retablo fue elaborado por Lucindo Espinosa. La estructura del templo cuenta con tres naves y vitrales de colores llamativos iconográficos referentes a la vida de Jesús.

El templo de San Sebastián cuenta con una bóveda artesonada, una torre piramidal de base octogonal de 60 metros de longitud rodeada de muchos rosetones y sus puertas son talladas por artesanos de Nariño. Por estas características es de gran valor arquitectónico ya que hace parte de la unión de un pueblo donde la fe y la devoción son importantes de resaltar.

Templo de San Andrés

Se construyó en 1580 la construcción estuvo a cargo del albañil Iñigo; temporalmente a cargo por la comunidad franciscana, fue la primera edificación en el sector de Rumipamba uno de los sectores más tradicionales de Pasto, Rumipamba en quichua significa “llanura de piedra”. Este ha sido escenario de importantes acontecimientos en la historia de la ciudad como la

decapitación en 1564 a manos de las autoridades españolas, del joven criollo Gonzalo Rodríguez quien buscaba la independencia de su territorio.

El edificio actual fue construido en 1922 y fue terminado en 1938 por monseñor Diego María Gómez; en su construcción se presentan varios estilos arquitectónicos, pero prevalece en el exterior el estilo romántico y toscano. En su interior sobresalen un retablo construido en dos cuerpos, que distingue una distribución de cuatro columnas de lado y lado en el nicho central, siendo de interés por el cual se destaca la Virgen de Dolores, la cual es de gran importancia en Semana Santa. El gran valor artístico de la imagen logra compensar la austeridad de la estructura arquitectónica de San Andrés, cabe resaltar que por su gran valor histórico es considerada una herencia histórica de Pasto.

Templo de San Felipe Neri

En el siglo XVIII existía una capilla en la cual se veneraba una imagen de Jesús a cuesta, ubicada al lado izquierdo del río Mijitayo donde ahora es el templo de San Felipe Neri. En 1815 Francisco de la Villota se convierte en Capellán, siendo quien gestionó la construcción de una capilla en 1828 donde se trasladó la imagen de Jesús del Río.

En 1940 la capilla sufrió un incendio, pero milagrosamente la imagen no sufrió desperfectos y esta fue reconstruida. Francisco de la Villota fallece y el 8 de diciembre de 1869 se ve la necesidad de construir un templo que albergue a los feligreses, este estuvo bajo la dirección del arquitecto ecuatoriano Don Mariano Aulestia quien construyó el actual templo

El templo de San Felipe Neri es de estilo renacentista, conformado con naves laterales y en estas se ubican altares y bellas imágenes talladas en madera por parte de artistas nariñenses, Su decoración se caracterizó por pinturas, dibujos y adornos elaborados por Manuel Salazar, los

diseños del altar de estilo gótico, pulpito y puertas al ebanista Adolfo Esparza quien se inspiró en el diseño del Padre oratoriano Juan Bautista Bucheli, hábil arquitecto el cual también estuvo a cargo de la obra.

En 1947 el templo sufre daños por terremotos, pero entre 1952 y 1956 se reconstruye este. El templo de San Felipe Neri cuenta con obras artísticas de los pintores Manuel María Astoriquiza, Isaac Santacruz, José María Troya y Apolinar Guzmán elaboraron los cuadros de la vida de San Felipe Neri. Se caracteriza por tener imponentes cúpulas y torreones con coplillas que se asemejan a una fortaleza estos pueden ser observados desde cualquier punto de la ciudad.

Templo de Santiago Apóstol

La primera ermita fue construida a finales del siglo XVI en la cumbre de la colina del tradicional barrio El Colorado. La reconstrucción de este inicio en 1665, sin embargo, sismos y enfrentamientos entre las fuerzas realistas y republicanas afectaron la ermita.

La construcción actual data de 1895 por parte del obispo fray Ezequiel Moreno Díaz acogió a la comunidad capuchina de la ciudad y entrego el templo 1897. El templo de Santiago se caracteriza por su gran altura y especiales detalles arquitectónicos, se caracteriza por su influencia romántica en el arco de medio punto, sus muros gruesos y imponentes, sus columnas o pilares cilíndricos y puerta principal ligeramente cónica.

El padre fray Ambrosio del Rosario remodelo el templo, al interior se conforma por tres naves, dos laterales y una central, al fondo el altar o retablo mayor y a los lados los coros para la comunidad con decoración en sus arcos con estilo mudéjar, también se encuentran dos pulpitos octagonales con pinturas bíblicas, sus muros están adornados con cuadros al óleo de santos y

personajes importantes en la comunidad capuchina. Sus ventanales están recubiertos con vitrales de estilo gótico.

El templo tiene un acceso por unas escaleras construidas en piedra tallada, su fachada principal se divide horizontalmente en tres cuerpos. La primera está compuesta por una figura rectangular, coronada por un tímpano; y esta se compone de cuatro columnas que sirven para sostener tres arcos de medio punto, el arco central está decorado con el escudo heráldico y la sigla “Deus meus et omnia” que significa Dios mío es todo.

El segundo cuerpo se conforma por dos torreones de forma rectangular simétricos y definidos por una combinación de estilos románticos y renacentista y el tercer cuerpo se destaca un tambor octagonal con vanos en arco de medio punto, el cual hace parte de la base de una cúpula la cual sostiene una linterna la cual está compuesta por un cuerpo octagonal, una capuchina y una cruz. La variedad arquitectónica de este templo logra reflejarse en sus fachadas y construcción por lo cual propios y turistas tienen a este templo como icono del histórico barrio El Colorado.

Templo de San Agustín

Está ubicado en la carrera 24 con calle 17, es uno de los templos más antiguos de Pasto, perteneció a la comunidad de los padres agustinos hasta mediados del siglo XX. En la iglesia se veneran con mucha devoción históricas imágenes del siglo XVIII que adornan las procesiones de semana santa, el señor de las Caídas. Su estilo es romántico con hermosos retoques ornamentales y dos grandes altares que se destacan por su diseño realizado por grandes ebanistas. Sus frontis y torres están hechos de cal, canto y ladrillo tiene un marcado parecido al templo de la candelaria en Bogotá.

El templo de San Agustín posee históricas imágenes propias de la escuela Quiteña del siglo XVIII, entre ellas el Señor de las Caídas, considerada una joya colonial, también se venera la imagen del Señor de la Columna, adquirida en el siglo XIX en la ciudad de Barcelona España, traída vía Panamá por su propietario, el señor Sergio Córdoba Zúñiga. También el Señor del Concilio, inspirada en el trayecto de Cristo al Calvario es una imagen tallada a mano la cual cuenta con ajuar de vestidos antiguos de gran valor, al parecer esta imagen es española y fue traída por los padres Agustinos hace 300 años, el cuadro de las Animas de autor anónimo que data del siglo XVIII junto a los cuadros del Vía Crucis del maestro pastuso Isacc Santacruz conforman la valiosa muestra artística de este templo. Las muestras artísticas, religiosas y la historia caracterizan este templo el cual logra transmitir espiritualidad y paz para propios y visitantes.

Turismo histórico - religioso como promotor la región

Turismo en el Departamento de Nariño

El turismo como actividad económica ha cobrado importancia a nivel mundial al permitir la integración de factores sociales, culturales, económicos y ambientales en beneficio de las naciones. Las regiones o países son la base importante para el desarrollo en la promoción del turismo, teniendo en cuenta que se genera beneficios de alto impacto sobre las comunidades del sector rural o nativos pobladores donde se realiza, especialmente en aquellos en desarrollo.

La OMT, define al turismo como todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios u otros motivos. De esta definición se desprende toda una serie de tipos y formas de turismo según sea el motivo del viaje, es decir, por razones de afinidad, recreacionales o especializado, los cuales suelen combinarse y ser considerados al planificar la oferta turística (Moreno, 2014, p.155).

Teniendo en cuenta que los gustos y las tipologías turísticas con mayor potencial para el desarrollo turístico de Colombia son el turismo de naturaleza, se deben destacar los enormes recursos naturales con los que cuenta Colombia. Mares, selvas, ríos, llanuras, montañas y gran diversidad de fauna y flora son la muestra de la inmensa complejidad medioambiental que ahora está configurada como una oportunidad. El turismo de naturaleza es reconocido como un factor de desarrollo sostenible en la medida que sea conservado el patrimonio natural y cultural.

El factor cultural en Colombia, en conjunto con la riqueza natural, son algunos de los principales atractivos para el turismo. Las estrategias de fortalecimiento y desarrollo del turismo

buscan ser la herramienta que permita adoptar practicas sostenibles en el sector y llevarlos a un alto nivel de prestación de servicios, con prácticas sencillas y efectivas que generen mayor productividad y competitividad. Diversos destinos turísticos ofrecen a sus visitantes conceptos que se basan en la promoción e impulso de lugares y espacios donde el uso responsable de los recursos naturales y culturales contribuyen a mejorar las condiciones sociales y económicas de las poblaciones locales.

Las prácticas de turismo se remontan al siglo XX, cuando mediante el artículo 7 del Decreto legislativo 2345 de 1956, se estableció esta labor; así nació la actividad en el país y luego en la Corporación Nacional de Turismo, se establecieron lineamientos y tarjetas profesionales para las personas que iban a desempeñar el oficio de guías de turismo. Al consolidar el sector turismo a través de la ley 300 de 1996, el turismo gano importancia y reconocimiento en el sector económico y social. El turismo fue manejado por 8 años en el Ministerio de Desarrollo Económico y luego le dieron más coherencia a este en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a manera de dirección de Turismo manteniéndose hasta el 2004 (Plan Maestro de Turismo Sostenible, 2015).

En cuanto a la región Nariñense, la Dirección de Turismo tiene como misión: “Crear y promover estrategias para desarrollar la promoción, competitividad e infraestructura turística del departamento de Nariño, para así lograr atraer diferentes grupos poblacionales al departamento de Nariño” (2021, párr. 1). Así se determina que, lo importante que es desarrollar un proceso de competitividad turística y posicionamiento en el mercado nacional e internacional motivando a los interesados a unirse en torno a esta actividad económica y social para hacer del Departamento un destino preferido por turistas que están en busca de experiencias en el campo cultural, histórico, teológico.

De igual forma el Plan de Desarrollo Turístico de Nariño en el año 2019 reconoció la implementación del turismo comunitario como un punto importante al dar visibilidad a municipios que buscan ofrecer a viajeros y turistas una gran alternativa de rutas turísticas que sirvan para potenciar la economía. En el mismo documento, también se identificó la carencia de métodos de mercadeo, publicidad y piezas comunicativas que logren ser claves para el proceso de búsqueda de nuevos destinos de turismo. La implementación de la herramienta de información SITUR NARIÑO es un recurso web que es ejecutado como inventario de información para dar a conocer información relevante de destinos; sin embargo, esta no cuenta con óptimos recursos de experiencia de usuario pasa su desempeño.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industrial y Turismo de Colombia (s.f.), entre los principales destinos turísticos del Departamento de Nariño se destacan los siguientes:

Santuario de las Lajas: El santuario de Nuestra Señora del Rosario de Las Lajas es un templo basílica ubicado en Ipiales Nariño en el centro del nudo de los Pastos. Este santuario es considerado como uno de los más majestuosos del mundo y más importantes en el departamento de Nariño. Se destaca por ser una construcción ubicada en el cañón del río Guáitara, esta gran construcción arquitectónica religiosa es de estilo romántico, en el interior sobresale el estilo dórico el cual es de los más antiguos y representativos, esta construcción estuvo a cargo del Maestro Lucindo Espinosa, gran arquitecto y ebanista que desempeño su labor en monumentales templos del departamento de Nariño. El turismo a este destino es conocido como la ruta a la Exprovincia de Obando comprendiendo lugares y municipios Ipiales, Las Lajas, San Juan, Cumbal, Túquerres y el Pedregal. Algunas de las actividades que se pueden hacer es el recorrido al museo del Santuario de Las Lajas, degustación de la gastronomía típica, paseo en el teleférico, visita artesanal y arte religioso.

Laguna de la Cocha: La Laguna de La Cocha está ubicada a cuarenta minutos de la ciudad de Pasto, en el corregimiento del El Encano, es considerado como el Segundo cuerpo de Agua Natural en el país. La Cocha se encuentra en el sistema de paramos más bajo del mundo. Cuenta con una Isla llamada Parque Nacional isla La Corota, con 52 reservas naturales, es un humedal de gran importancia Internacional. Este sitio turístico presenta gran valor cultural por ser reconocido por su gente y costumbres las cuales están ligadas a los indígenas Quillacingas. Algunas de las actividades que se pueden hacer son los recorridos fluviales en lancha, pesca deportiva, recorrido guiado al parque Nacional Isla La Corota y resguardos indígenas, visita a zonas agrícolas y comunidades con emprendimientos en artesanías, tejidos, como también disfrutar de la gastronomía y platos típicos locales.

Además de los anteriores destinos turísticos, Nariño ofrece múltiples alternativas de turismo natural como la visita imponentes volcanes y Lagunas. Estas están divididas en ruta una de ellas es la ruta circunvalar del Galeras de la cual hacen parte la visita a los municipios de la Florida, Sandoná, Consacá, Tangua. El volcán Galeras es un destino turístico de gran interés para propios y turistas. Este tiene una altura de 4276 msnm; en su parte alta se ubica un santuario de fauna y flora el cual es de protección especial. Por su parte, La laguna Verde ubicada en el cráter del Volcán Azufra es un atractivo turístico de gran interés en el municipio de Túquerres. Se caracteriza por ser un paisaje natural de paramo y grandes riscos.

De igual forma, La ruta del Pacifico es de gran interés por su gran carga cultural, étnica y ser un destino con una gran riqueza natural los municipios que hacen parte de este destino son el Espino, Piedraancha, Ricaurte, La planada, Junin y Tumaco. San Andrés de Tumaco es el destino representativo de esta ruta el cual se caracteriza por su riqueza cultural, folclórica, su

gastronomía, entre sus principales atractivos están sus playas de Bocagrande y el avistamiento de Ballenas Jorobadas en julio.

Por otra parte, es importante mencionar que las motivaciones de los turistas son variables; sin embargo, los aspectos teológicos y religiosos del Departamento son atractivos interesantes. San Juan de Pasto, como capital del Departamento se destaca por la conservación de las construcciones republicanas que contrastan con la arquitectura moderna en las faldas del Volcán Galeras. Es una ciudad que se caracteriza por su riqueza cultural y natural. El Carnaval de Negros y Blancos como fiesta magna permite visualizar la historia de artesanos que por generaciones han portado en la región. De acuerdo con la Guía Turística de Nariño:

Pasto se caracteriza por sus paisajes, reservas naturales, grandes templos, talleres artesanales y centros culturales, donde se acoge al turista con la amabilidad y cordialidad su gente. Muestra de la cultura de la ciudad es el Carnaval de Negros y Blancos, las finas artesanías de barniz de Pasto, la arquitectura religiosa de diferentes estilos y los museos, bibliotecas y centros educativos. El teatro Imperial de la Universidad de Nariño es un sitio de interés de la ciudad que da fe de la cultura regional. A San Juan de Pasto se le conoce como la ‘Ciudad Sorpresa’, apelativo que le da el visitante a la ciudad cuando la conoce y se da cuenta de que es más bonita e interesante de lo que se pudo imaginar. Y por las innumerables y sorprendentes historias que datan de las épocas de la Colonia y la Independencia, cuando fue una de las cuatro ciudades más importantes del país (s.f., 36).

Bajo este panorama, merece atención reconocer como el turismo histórico-religioso, puede aportar en el fortalecimiento turístico de la una región. Para ello es indispensable analizar las

principales características de este tipo de turismo y como desde la concepción del Centro Histórico de Pasto se pueden generar alternativas que aporten en este aspecto

Características del turismo histórico/religioso

El turismo es un concepto que ha tratado de ser definido por diversas disciplinas; sin embargo, hasta la fecha, no existe un modelo o conceptualización que unifique diversas visiones, lo que hace aun más particular definir los tipos de turismo.

Por ejemplo, Matute y Asanza (2006), indica que las diferencias en la conceptualización del turismo parte de las razones o motivos de los viajeros (religioso, económico, psicológico, cultural, ecológico y otros). Igualmente, para Ramírez (1988), la definición del turismo es algo compleja y cada individuo puede tener su propia interpretación de acuerdo a sus vivencias, intereses y cultura, debido a que es una actividad desarrollada en el campo personal cuyo protagonista es el hombre (Merida, 2011, p.141)

De acuerdo con McIntosh et al, (2006), reconocer las características de un lugar, es uno de los principales puntos a tener en cuenta al iniciar el proceso de búsqueda de un destino. La ubicación, diversidad en la oferta de actividades a realizar, aspectos relevantes por conocer y finalidad del viaje son puntos que determinan el tipo de turismo. En esta línea se destacan las cinco principales finalidades turísticas:

Turismo cultural: se viaja en busca de experimentar, participar en un estilo de vida con diferentes costumbres. Los escenarios son pintorescos y tienen diferentes lugares representativos. Algunas de las actividades en este tipo de turismo incluyen posadas de estilo colonial o rustico, festivales o carnavales con trajes típicos, danzas folclóricas y exposición de artesanías.

Turismo étnico: este se caracteriza principalmente por viajar en la búsqueda de expresiones culturales y la forma de vida de pueblos antiguos que ha sido de gran importancia en la historia de un país o comunidad. Este tipo de turismo tiene en cuenta actividades como visitas a hogares nativos, asistencia a ceremonias o actos espirituales.

Turismo ambiental: tiene similitud al turismo étnico ya que este logra ser atractivo para turistas la visita a zonas naturales o remotas, pero esta se caracteriza por las atracciones de lugares naturales y ambientales. Estos logran característicos por el encuentro con la naturaleza, apreciar y sensibilizarse, la relación entre las personas y la madre tierra es un punto importante en este tipo de categoría. Este tipo de turismo es geográfico así que tiene en cuenta la visita a ríos, cascadas, montañas, parques nacionales entre otros atractivos naturales. Algunas de las actividades que se desarrollan son de carácter fotográfico, excursionismo, navegación en canoa, campismo.

Turismo recreativo: esté ligado a la visita o participación en el ámbito deportivo, termas, centros recreativos en los cuales se prestan servicios de balneario y esparcimiento social. Las actividades que se realizan son práctica de deportes, espacios para picnic, servicio de restaurante las cuales están relacionadas con compartir espacios sociales en grupos de familias, estudiantes, amigos.

Turismo histórico/religioso: se caracteriza por los viajes a museos y catedrales que son reconocidas por hechos históricos. Algunas de las actividades que se realizan en este tipo de turismo son excursiones guiadas a monumentos, templos religiosos y Catedrales, espectáculos teatrales que evocan los sucesos importantes de la antigua época.

El turismo religioso es un concepto que se ha analizado, como tal, desde hace muy poco tiempo; sin embargo, hace referencia a la combinación de dos fenómenos con procesos evolutivos disímiles, como son la religión, la cual tiene raíces ancestrales, y el turismo con un desarrollo más moderno. Este tipo de turismo representa “18 billones de dólares en la industria global con 300 billones de viajeros y 600 millones de viajes anualmente a sitios religiosos emblemáticos en el mundo” (Perilla, et al. 2013, p.238)

Bajo esta perspectiva, es importante ahondar en las principales características e impacto del turismo histórico-religioso en una región. En el escenario nacional, destinos como Mompox, Pamplona y Popayán son escogidos como opción al tener un legado religioso en sus procesiones y costumbres ligadas a la religión diferenciándose cada una por su antigüedad o las multitudes que congregan a su alrededor.

La riqueza cultural e importancia de los aspectos culturales, religiosos, históricos y arquitectónicos de estos lugares han permitido el reconocimiento y declaratoria de estos escenarios como patrimonios. Uno de estos fue la declaratoria de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, hecha en 2009 por la UNESCO al tradicional desfile de esculturas que representan la pasión y muerte de Cristo por las calles de Popayán, en el departamento del Cauca. De igual forma, Santa Cruz de Mompox una pequeña población en el departamento de Bolívar fue en 1995 declarado Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad debido a que es, un escenario en el que se realizan las únicas procesiones marchadas de Colombia.

La Semana Santa, es una de las principales razones para visitar destinos religiosos en el país; sin embargo, se destaca que muchas personas que viajan a Colombia con propósitos religiosos también hacen visitas a las edificaciones y monumentos que fueron construidos durante la imposición de la religión católica. Este aspecto no es agendo a Pasto, ciudad sorpresa reconocida por alta carga histórica en las construcciones que destacan la ciudad:

Los templos que engalanan la ciudad están cargados de historia y constituyen la más auténtica expresión del arte regional, de nuestros impulsores y arquitectos, razón por la cual se le da a Pasto el calificativo de “Ciudad Teológica”, así tenemos: La Catedral, San Juan Bautista, La Panadería, La Merced, San Felipe, Santiago, Cristo Rey, Fátima, San Andrés, San Agustín, Nuestra Señora del Carmen, Maridíaz, La Sagrada Familia, Santo Sepulcro, Niño Jesús de Praga, San José Obrero, Nuestra Señora de Lourdes, La Concepción y Visitandinas (Camacho, 2012, p.1)

El turismo histórico y religioso es de gran impacto según estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo. En el 2016 hubo cerca de 330 millones de personas las cual tuvieron interés por destinos y lugares relacionados con la fe, los cuales están relacionados en torno a lugares eclesiales, templos, basílicas que son escogidos por sus maravillosas construcciones arquitectónicas, testimonios de milagros y creencias. La historia de un pueblo se relaciona con sus edificaciones y de esta manera es importante el reconocimiento de los principales hechos históricos, la cultura, el arte y la región; esto considerando que gran parte del Centro Histórico de Pasto hace parte del espacio que comprende el desarrollo de actividades culturales, económicas y sociales. De esta manera, se debe mencionar que es importante promover el turismo histórico y religioso como medio de preservación de construcciones de

carácter eclesial, así como incentivar el apoyo a entidades eclesiales que buscan mediante actividades sociales y comunitarias cooperar en la construcción de una mejor ciudad.

El valor turístico de los templos del Centro Histórico de Pasto

Al hablar de turismo se viene a la mente la actividad de visitar un amigo, familiar, contemplar un lugar, divertirse de diferentes maneras o simplemente disfrutar del entorno. De alguna forma también se puede considerar como la participación en un congreso, una salida académica, realizar una salida con un guía experto de carácter investigativo o participar en una peregrinación.

El turismo implica diferentes aspectos desde la manera en la que se encuentra un destino de interés en los que incide el método de difusión o comunicación con el cual surge motivación por conocer un lugar determinado, Desde este punto de vista es importante contemplar los diferentes aspectos socioeconómicos, culturales y de interés que tienen las personas al encontrar un destino.

Pasto es una ciudad que tiene una gran riqueza histórica, cultural, religiosa y artística, un ejemplo de ellos es el Carnaval de Negros y Blancos como evento cultural que invita a las personas a conocer la riqueza artística, cultural y la tradición oral del pueblo pastuso, el intercambio cultural de saberes y el despliegue artístico generan en las personas un inmenso interés de conocer la capital nariñense. Teniendo en cuenta lo anterior es importante resaltar para propios y turistas el reconocer las características que destacan la ciudad. Es así como el Centro Histórico se convierte en un punto relevante por conocer, considerando las pintorescas fachadas, plazas principales con imponentes balcones y monumentales templos.

En el centro Histórico de Pasto se puede resaltar importantes espacios como el Pasaje Corazón de Jesús, el templo de San Juan Bautista, la casa de Don Lorenzo que es un ejemplo del patrimonio urbano y arquitectónico que tiene la ciudad y logra ser recordada por los turistas que la visitan (Espinoza et al, 2009)

Las peregrinaciones religiosas son motivo de viaje para personas que encuentran en su organización eclesiástica los métodos de información y publicidad, estos viajes son realizados en grupos los cuales buscan conocer distintas congregaciones o simplemente van a un encuentro religioso o misión de carácter social o comunitario. Bajo este enfoque, es importante resaltar la gran carga histórica que guardan las construcciones del centro histórico de Pasto y que mediante estrategias comunicaciones y promocionales pueden impulsar su reconocimiento.

El centro histórico de Pasto y los templos que hacen parte de este tienen una gran riqueza arquitectónica, histórica, cultural y artística por lo cual su visita se clasifica en el turismo histórico y cultural. Bajo este aspecto, es de gran importancia la promoción de este, mediante medios de comunicación que sean herramientas para agentes turísticos, departamentos gubernamentales en el sector turismo y entidades eclesiales que buscan promover el reconocimiento y valorar estos monumentales templos.

Además, que a través del turismo y el reconocimiento de los templos del Centro Histórico de Pasto las personas se ven envueltas en nuevas experiencias, reconociendo costumbres, expresiones artísticas y artesanales, entre otros. Todo esto se ve envuelto en la posibilidad de encontrarse con una cultura, historia, aprender, convivir, complementar nuevos saberes para la formación y satisfacción personal (Dahdá, 2003)

Así, la comunicación es un elemento muy importante para el turismo como actividad, por lo cual se deben tener en cuenta los medios de información y recepción de información que motiven a las personas a conocer destinos de carácter histórico y cultural como son los templos del Centro Histórico de Pasto. Este proceso es clave para la interacción, el entendimiento, el acuerdo común en un grupo de personas.

Teniendo en cuenta el turismo como actividad que logra ser fundamental para el progreso en sectores económicos y considerando la situación mundial por el COVID-19 es de gran importancia reforzar los canales de promoción y comunicación del sector turístico. Según el Informe de Gestión Turística de Nariño en el año 2020, se reconoció la implementación del turismo comunitario como un punto importante al dar visibilidad a municipios que buscan ofrecer a viajeros y turistas una gran alternativa de rutas que sirvan para potenciar la economía. El fortalecimiento del turismo mediante herramientas de señalización, información y promoción son indispensable para activar la región.

Bajo estas consideraciones, establecer mecanismos comunicacionales que potencien el turismo y destaquen las características de la ciudad son una necesidad latente. Es así como, articular medios de difusión online y online pueden convertirse en un significativo aporte para los Templos del Centro Histórico, de manera que, se fomente la conexión entre los feligreses, los templos y las personas interesadas en conocer los aspectos arquitectónicos, sociales y culturales que envuelven estos espacios de la ciudad.

Diseño de información y comunicación digital en el turismo histórico- religioso

Social media en el turismo

Las redes sociales y los medios de difusión comunicativa hacen parte del día a día de las personas en diferentes aspectos: educativos, comunicacionales, culturales y económicos.

Millones de personas comparten, publican, participan en la creación de contenido de opinión tales como música, proyectos personales, fotografías y videos; por lo cual hacen uso de las redes sociales para compartir, interactuar, comunicar, siendo este un medio de gran importancia en los escenarios de la conexión entre personas.

El ser humano diariamente hace uso de variedad de herramientas social media como redes sociales, plataformas de información y comunicación, además del uso de aplicaciones móviles facilitadoras de acciones que son requeridas para diferentes necesidades. La interacción a través de redes sociales donde el usuario hace un intercambio de información sin importar su ubicación es de gran impacto por la identificación satisfacción de intereses que son previamente segmentados por la recolección histórica que categorizan los contenidos que son presentados ante los usuarios.

Según Rodríguez (2014), en redes sociales existe una red de información comunicativa la cual hace llegar mensajes a usuarios anónimos que forman parte de la población objetivo. Después del proceso de segmentación de intereses y temáticas, permitirá medir que tipo de anuncios y publicidad será liberada.

De igual forma la autora menciona que teniendo en cuenta la categorización de usuarios, las redes sociales se convierten en un espacio donde empresas y organizaciones ofertan productos y servicios que son dirigidos por el previo estudio de marketing. La aparición de

medios de difusión de información ha hecho que se reduzcan costos, forjando una relación directa con los usuarios y adquisición de información por parte de estos.

Es importante mencionar que, hoy en día los usuarios quieren ser partícipes en este proceso de adquirir un producto o servicio tanto con la empresa como con otros usuarios. Comprender a estos en los gustos, necesidades, motivaciones que se encuentren en la recepción de conocimiento, de qué forma las acciones e interacciones realizadas resuelven los problemas y el éxito del consumo de estos medios de comunicación.

El turismo actualmente es uno de los sectores donde el social media y el uso de plataformas en redes sociales y páginas web juega un papel determinante por el intercambio de experiencias entre usuarios logrando ser parte fundamental a la hora de adquirir este producto desde la manera de recepción de información, hasta la planificación de un viaje y la difusión de la experiencia vivida. En el campo del turismo los usuarios empiezan por la búsqueda de vuelos, hoteles, visitas guiadas, como también revisando la opinión de otros usuarios. En este sentido, al realizar la búsqueda de información, los posibles turistas buscan grupos o comunidades virtuales en las cuales también se ofrecen diversas herramientas en las que los usuarios pueden participar como son foros, anuncios, en vivos, entre otras; desarrollando un intercambio de información que puede ser determinante en la planificación y consumo turístico.

El papel del Social Media en el turismo es importante porque permite conocer de primera mano las necesidades de los clientes potenciales y llegar a ellos, eso sí, sin ser invasivos, y ofrecerles lo que necesitan, de hecho, cada vez son más usuarios los que utilizan las redes sociales e internet para conocer la experiencia de otros usuarios relacionada con hoteles y servicios, lo que, por otro lado, supone para las empresas una necesidad de mejora continua de sus servicios debido a la

exposición a los usuarios en social media y la facilidad de que estos mismos usuarios expongan su queja o su crítica en caso de descontento (Jimenez, 2018, párr. 7)

La necesidad de promocionar ofertas turísticas y viajar de forma recreativa y de placer, da a conocer el marketing turístico y de destinos. Philip Kotler fue de los primeros en definirlo como un arte y ciencia para captar, retener y aumentar el número de clientes rentables para las empresas de turismo. Teniendo en cuenta lo anterior, también existe el Destination Marketing o marketing de destinos que promueve una región o país en específico desarrollando campañas y estrategias para captar su público objetivo.

En el destination marketing se tienen en cuenta campañas publicitarias y estrategias comunicativas mediante el uso de diversos canales como medios de comunicación. Mediante la difusión de encuestas en línea y actividades de comercio electrónico se logra captar atención del consumidor.

Además de esto se tiene en cuenta la exploración de bases de datos y analítica de web, aspecto que permite segmentar e identificar a los posibles usuarios con el ánimo de redireccionar las estrategias hacia ellos. (Rodríguez, 2014)

Según Kotler (1997), un destino puede ubicar su imagen de siete maneras:

Imagen positiva: el destino es considerado de interesante y de elección por parte de usuarios.

Imagen débil: carece de alternativas para promover sus atractivos y por ello no atraen usuarios.

Imagen negativa: el destino no maneja correctas formas de promover sus atractivos y por ellos no es de elección de usuarios.

Imagen mixta: sus formas de comunicación son ambiguas se trata de comunicar lo positivo y sus ventajas ante sus falencias como destino de elección. Imagen contradictoria: la diferencia entre expectativas y experiencia son determinantes para que los usuarios midan su satisfacción al escoger un destino, por ello la in - formación se debe sintetizar y proyectar ante su realidad. Imagen demasiado atractiva: sus formas de comunicación y promocionales son de gran efectividad y frecuentes, pero a veces se deben controlar, ya que pueden saturar la infraestructura que compone estos destinos.

Usuarios del turismo histórico- religioso

La comunicación y la orientación espiritual son una parte importante que muchas personas que encuentran en los templos; espacios que les brindan un acompañamiento espiritual, además de ser guía en diferentes aspectos de carácter social y desarrollo de su proyección personal. Los templos son escenarios que además de contener una gran riqueza arquitectónica e histórica, permiten la confluencia de manifestaciones culturales, personales y simbólicas de una comunidad. Por esta y otras razones es vital promover su reconocimiento en la población de una región y en los posibles turistas que puedan interesarse.

La construcción y el trabajo colaborativo de las personas que hacen parte de la comunidad eclesial es importante ya que sirve como medio de difusión y recepción de un mensaje comunicativo como hacer parte de obras sociales que beneficien a grupos de bajos recursos, recolección de fondos para la restauración del templo y la promoción de espacios de cooperación para causas sociales. La experiencia y las formas de comunicación son un recurso importante para dar a conocer un lugar o sitio, es por ello que es necesario involucrar a la comunidad en los procesos de comunicación, mediante el contar un suceso, promocionar un encuentro de obra social, compartir una experiencia espiritual. Este tipo de acciones, son

recursos que logran generar interés por parte de turistas, los cuales replican sus experiencias de conocer un nuevo lugar que fue grato por su historia y arquitectura.

El usuario del turismo religioso se caracteriza por ser motivado por las creencias, historia, sucesos o el asistir a una peregrinación, los intereses y las formas de comunicación que orientan a grupos de personas el conocer estos destinos son por medio de organizaciones eclesiásticas o grupos espirituales. También se ve motivador por misiones de carácter social, las cuales influyen en gran parte a la búsqueda de este tipo de destinos. Teniendo en cuenta lo anterior se determina una clasificación según Collins-Kreiner & Kliot que define los tipos de usuarios que tienen interés en este tipo de escenarios:

Según este modelo, existirían cuatro categorías de visitantes: 1. Peregrinos “puros” (judíos ultra-ortodoxos): van solamente por razones religiosas para rezar y hacer súplicas. 2. Peregrinos-turistas (visitantes religiosos): también están motivados por deseos religiosos de rezar y hacer súplicas, pero sus visitas están combinadas con viajes a otros sepulcros u otros sitios para actividades no necesariamente religiosas. 3. Creyentes tradicionales: se basan en las creencias que dichos visitantes tienen en la persona sagrada en sí misma y en los favores que le pueden aportar. 4. Visitantes seculares: acuden en grupos a conocer los lugares sagrados, pero sin ningún interés religioso en sí mismo (2010 citado por Perilla, et al. 2013, p.247).

De acuerdo con lo anterior el estudio de intereses, gustos y creencia religiosa es fundamental al clasificar a un tipo de usuario de turismo religioso el cual logra ser complemento en la construcción de herramientas comunicativas que logren motivar a nuevos perfiles de turistas de conocer destinos religiosos. Es importante identificar los canales de información y el

tipo de contenido que se puede incentivar a su creación por personas que tienen gustos en la arquitectura, la historia, las creencias religiosas y la fe, con la cual se lograría un proceso de recepción de información que logre ser codificada y replicada hacia canales de información y este sea de interés por parte de un segmento a fin al campo histórico, arquitectónico y religioso.

En el contexto de Pasto, lo usuarios locales del turismo religioso, son las personas creyentes de la población nariñense y turistas que participan en actividades de peregrinación, reflexión y obra social en diferentes etapas del año. Aspecto fuertemente marcado por años de historia en los que Pasto ha logrado congregiar diversas manifestaciones sociales a través de los múltiples templos que caracterizan la ciudad.

Toda esta riqueza de construcciones y objetos de culto, se debe a que la ciudad y el Departamento fue el punto de aproximación de diversas comunidades religiosas, que cumplieron con su labor de cristiandad en éste y otros territorios. Aquí se asentaron o transitaron mercedarios (1575), franciscanos (1562), dominicos (1572), agustinos (1585), concepcionistas (1588), jesuitas (1643), filipenses (1830), maristas (1893), visitandinas (1922), eudistas (1926), franciscanas (1927), carmelitas (1950) y muchas ordenes más, quienes establecieron un estrecho vínculo con los pobladores a nivel cultural, social, político y económico (Voces de Nariño, 2019. párr.4).

Es importante mencionar que la ubicación estratégica de la ciudad, los límites del Departamento con el Ecuador y la cercanía con otros epicentros religiosos como Popayán, permiten la participación de públicos de diferentes regiones y edades siendo principalmente las personas adultas quienes deciden realizar las visitas desde a los templos acompañados en algunos casos de sus familias. En este punto se debe destacar que la Alcaldía de Pasto ha desarrollado

estrategia para promover el reconocimiento y apropiación del patrimonio de la ciudad a través de proyectos como el Recorrido de la Fe, que en sus diferentes versiones invitó a la población joven de la región a visitar los diferentes templos para con apoyo de guías conocer las características históricas y arquitectónicas de estos importantes espacios (Alcaldía de Pasto, 2018).

METODOLOGÍA

Investigación cualitativa

El proyecto se aborda desde un enfoque cualitativo considerando la importancia de la subjetividad en las experiencias y percepciones de los usuarios frente a los templos del Centro Histórico de Paso, en especial del contexto del Templo de la Catedral. Se emplearon instrumentos de recolección de información como análisis de entorno, observación, encuesta, entrevista y grupos focal, entre otros. El objetivo principal fue identificar información de gran importancia para el desarrollo proyectual como la historia del templo, las actividades que realiza la comunidad feligrés, el tipo de visitantes, expectativas y gustos de los mismos, entre otros.

Método etnográfico:

Las creencias religiosas y espirituales son de gran importancia por lo cual este método logra ser fundamental al estar ligado con las experiencias personales de las personas. Reconocer mediante las experiencias cual es la motivación para visitar un templo, su historia, su arquitectura, su arte religioso, fueron puntos importantes durante el proceso investigativo y proyectual. Conocer las experiencias y formas de conexión de los usuarios con el objeto de estudio fueron parte fundamental del proyecto para identificar los procesos comunicativos que motiven a las personas a conocer mas acerca de los templos del Centro Histórico de Pasto, fomentando el reconocimiento de su gran valor histórico y arquitectónico.

Unidad de análisis, población y muestra

Población:

El público objetivo del proyecto son personas entre los 32 y 57 años de edad, interesados en los aspectos religiosos y arquitectónicos de la ciudad de Pasto. Principalmente el proyecto se dirige a habitantes de la ciudad con el propósito de incentivar el reconociendo de la las características y factores socioculturales asociados a los templos del centro Histórico. La descripción de los perfiles se presenta en un apartado más adelante.

Muestra variable

Durante el proceso de reconocimiento del contexto, proceso de ideación y validación participaron personas entre los 25 y 60 años de edad de la ciudad de Pasto, principalmente población creyente de la religión católica.

Muestra del caso de estudio.

Considerando las dinámicas de trabajo que se lograron articular en medio del Pandemia por Covid-19, se realiza un análisis de los 9 templo que conforman el Centro Histórico de Pasto; sin embargo, se toma como muestra el estudio de caso del Templo de la Catedral. Gracias a la colaboración de la comunidad religiosa asociada a este templo se puede contar con información precisa y a detalle de las características arquitectónicas, sociales y culturales. El desarrollo del trabajo con esta muestra favorece la replicabilidad del proyecto con los demás templos del centro histórico.

Técnicas de recolección de información aplicadas:

Entrevistas:

En el proceso de investigación es importante reconocer información mediante las experiencias personales, relación y convivencia con el grupo objetivo logra ser fundamental en el proceso de recolección de información en este caso su vínculo con el templo de la Catedral de Pasto.

Encuestas:

Es importante conocer la percepción de las personas en el proceso investigativo, con lo cual se logran reconocer intereses, gustos, afinidades para orientar y construir ideas.

Observación participativa:

El ámbito cultural y religioso está ligado a reconocer y conocer más acerca de los intereses, necesidades, inclinaciones de las personas que tienen gusto por conocer entornos de ámbito histórico, religioso o arquitectónico por lo cual logra ser fundamental como técnica de recolección de información.

Grupo focal:

Las diversas opiniones y el vínculo con la Catedral de Pasto logran ser fundamental al reconocer múltiples datos de carácter histórico, cultural, experiencias y conocimientos que son importantes en el proceso de ideación creación.

Metodología proyectual

Para el desarrollo del proyecto se toma como punto de partida la metodología de diseño de diseño de Bruce Archer, y la aplicación de algunas herramientas propuesta por IDEO que articulan las fase y momento de los procesos del pensamiento de diseño. En este sentido, se considera importante la obtención de información significativa a partir de datos recolectados en el contexto de estudio que permitan el posterior análisis e identificación de posibles rutas de acción. Los momentos de ideación, permiten la creación de diversos prototipos que son posteriormente analizados y validados para encontrar ajustes en la propuesta. Gracias al proceso de testeo (validación) realizado, se logró ajustar el prototipo para obtener un resultado más funcional y efectivo para la comunidad.

Es importante mencionar que durante todo el proyecto se realiza un proceso iterativo, que permite avanzar y retroceder constantemente en las etapas para ir ajustando y mejorando los resultados.

Etapas 1 analítica

Durante la etapa analítica se buscó reconocer las características del contexto de estudio e identificar las necesidades, pensamientos y experiencias de la comunidad, en torno a los templos del centro histórico de Pasto. De igual forma se indaga en información relacionada con los aspectos teóricos que permitirán en adelante entender con mayor profundidad el problema e identificar la oportunidad de intervención.

Técnicas e instrumentos aplicados:

- 1.1 Observación no participativa
- 1.2 Observación participativa
- 1.3 Entrevista a expertos
- 1.4 Encuesta con muestreo accidental
- 1.5 Grupo Focal

1.1 Observación no participativa

Para reconocer las características de los templos del Centro Histórico de Pasto y el comportamiento de sus visitantes se realizan varias jornadas de observación no participante. Se logra identificar que en la mayoría de los templos ausencia de información de carácter histórico, arquitectónico y cultural, falencias del ámbito comunicativo, procesos de vinculación con la comunidad, falencias en el ámbito comunicativo con la comunidad. De igual forma las personas que transitan la ciudad cerca los templo por lo general no reconocen el nombre de los templos, por la cercanía entre templos del centro histórico hay ambigüedad en la identificación de estos,

desconocimiento de datos de interés cultural e histórico de los templos que hacen parte del centro histórico de Pasto.



Ilustración 1:Templo la Catedral. Fuente: Archivo Personal

Por su parte, para reconocer la Iglesia de La Catedral como muestra de esta investigación, se realiza un recorrido por el templo identificando sus principales características y el comportamiento de quiénes la visitan. Este recorrido permitió a través de la observación obtener los siguientes resultados:

- La iglesia de la catedral no cuenta con un espacio de documentación histórica o de información para turistas
- Los espacios de información son muy limitados, se destina un espacio para pegar carteles informativos a la entrada del templo
- En algunas celebraciones feligreses y colaboradores hacen venta de escapularios, biblias, rosarios e imágenes religiosas
- Es necesario el reconocimiento de datos de interés histórico para los turistas que visitan la iglesia

- Existen piezas comunicativas que están dispersas en distintos sitios, difícil lecturabilidad, línea grafica dispersa

- Hace 2 años se implementó un sistema señalético por parte de la dirección de turismo de la gobernación de Nariño brinda información de la historia del templo también se implementa el inglés, este no cuenta con identificar visual que asocie a los templos del centro de Pasto, solo el titulo Pasto ciudad teológica y también sugiere los templos cercanos.

1.2 Observación participativa

Con la finalidad de conocer datos históricos y culturales de la iglesia de la Catedral, se realizó un acercamiento con el Padre Alexander Ortega, encargado del templo y la feligrés y colaboradora Elisa Ojeda para compartir información importante y reconocer su punto de vista sobre promover el turismo teológico como una fuente de fortalecimiento cultural y religioso en la ciudad de Pasto.

Durante la observación participativa, se realizó un recorrido guiado por el templo generando registro fotográfico y audiovisual. Esta acción permitió concluir que, el turismo teológico o también llamado turismo de destino religioso ayuda a la edificación de la identidad de un pueblo, al reafirmar aspectos culturales de quienes habitan el entorno.

El turismo genera desarrollo y es desde entidades gubernamentales y la Diócesis que se debe promover el turismo religioso. Las herramientas comunicativas son fundamentales por proporcionar métodos creativos y de gran alcance que comunican y hacen visibilizar espacios dentro de turismo y el desarrollo de una comunidad o destino.

La Catedral de Pasto tiene un gran interés cultural e histórico por ser parte de actos históricos dentro de la ciudad de Pasto como la Navidad Negra, donde este templo se vio

amedrentado por las tropas republicanas y la persecución de comunidades religiosas que fueron expulsadas.

En la diócesis de Pasto, el templo central o madre es La Catedral; en torno a él gira toda la vida espiritual y religiosa

Gracia a la participación del padre y la comunidad feligrés en esta visita, se logran identificar datos y experiencia que son de utilidad en el desarrollo de los prototipos. Entre los datos históricos recolectados se destaca que el Ministerio de Cultura declara La Catedral como bien de interés cultural a nivel nacional el 15 de diciembre del 2000 al ser reconocido como monumento nacional por su riqueza arquitectónica de la cual la Diócesis de Pasto y la sociedad colombiana de arquitectos Seccional Nariño lograron su declaratoria. La Catedral reúne gran parte de muestras artísticas de maestros nariñenses dentro de las artes del tallado en madera, la pintura, la arquitectura y afines que hacen única la construcción de este gran templo religioso.



Ilustración 2: Entrevista Padre Alexander Ortega Fuente: Archivo Personal

1.3 Entrevista a expertos

Conocer acerca del comportamiento turístico y hotelero es importante a la hora de desarrollar una estrategia o solución, por ellos se realizó una entrevista con la directora de Cotelco seccional Nariño Doris Ruano con la cual se obtuvieron datos de gran importancia en el ámbito demográfico, fechas importantes y de afluencia turística, mecanismo de promoción turística y recursos comunicacionales a la hora de promover a Pasto y Nariño como destino.

La entrevista se realizó en las instalaciones del Hotel La Cafeteca, aplicando una serie de preguntas para conocer más acerca de la gestión desde el ámbito turístico y hotelero en Pasto, logrando concluir que:

- El turismo en Pasto tiene un gran potencial en diferentes campos al ser un municipio lleno de riqueza cultural, artística, gastronómica y arquitectónica, también se identificó el potencial que Pasto de ser impulsada como ciudad de interés cultural al poseer una riqueza arquitectónica en sus templos y se ha dejado a un lado.

- El Carnaval de Negros y Blancos de Pasto es el evento que más concentra turistas en la ciudad comprendida en la primera semana de enero.

- Semana santa logra ser una temporada donde se concentra afluencia de turistas, pero no es de gran ocupación hotelera como lo es Carnavales

- Las ferias de las cuales la ciudad de Pasto ha hecho participación para promover su oferta turística son la Vitrina turística de Anato y Colombia Travel Expo

- Principalmente las ciudades de Colombia que ven a Pasto como destino turístico son Cali, Bogotá, Medellín, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Villavicencio

- Los operadores turísticos juegan un papel importante a la hora de promover y promocionar los atractivos turísticos de Pasto en misiones en las cuales se convocan a empresarios y agentes turísticos para hacer una presentación de destino



Ilustración 3: Hallazgos Entrevista. Fuente: Archivo Personal

1.4 Encuesta con muestreo accidental

Con la finalidad de analizar la percepción de las personas acerca de reconocer, promover e incentivar el turismo teológico en Pasto se realiza una encuesta por medio de la plataforma google forms a 40 personas entre habitantes de Pasto y personas de otros departamentos de Colombia y Ecuador.

Considerando las preguntas aplicadas se pueden identificar los siguientes hallazgos:

- Del 100% de los encuestados el 38,5% están entre los 50+, el 28,2% está entre los 31- 40 años, el 17,9 está entre los 20-30 años y el 7,7% menos de 20 años. Del 100% de encuestados el 81% corresponde a personas que viven en la ciudad de Pasto, el 8% corresponde a personas de la

ciudad de Manizales Caldas, el 5% de Medellín Antioquia, el 3% de Ecuador y el otro 3% de Potosí Nariño.

- Las personas que respondieron la encuesta están involucradas en diferentes campos y ocupaciones como docentes, diseñadores, empleados independientes, pensionados, estudiantes, ventas inmobiliarias, artesanía, vida sacerdotal y docencia en el campo religioso. En este aspecto, se menciona que el 86% de las personas encuestadas son católicas, el 8% no comparte ninguna religión, el 3% es agnóstica y otro 3% es espiritual.

- Por otra parte e identificando los aspectos que resultan de la ciudad, 84,6% de las personas creen que Pasto se caracteriza por su Carnaval de Negros y Blancos, el 53,8% considera el arte de Pasto como importante, el 43,6% considera también que se caracteriza por su historia, el 38,5% también cree que es conocida por su religión, el 33,3% piensa que su arquitectura también es reconocida, el 10,3% considera que los museos son característicos y por último el 5,1% menciona las edificaciones como puntos a destacar.

- Al consultar por el reconocimiento de Pasto como ciudad Teológica de Colombia, el 76,9 % de encuestados si tenían conocimiento de que Pasto recibe esta denominación, mientras que el 23,1% no tenía conocimiento. De acuerdo a lo anterior, se destaca que el 71,1% de las personas encuestadas ha encontrado información de este tema por medio de internet, 44,7% por medio de publicidad, el 36,8% por medio de televisión y el 26,3 % por medio de periódicos, también consideran otros medios como libros, historias familiares, tradición oral entre familia, medios radiales.

- Pensando en las posibles oportunidades del proyecto se consulta a los participantes sobre cómo podrían promoverse los espacios culturales y de interés histórico para propios y

extranjeros, los que permitió identificar que el 79,5% considera que por medio de medios de comunicación, publicidad y redes. De igual forma se destaca que el 64,1% de las personas considera que Pasto se define en las palabras cultura, arte, arquitectura, religión, mientras que de manera paralela un 28,2% considera que Pasto es representada por gastronomía, arte, artesanías y el otro 28,2% considera que, por historia, arte, cultura.

1.5 Grupo Focal

Para conocer las opiniones de la comunidad feligrés y personas interesadas en el turismo se realizó un grupo focal en las instalaciones del Templo La Catedral contando con la participación de docentes de educación superior y bachillerato, colaboradores del templo, padre a cargo del templo La Catedral, estudiantes de instituciones educativas, un comunicador social y personal administrativo del sector hotelero en Pasto.

Para desarrollar la actividad se plantearon 5 actividades relacionadas al turismo teológico con las cuales se lograrían identificar características, vivencias, formas y canales de comunicación efectiva, datos referenciales y elementos estéticos importantes para el proyecto. Se organizaron aleatoriamente grupos de 3 personas para discutir sobre las preguntas y realizar una lluvia de ideas. Se proporcionaron post it para de esta manera lograr la recepción de información que orientara en primera instancia el reconocimiento de las necesidades y por otra parte el planteamiento de posibles soluciones.

Los datos que se recogieron a partir de las preguntas relacionadas a los entornos de acción del proyecto y aspectos relevantes para su puesta en marcha. Inicialmente se consultó a los participantes sobre su percepción sobre los templos que conforman el centro histórico. Así, se identificó que las personas asocian al centro histórico la iglesia de San Juan Bautista y La

catedral de Pasto por estar en puntos estratégicos de la ciudad y también por ser cercanos a espacios donde se desarrollan actividades económicas, culturales y son referenciales en algún momento de su vida.



Ilustración 4: Focus Group. Fuente: Archivo Personal

Por otra parte, las personas asocian a las iglesias del centro histórico celebraciones como semana santa, la vigilia pascual, domingo de ramos también el rito eucarístico de domingo, recuerdan las cúpulas de sus construcciones, el ladrillo como material y referencia cromática, los hechos históricos como la navidad negra, también asocian a Agustín Agualongo por ser símbolo de esperanza y del cual se guardan sus restos en la Iglesia de San Juan Bautista. Destacaron también el estilo mudéjar de La catedral que es de influencia religiosa por corrientes cristianas artísticas, también la creencia religiosa y por ello las celebraciones de santos como san Ezequiel Moreno, Sagrado Corazón de Jesús, virgen de Guadalupe y la asociación de los templos con sentimientos como el amor, la fraternidad.

Por otra parte, se consulta por los medios o canales mediante los cuales logran informar sobre las actividades de los templos concluyendo que las personas conocen acerca de las celebraciones en Pasto por medio de la radio, televisión regional, carteles, volante, la voz a voz entre familiares y grupos de amigos son los canales de información que se tienen presentes para la comunicación de eventos de carácter cultura, religioso, municipal.

Así, los participantes destacan que las nuevas formas de comunicación son de conocimiento para las personas y más con la situación que está viviendo el mundo. La pandemia y los protocolos de distanciamiento social han generado que se despierte mayor interés por los canales de comunicación tales como las redes sociales, Facebook, Instagram. El apoyo de material audiovisual, fotografías, posters, guía turística son las formas de comunicación más atractivas manifestadas por los participantes del grupo focal.

Para optimizar la participación de los asistentes se realiza un ejercicio creativo a través del color. Se comparte a los participantes una paleta cromática con 9 colores representativos de cada una de las iglesias que conforman el centro histórico. Los participantes pueden seleccionar y combinar 3 colores por cada uno de los pilares que se pretenden alcanzar con el proyecto: conoce, valora, explora.

De acuerdo a lo anterior, los participantes identifican el color azul, morado y amarillo como representativos de los templos del centro histórico. El amarillo se considera representativo de La catedral; el morado se relaciona al episcopado que tiene su sede central en Pasto y el azul es relacionado con el espíritu mariano y la virgen María la cual tiene una tradición arraigada en la religiosidad de la población pastusa.

También se propone una paleta cromática de colores cálidos donde los tonos tierra representan la arquitectura de la iglesia de San Juan Bautista, el azul también en relación a la devoción a la virgen María, el verde haciendo una relación al detalle de la cúpula de San Juan. La última paleta cromática, se compone del color naranja y amarillo asociado cromáticamente a las edificaciones y estilo de La Catedral, el color verde asociado a las cúpulas y especialmente a la de San Juan. Estas paletas cromáticas son propuestas por 3 grupos que generaron aportes significativos al proyecto.

Conclusiones de la etapa analítica:

A través de los instrumentos desarrollados en esta etapa y la triangulación con los hallazgos de las fuentes documentales y teóricas, se logran identificar algunas conclusiones que orientaron el proceso proyectual; tale como:

- En los templos del Centro Histórico se identifica la ausencia de canales de información que fortalezcan el proceso de reconocimiento y participación en las actividades de carácter social y eclesial.
- Desconocimiento por parte de la comunidad de datos de interés histórico, arquitectónico, cultural de los templos del centro histórico de Pasto.
- Se identifico que mujeres y hombres de 32 a 57 años tienen interés en visitar y conocer lugares de carácter eclesial, afines a la arquitectura, historia y arte representativo de los templos que hacen parte del centro histórico de Pasto.
- Los recursos informativos de carácter histórico, arquitectónico, cultural en los templos del centro histórico son escasos, teniendo en cuenta que pueden ser el soporte en procesos de guía y

turismo por parte de operadores turísticos que estén vinculados en misiones o peregrinaciones en la visita de estos templos.

- Inexistencia de aliados que mediante el trabajo colaborativo visibilicen los templos del centro histórico de Pasto por ser un legado histórico, arquitectónico, religioso que se debe preservar y valorar.

- Se identifica en el proceso que la mayor parte de la población al dialogar sobre el Centro Histórico de Pasto, referencian principalmente el Templo de la Catedral y el Templo de San Juan Bautista. Una de estas razones es por su ubicación en el centro de Pasto y su posibilidad de conectar sectores comerciales, bancarios y económicos de la ciudad; también por la tradición oral y los hechos históricos que tienen estas dos iglesias al estar relacionados con la Navidad Negra.

- Se puede concluir que las formas de comunicación en social media son importantes ya que las entidades eclesiales de la mano de las gubernamentales ocasionalmente tienen en cuenta las nuevas herramientas informativas por lo cual la radio, el uso de medios audiovisuales y también las redes sociales juegan un papel importante para la comunicación asertiva de eventos, sucesos o información entorno a conmemoraciones que se celebran en la ciudad de Pasto.

- Por último, se concluye que las personas tienen en cuenta referentes estéticos y también cromáticos referenciales en las iglesias como también lo que representan en las creencias religiosas, por lo cual los colores se asocian a sentimientos, como también a características litúrgicas de estos y son asociados para conformar una paleta cromática que se pretende formar a partir de diversas emociones.

Etapla 2 ideación - creación

Durante la etapa de ideación-creación se buscó explorar opciones creativas ajustadas a las necesidades del público objetivo. Para ello se tienen muy en cuenta los hallazgos de la etapa anterior, aspecto que permitió la exploración de varias opciones. Principalmente se identifican las características de los stakeholders, se analizan diversos referentes gráficos y se construye un tablero de inspiración gráfica para dar rienda suelta a diferentes propuestas.

Técnicas e instrumentos aplicados:

2.1 Perfil de usuario

2.2 Revisión de referentes

2.3 Mapa de ideas

2.4 Tablero de inspiración

2.5 Diseño de prototipos

2.1 Perfil de usuario

En el proceso creativo es importante identificar del público objetivo sus gustos, intereses, cualidades, virtudes, como se ve, quienes lo rodean, para lograr analizar a profundidad los recursos comunicacionales de la propuesta creativa. En este sentido y considerando los datos obtenidos en la fase anterior, se identifica que el proyecto de Teológica alberga diferentes tipos de stakeholder de acuerdo con su relación con el proyecto. Es así como se logra identificar que los usuarios principales del proyecto son los templos y la comunidad feligrés, considerando que son ellos los principales interesados en reconocer las características de los templos y proyectar su difusión hacia la comunidad.

Por otra parte, se identifican los turistas locales o externos interesados en conocer los templos por motivaciones ideológicas, arquitectónicas, históricas, entre otras. Por último, se identifica que la Alcaldía de Pasto, Gobernación de Nariño y los diferentes operadores turísticos se convierten en los stakeholders terciarios, debido a que son ellos los encargados de promover el turismo de la región y apoyar acciones que fortalezcan estos aspectos.

Considerando lo anteriormente mencionado, se elaboran los principales mapas de empatía, resaltando los datos relevantes para el proyecto, contruidos a través del trabajo de campo.



Ilustración 5: Perfil de Usuario. Fuente: Archivo Personal

Mapa de empatía 1: representa al público objetivo personas creyentes, que hacen parte de la comunidad eclesial y religiosa.



Ilustración 6: Mapa empatía. Fuente: Archivo Personal

Mapa de empatía 2: corresponde al público objetivo no creyente pero que le gusta la historia, el arte y las construcciones arquitectónicas.



Ilustración 7: Mapa de empatía 2. Fuente: Archivo Personal

2.2 Revisión de referentes

Para reconocer aspectos estéticos, publicitarios y conceptuales se recurre a la revisión de referentes con lo cual se logra identificar recursos que pueden enriquecer el proceso creativo, el uso de recursos estéticos, elementos publicitarios, manejo de sistemas de información y comunicación que son importantes de tener en cuenta en el proceso creativo.

Proyecto estrategia de comunicación Sao Paulo

Año: 10 de febrero del 2016

Autor: Rômulo Castilho

Sao Paulo Brasil

El proyecto Sao Paulo es un proyecto de estrategia de comunicación y reactivación de marca que busca exaltar los atractivos turísticos de Sao paulo en Brasil, la estética está determinada de una manera sólida mediante el uso de elementos geométricos que hacen parte de la identidad visual, esta comunica alegría, unión, movimiento, los colores que se usan son de alto contraste por lo cual se piensa en la combinación de una paleta de colores que abarque de manera dinámica elementos visuales y publicitarios. La fuente tipografía de la identidad visual es de estilo san serif bold, por su mancha tipografía la armonía entre elementos del símbolo se complementan de manera correcta.

Elementos icónicos junto al uso de la estética visual propuestos por la estrategia son claves en la recepción de información y mensajes dentro de piezas publicitarias en espacios comerciales, calles, social media, material pop y merchandising que es clave en una estrategia de comunicación que busca reactivar y exaltar un destino turístico para ser visitado.



Ilustración 8: Marca Sao Paulo. Fuente: Behance

Proyecto Village of Ojén

Año: 16 de julio del 2021-

Autor: Facundo Samman-boronali estudio

Málaga España

El proyecto Village of Ojén es un proyecto de creación de identidad visual para impulsar el turismo, mediante el uso de elementos iconográfico para las personas, la identidad visual busca el reconocimiento de personas propias y turistas de las actividades que se pueden realizar. Los colores planos y el blanco comunican institucionalidad, además se logra dar a conocer las diferentes actividades que se pueden realizar en este sitio, proponiendo diversas alternativas estéticas para abordar la publicidad en espacios.

La cotidianidad hace parte fundamental de la comunicación ante la sociedad por lo cual esta estrategia de comunicación fomenta las diversas actividades que se realizan o son destacadas para motivar a conocer a las personas este lugar, espacios naturales, festivales, exposiciones de arte y talleres lúdicos que pueden ser de interés para la sociedad, haciendo el uso de la fotografía, la propuesta comunicación va hacia el cartel informativo que puede tener recepción en espacios de tránsito de personas en la ciudad, en medios de transporte , paraderos y también mediante plataformas digitales.



Ilustración 9: Publicidad Valle of Ojén. Fuente: Behance

Proyecto Nepal

Año:18 de julio del 2021

Autor:Image Ark

Patan Durbar square Nepal

El proyecto Nepal es una estrategia de comunicación completa la cual involucra aspectos culturales, gastronómicos, económicos de una comunidad en busca de incentivar el turismo de destino. El uso de elementos gráficos representativos y su propuesta visual de una identidad visual que cuenta con elementos tipográficos y visuales donde los colores cálidos son protagonistas logra motivar y conocer más de este destino mostrando un proceso de creación colectiva de elementos gráficos que son propuestos en piezas publicitarias, material pop, merchandisign y piezas editoriales que logran informar a propios y visitantes.

La riqueza cultura, artesanal es fundamental en la creación de la estrategia de comunicación Nepal la cual se complementa en la muestra de una feria turística donde se logra la conexión de la marca ciudad con el público.



Ilustración 10: Marca Nepal. Fuente: Behance

2.3 Mapa de Ideas

Durante el desarrollo del proyecto se desarrollan diversos mapas de ideación con el propósito de identificar las posibles oportunidades de intervención. Durante la primera fase se plantea el desarrollo de un sistema de información señalética para orientar a las personas en la ciudad, posteriormente se explora el desarrollo de un aplicativo móvil que integra información de los diferentes templos. Estas primeras ideas surgen a través de los espacios académicos de formación como diseñador gráfico y se complementaron gracias al área de investigación.

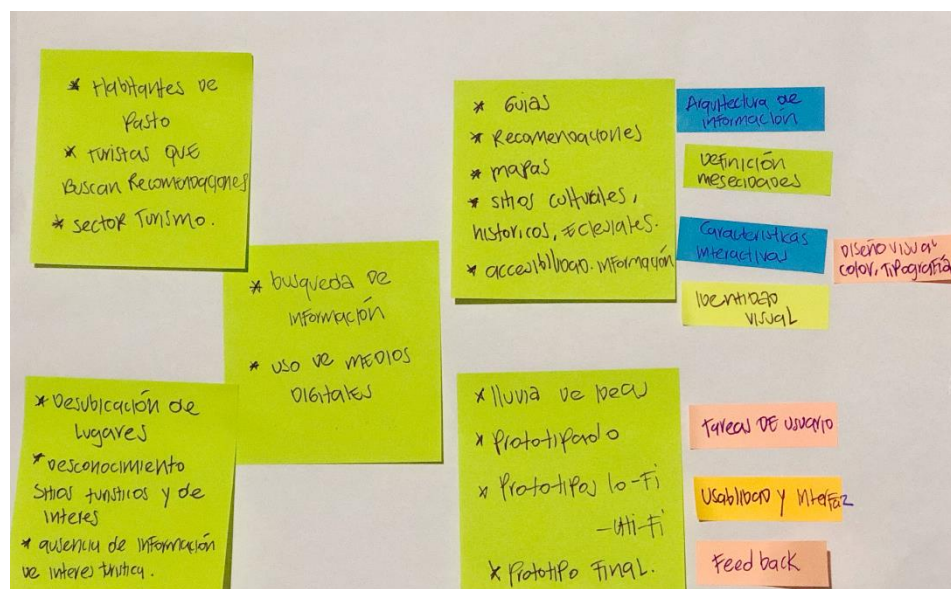


Ilustración 11: Ideación post its. Fuente: Archivo Personal

Considerando el enfoque del proyecto, una vez culminada la aplicación de varios instrumentos de recolección de información (como se menciona en la etapa 1), se decide desarrollar varios mapas de ideación que empiezan a integrar las opiniones de los posibles usuarios y las observaciones de expertos en áreas de turismo, religión y diseño.

Así con la identificación del público objeto se consolida el planteamiento de las características e información que se desea dar a conocer. Se contemplan los recursos visuales como el diseño de información, la cual logra ser un recurso de gran valor para la comunicación y representación gráfica, también se identifican los canales de comunicación teniendo en cuenta las redes sociales, los medios offline y medios online y los aliados en los procesos de difusión informativa.

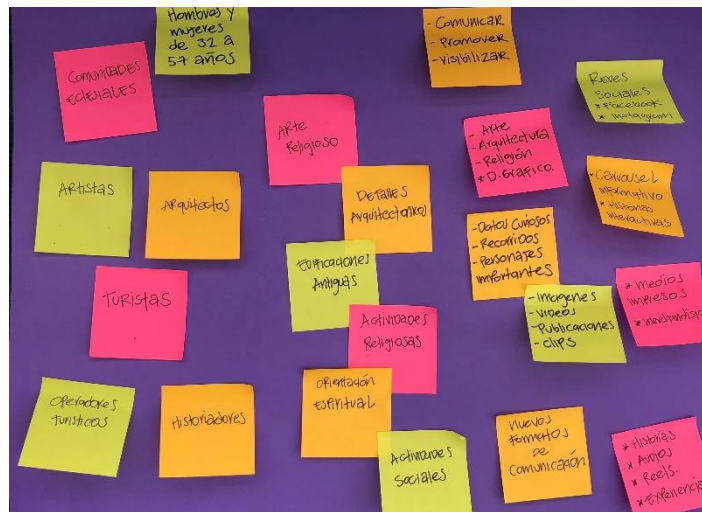


Ilustración 12: Ideación estratégica. Fuente: Archivo Personal

Teniendo en cuenta la falta de información histórica y arquitectónica, se identifica que es importante el uso de un recurso visual que complemente herramientas que difundan datos de interés; por lo cual el diseño de información es un elemento vital en el proceso creativo. El arte religioso, la distribución del templo, los onomásticos; así como las actividades sociales de la comunidad merecen ser destacados.

Si bien promover el turismo es importante, se requiere que principalmente la comunidad de la región conozca los aspectos que destacan de cada templo. En las visitas nos siempre se

cuenta con la presencia de un guía o un recurso informativo, por lo que diseñar piezas orientadoras es importante para reforzar los medios de comunicación en entornos digitales y físicos. El apoyo de redes sociales y piezas comunicativas incentivan el turismo y la visita de estos reuniendo publicaciones que exalten aspectos espirituales, religiosos, arquitectónicos, históricos de interés las personas.

2.4 Tablero de inspiración

Teniendo en cuenta los referentes visuales inspiradores en el proceso creativo, se realiza una búsqueda de referentes gráficos que logren motivar y orientar los aspectos gráficos de la propuesta. La búsqueda de gamas cromáticas que se asocien al proyecto y comuniquen visualmente aspectos que conecten con las personas se hace necesario. Estas gamas se deben relacionar con el aspecto arquitectónico, espiritual y eclesial debido a que son parte fundamental del proceso comunicativo y de experiencia por parte de las personas.

Por otra parte, se analizan elementos inspiradores en el diseño de información como herramienta que facilita la representación de datos en contenido visual, además de complementar el proceso de entendimiento, análisis, reconocimiento de un lugar y ser de fácil acceso para los usuarios en la estrategia de comunicación.



Ilustración 13: Tablero templos. Fuente: Archivo Personal

2.5 Diseño de prototipos

El desarrollo de prototipos empieza con la creación de un sistema señalético ante la problemática del desconocimiento de los templos en el centro de histórico de Pasto. Se realizó un proceso creativo, estudio de zonificación, puntos de interés, búsqueda de referentes, inspiración, creación de identidad visual, creación de familia de pictogramas, desarrollo de piezas señaléticas.

Se empieza con la creación de una identidad visual para el sistema señalético el cual representara la historia y la cultura. Se toman como referencia las cupulas, también los vitrales y los patrones geométricos que componen el interior de los templos.



Ilustración 14: Marca Pasto ciudad teológica. Fuente: Archivo Personal

Pasto ciudad teológica prototipo señalético.

Definiendo la identidad visual y tomando como referencia el valor de línea y los colores del imagotipo, se desarrolla un sistema señalético compuesto por la creación iconográfica, paneles de información, ubicación que logre solucionar problemáticas de identificación de los templos del Centro Histórico de Pasto; sugiriendo sitios de interés que faciliten el proceso de ubicación en torno al centro de Pasto.



*Ilustración 15: Pictogramas templos de Pasto.
Fuente: Archivo Personal*

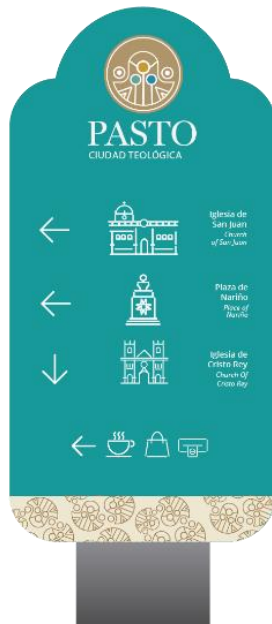


Ilustración 16: Pieza señalética
 1. Fuente : Archivo Personal

Con este proceso de prototipado se determina que el sistema señalético es una herramienta de información y ubicación que soluciona y facilita la ubicación espacial de los templos del centro histórico de Pasto, pero que no logra ser un recurso completo que brinde información detallada si el usuario quiere saber más del templo por lo cual se buscan herramientas comunicativas complementarias.

Sirap conoce el sur.

Teniendo en cuenta la integración de la tecnología como un recurso facilitador de información y buscando la integridad de un sistema señalético, se planteó una aplicación móvil que lograra proporcionar información relevante para propios y turistas abarcando sitios de interés histórico-cultural en la ciudad de Pasto. Para ello se abarcan distintos pasos como la búsqueda de

información, arquitectura de clasificación, desarrollo de prototipos LO-fi, hasta llegar al prototipo final.

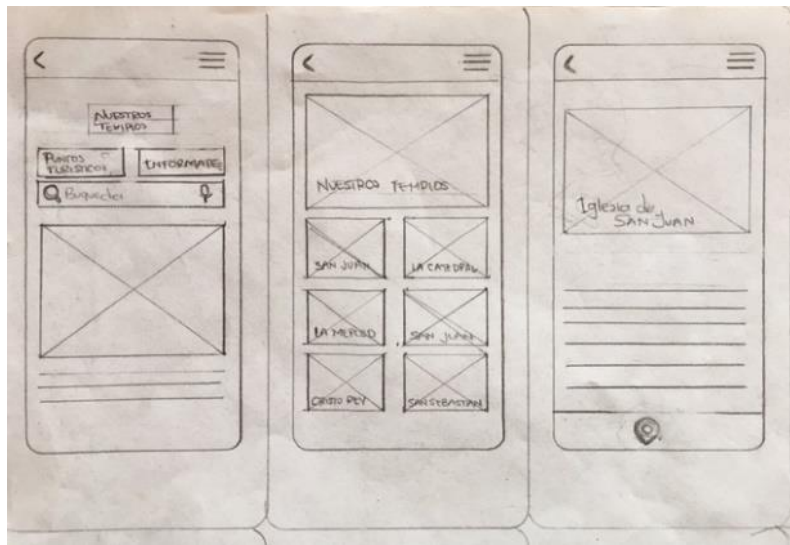


Ilustración 17: Bocetación aplicativo móvil. Fuente: Archivo Personal

La creación de un prototipo de aplicativo móvil logra ser complemento en los canales de comunicación y reconocimiento de los templos que conforman el centro histórico de Pasto, al hacer una validación se encuentran algunos conflictos con los usuarios, al plantear tareas de interacción con la aplicación, además de reconocer que las personas no tienen tanto conocimiento de las aplicaciones como un sistema primario de ubicación.

Las aplicaciones móviles están construidas ante una necesidad o problemática, siendo Sirap una herramienta facilitadora para propios y turistas en la búsqueda de información, ubicación y puntos de interés pero que requiere tener más canales de difusión y promoción para su reconocimiento y usabilidad. Además, al validarla con el público objetivo, se encuentra que la app no es una herramienta que comúnmente pueda ser usada por ellos, lo que limitaría los resultados y objetivo del proyecto.



Ilustración 18: Prototipo aplicativo móvil. Fuente: Archivo Personal

Planteamiento de la estrategia

Teniendo en cuenta todo el proceso creativo y también el proceso investigativo se determinan puntos importantes para definir una estrategia de comunicación la cual logre ser eficaz, para ello se definió un borrador donde se hace un análisis del contexto, un análisis dofa, se determina el tono, estilo, y también los medios de comunicación online y offline teniendo en cuenta la implementación de contenido en redes sociales que logre dar a conocer la estrategia de comunicación como medio de participación, vinculo, información, también se implementa el diseño de información como medio que apoye los procesos de comunicación offline.



Ilustración 19: Contexto problemática. Fuente: Archivo Personal



Ilustración 20: Doña. Fuente: Archivo Personal

Diseño de información

Determinando el diseño de información como elemento de comunicación visual que complementa y promueve el proceso comunicativo de los templos del Centro Histórico de Pasto, se define crear una infografía la cual dé a conocer datos históricos, relacionados con la arquitectura, el arte religioso y los canales de comunicación del templo. Además de ser interactiva por lo cual los usuarios podrán tener diferentes canales de información con recursos visuales que complementen el proceso comunicativo.



Ilustración 21: Bocetación Diseño de Información. Fuente : Archivo Personal

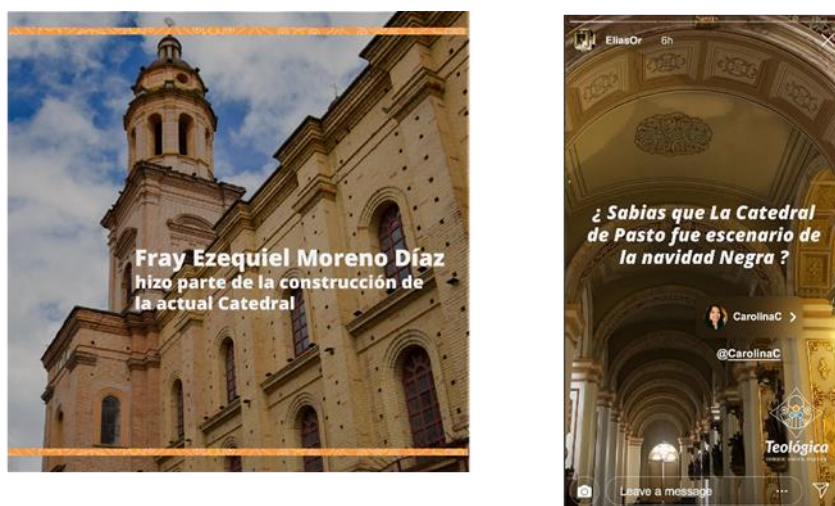


Ilustración 22: Piezas Redes Sociales 1. Fuente: Archivo Personal

Teniendo en cuenta las características principales a resaltar, se plantea una primera exploración en la cual se organizan información histórica, arte religioso, datos arquitectónicos y de su construcción. Se definió el uso de una gama cromática de tonos cálidos y fríos, representativos de características constructivas, estilo mudéjar, con los colores morados y azules que se asocian al ámbito eclesial, además de altos contrastes y el uso del blanco y negro como recurso visual que logra evocar lo histórico y monumental del templo.

Se diseñan piezas comunicativas para redes sociales las cuales complementen los procesos de comunicación y visibilizan la estrategia de comunicación. Se recurre al uso de preguntas como medio de interacción y participación por parte de las personas las cuales logran hacer vincular y querer conocer más acerca de los templos del Centro Histórico, el uso de material fotográfico y construcciones se implementa para incentivar la visita, el reconocimiento de la gran riqueza arquitectónico e histórica de los templos.

Las redes sociales son un elemento importante por la cual se plantea la difusión de herramientas comunicativas que den a conocer datos de interés, información e historia acerca de la Catedral de Pasto.

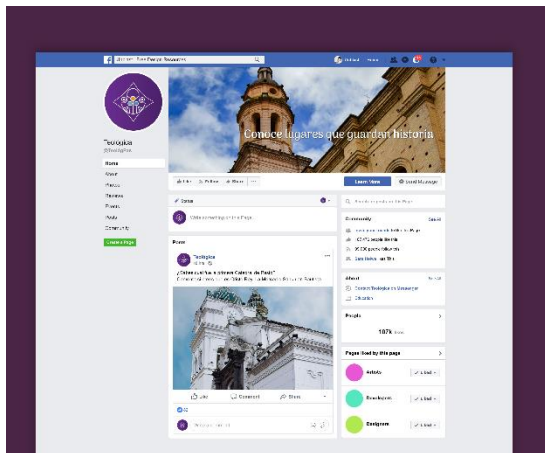


Ilustración 23: Piezas Redes sociales 2.

Fuente: Archivo Personal

Es importante la creación de piezas comunicativas impresas y merchandising por lo que se proponen banners, afiches promocionales y souvenirs como elementos comunicativos que visibilicen la estrategia de comunicación.

Banners



Ilustración 24: Banners Publicitarios. Fuente: Archivo Personal

Los banner y vallas publicitarias son propuestas como elemento de promoción que visibilizarían la estrategia comunicativa por lo cual se hace uso de la fotografía, tipografía y la identidad visual, buscando el reconocimiento del entorno ciudad y las cupulas de los templos del Centro Histórico de Pasto.

Merchandising

También los souvenirs y merchandising son propuestos como elemento comunicativo que da a conocer a las personas acerca de una estrategia de comunicación. En este caso se diseña un prototipo de tote bag o bolsa viajera que es vinculada con actividades del ámbito turístico, reconocimiento de lugares y viajes.



Ilustración 25: Tote bag. Fuente: Archivo Personal

Etapas 3 validación

La etapa de validación es transversal durante todo el proceso de investigación y desarrollo del resultado. Para ofrecer soluciones funcionales cada uno de los prototipos fue validado en diferentes fases del proyecto. Las herramientas de ideo.org favorecieron la identificación de rutas claras para testear la funcionalidad de los aspectos gráficos y comunicativos de las propuestas, lo que permitió ir y venir en las diferentes fases para lograr concretar el resultado.

Técnicas e instrumentos aplicados:

3.1 Revisión de prototipos y grupos focales

3.2 Check list – Capabilities Quicksheet

3.3 Validación con redes de colaboradores

3.1 Revisión de prototipos y grupos focales

En el proceso creativo y de validación se realizaron diversas actividades para lograr testear aspectos comunicativos, estéticos y funcionales que hacen parte de la estrategia, con el fin de conocer de forma detallada cuáles son las consideraciones a tener en cuenta por parte del público objetivo para lograr los objetivos del proyecto.

Es importante mencionar que gracias a los conocimientos adquiridos durante mi proceso de formación como diseñador gráfico en dos proyectos de aula se trabajó un tema muy cercano al fortalecimiento de los aspectos comunicativos de los templos de Pasto, principalmente en

función de promover el turismo; sin embargo gracias al proceso investigativo: la revisión documental, las encuestas, entrevistas, grupos focales y la observación se logra identificar que el enfoque del proyecto debía en primera medida proponer estrategias que conectarán a la comunidad y feligreses con las características culturales, sociales y arquitectónicas de los templos, para posteriormente impulsar el reconocimiento por personales locales y turistas.

Bajo esta consideración se debe mencionar que durante todo el proceso se realizan validaciones de la funcionalidad de cada uno de los prototipos. Es así como partiendo de los hallazgos obtenidos con la primera propuesta señalética, se desarrolla el prototipo de la aplicación para compartir información significativa de cada templo.

Este proceso comienza con la validación de la aplicación móvil, la cual se hizo con el padre Alexander Ortega y feligreses colaboradores de la Catedral con el propósito de reconocer los diferentes componentes de la aplicación, los aciertos y desaciertos en el proceso creativo. Es así como se determinó que era necesario proponer un recurso comunicativo que abarcara de manera complementaria datos relevantes de cada templo, logrando informar y vincular a las personas con los templos del Centro Histórico de Pasto.



Ilustración 26: Validación Padre a Cargo Catedral. Fuente: Archivo Personal.

La validación de la app permite identificar falencias en el desarrollo de actividades propuestas, como encontrar información histórica de la Catedral, buscar un sitio de interés, identificar templos del centro histórico. Con estas observaciones se procede a crear nuevos mapas de ideación con el propósito de conectar hallazgos importantes que promuevan una solución mas funcional y creativa.

Gracias a estos aspectos y de la mano de un proceso constante de revisión de referentes y fuentes de inspiración, se plantea el diseño de una estrategia de comunicación visual que integre medios online y offline. Para ello se recurre al desarrollo de una infografía, la cual abarca información histórica, arquitectónica, arte religiosa y también hace participe de los usuarios de recursos interactivos. Se desarrollan prototipos de la maquetación que seon revisados y validados por profesionales en diseño gráfico para recibir observaciones sobre los aspectos a mejorar, encontrando que es importante modificar el formato para fines de producción, vincular más imágenes, tonos de contraste e incluir un sistema de iconos para las actividades interactivas que se pueden desarrollar con apoyo de los códigos QR.

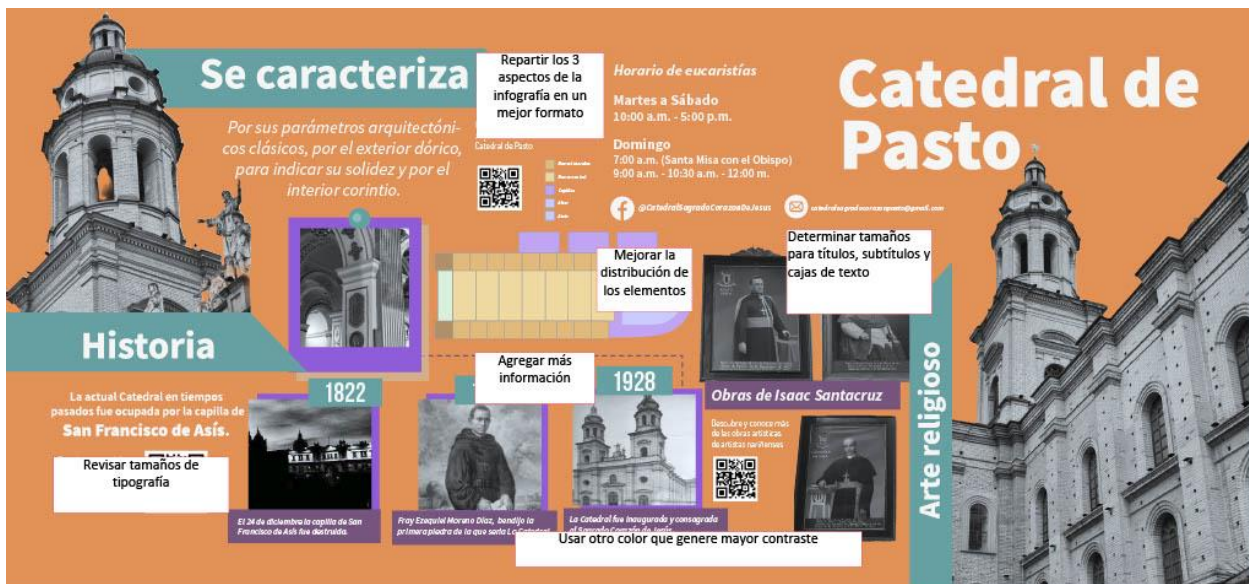


Ilustración 27: primer Prototipo Infografía. Fuente: Archivo Personal

Con los ajustes desarrollado, para lograr testear la nueva infografía, se hace una jornada de validación en la Iglesia de la Catedral en la cual se vincula a los visitantes, feligreses y personas para reconocer aspectos positivos, elementos por mejorar y decepcionar aportes que permitieron corregir y determinar los aspectos estéticos y comunicacionales. Durante esta jornada se reciben comentarios muy positivos sobre la propuesta y de igual forma observaciones para fortalecer la propuesta. Dentro de los principales aportes se encuentran que:

Aspectos positivos

- Se resalta la información histórica. Aspectos por mejorar
- Se aprecia que se abarquen aspectos arquitectónicos.
- La interactividad es una alternativa creativa.
- Se destaca el trabajo investigativo con los monumentos históricos de la ciudad de Pasto.

- Es interesante La línea de tiempo y relación con hechos históricos mediante audio.
- Los elementos visuales el audio, los videos e imágenes son un elemento que llama la atención.
- Se destaca que se resalte el arte religioso en el templo de la Catedral.
- Las redes sociales y medios de información en la infografía son una buena estrategia para conocer más de las actividades en el templo.
- El video es excelente para compartir e invitar a Pasto a familias y turistas.
- Se resalta que se destaque el valor histórico y arquitectónico de los templos de Pasto.

Aspectos por mejorar

- Colores más llamativos.
- Aumentar el tamaño de la letra para tener una excelente lecturabilidad.
- Resumir más la información del aspecto arquitectónico de la Catedral.
- Aumentar el contraste del color de fondo.
- Mejorar la distribución de los elementos.

3.2 Check list – Capabilities Quicksheet

Considerando las herramientas propuestas por ideo.org y buscando que le proyecto pueda replicarse y desarrollarse en los demás templos se recurre al desarrollo de una lista/hoja de chequeo, con el ánimo de determinar si los ajustes desarrollados en la propuesta son adecuados y recibir recomendaciones sobre las posibles alianzas estratégicas a implementar. Para ello se prepara una lista de chequeo con preguntas orientadas a los aspectos gráficos y funcionales que es aplicada a un grupo de feligreses del templo la Catedral, diseñadores e interesados en el área, con edades correspondientes al grupo de estudio.



Ilustración 28: Check List. Fuente: Archivo Personal

De esta manera se logra determinar los diferentes puntos de vista, visualmente el uso de gamas cromáticas que representen los templos del centro histórico de Pasto teniendo en cuenta todo el proceso creativo e investigativo. También factores como lecturabilidad, unidad e información que es plasmada en las piezas comunicativas.

3.3 Validación con redes de colaboradores

Durante todo el proceso, se trabajó de la mano principalmente con la comunidad feligrés del Templo La Catedral, quienes de manera colaborativa fueron orientando la toma de decisiones relevantes para el proyecto. En ese trayecto se conectó con personas expertas en áreas de turismo y diseño. Considerando la replicabilidad del proyecto, se conecta con operadores turísticos y con la Diócesis de Pasto, buscando crear alianzas que favorezcan el sostenimiento de esta iniciativa.

Respecto a los operadores turísticos se sostiene dialogo con Henry López identificando que a través de piezas estrategias de difusión online y offline es posible realizar una cooperación entre el proyecto, la Diócesis de Pasto y los operadores turísticos, de manera que se promueva la visita a los Templos tanto para personas locales como para posibles visitantes de diferentes regiones. De igual forma se establece a través de la Diócesis, la posibilidad de replicar el proyecto con los demás templos del Centro Histórico, aspecto que se encuentra en dialogo para precisar detalles de la colaboración.



Ilustración 29: Validación Colaboradores. Fuente: Archivo Personal

Los resultados de la validación lograron son de gran importancia al identificarse aspectos estéticos, comunicativos que son importantes a tener en cuenta para el desarrollo de la estrategia. Durante el proceso se resaltó la importancia que tiene dar a conocer aspectos históricos y

arquitectónicos, así como también incentivar la participación de la comunidad mediante canales de información como redes sociales. Se resalta la interactividad por medio del uso de videos y audio, que conectan a los usuarios con la experiencia. Se identifican aspectos por mejorar como tamaño de los bloques de texto, resumir aspectos de los elementos de la infografía.

RESULTADOS

Identidad visual

La identidad visual de la estrategia de comunicación Teológica: conoce, valora, explora, toma como inspiración el interior de las cúpulas, su composición estética de líneas y colores componentes de la pintura muralista la cual hace parte las cúpulas de los templos que conforman el centro histórico de Pasto, estas variables geométricas y cromáticas son utilizadas para la construcción de un símbolo que hable de la arquitectura, cultura, historia.

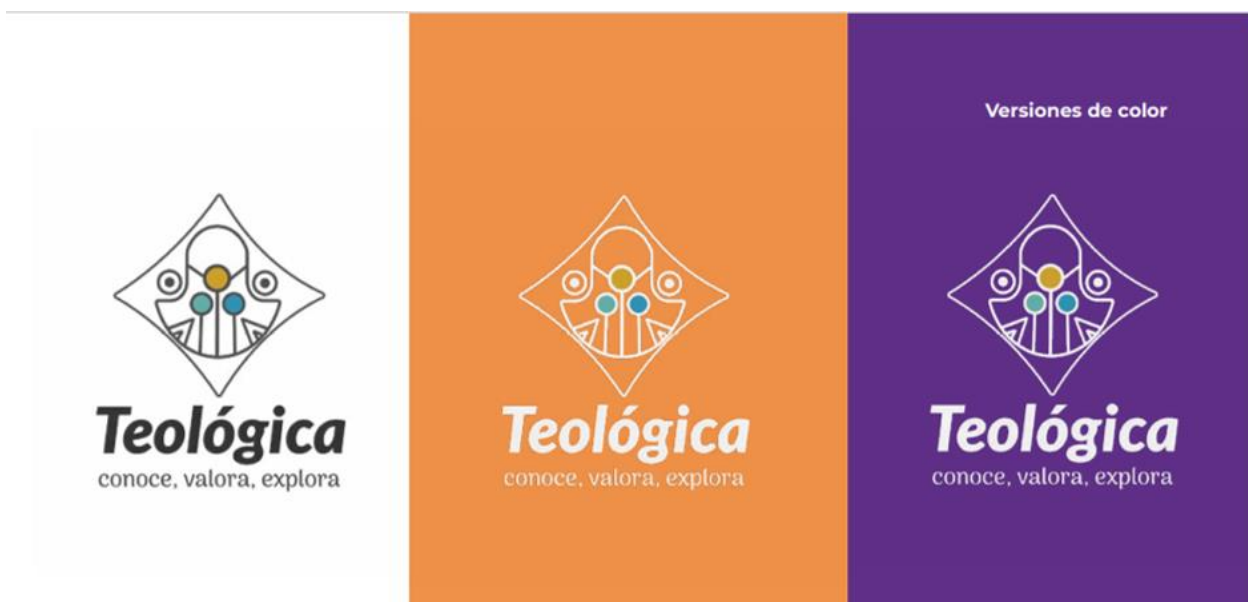


Ilustración 30: Identidad Visual Teológica. Fuente : Archivo Personal

Infografía

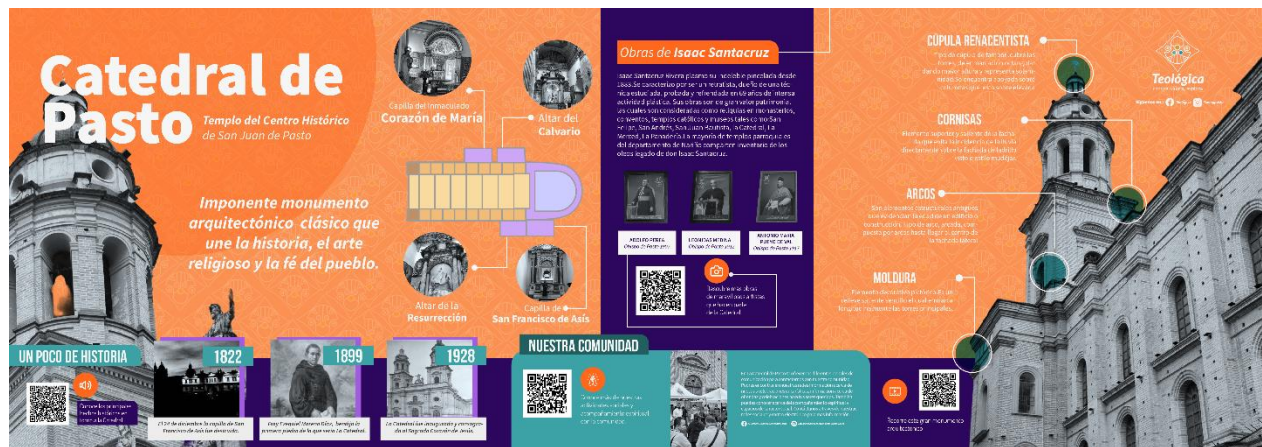


Ilustración 31: Infografía La Catedral. Fuente: Archivo Personal.

La infografía tiene cuatro componentes historia, arte religioso, arquitectura y nuestra comunidad. De esta manera se usa códigos QR que hacen interactiva la experiencia de información, comunicación y reconocimiento del templo histórico. En la parte inferior izquierda se encuentra la línea de tiempo que dirige a un audio que hace una breve reseña histórica del templo de la Catedral. La parte central tiene un código QR el cual dirige a un álbum fotográfico el cual reúne obras artísticas de artistas nariñense que hacen parte del templo de la Catedral como Obras de Isaac Santacruz, Obras del arquitecto y ebanista Lucindo Espinosa.

Contenido multimedia y comunidad

La parte inferior derecha tiene un código QR el cual dirige a un video recorrido al interior del templo de la Catedral el cual invita a reconocer los espacios, el estilo arquitectónico corintio, detalles constructivos y estilísticos de esta majestuosa obra arquitectónica. La parte superior central está destinada para conocer los canales de comunicación de la Catedral Sagrado Corazón de Jesús, sus medios de comunicación en Facebook y contacto como elemento de comunicación y participación para la comunidad.

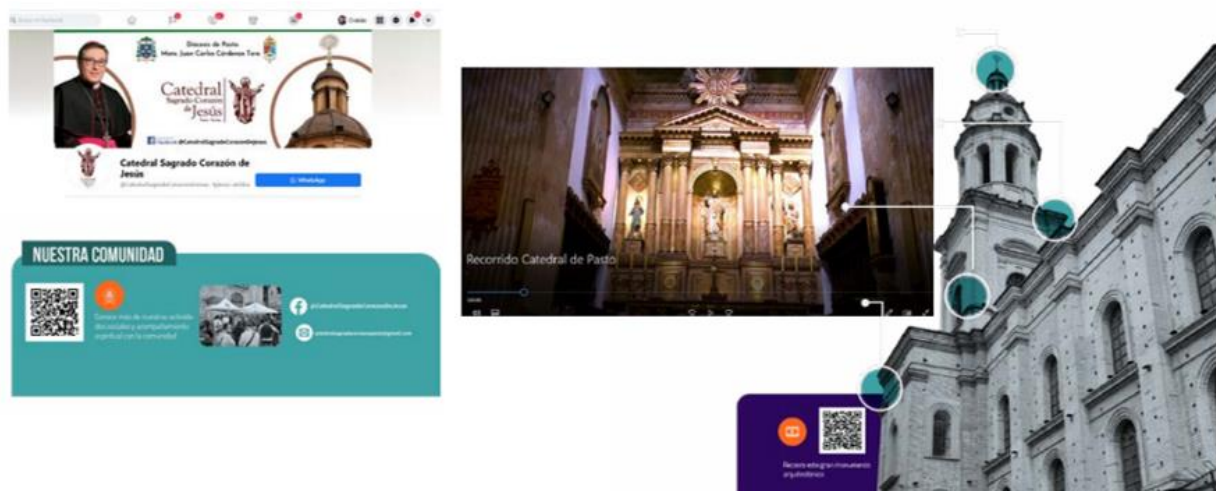


Ilustración 32: Infografía Sección Comunidad. Fuente: Archivo Personal

Redes sociales

La estrategia en redes sociales, busca mediante la creación de contenido dar a conocer a las personas acerca la gran riqueza histórica y arquitectónica de los templos del centro histórico de Pasto , la interacción mediante preguntas, que llaman a la acción de participantes hace que la estrategia logre se fundamental para que los canales de información sean reconocidos por personas interesadas en conocer lugares históricos, arquitectónicos, eclesiales, sitios turísticos de Colombia y así logre haber una comunicación efectiva que beneficie el reconocimiento cultural e histórico de los templos del centro histórico de Pasto.

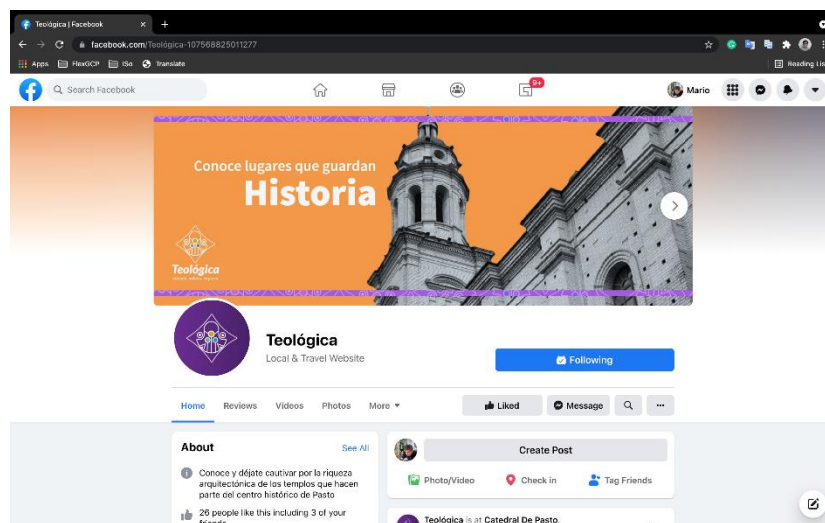


Ilustración 33: Redes Sociales Facebook. Fuente: Archivo Personal

CONCLUSIONES

1. Pasto tiene una gran riqueza cultural, histórica y arquitectónica en el proceso de investigación se concluye la ausencia de medios de comunicación que visibilicen, informen y logren dar a conocer el valor histórico de los templos de Pasto.
2. Teológica: conoce, valora y explora es un proyecto que sirve como estrategia de comunicación para dar a conocer a propios y turistas toda la riqueza arquitectónica de los templos del centro histórico de Pasto a partir del diseño gráfico y diseño visual incentivar el reconocimiento de espacios históricos y espirituales en la ciudad en fechas espaciales como semana santa o peregrinaciones.
3. El proceso investigativo y desarrollo da como resultado una estrategia de comunicación que incentiva el reconocimiento histórico, arquitectónico y cultural de los templos del centro histórico de Pasto, mostrando herramientas interactivas que logran dar a conocer aspectos históricos, arquitectónicos, culturales, espirituales y que involucran a comunidades eclesiales entornos a estos espacios cargados de historia y fe.
4. Es importante resaltar el gran valor histórico y arquitectónico en Pasto, es necesario dar a conocer la carga cultural que tiene Pasto y de esta manera conservar las pocas construcciones de carácter republicano que quedan en la ciudad.
5. La comunicación visual y las estrategias de comunicación son de gran importancia como medio de información que promueve y visibiliza lugares históricos ya que logran ser herramientas que facilitan el reconocimiento de aspectos culturales de determinado lugar con esta investigación se logró reconocer aspectos históricos, culturales y de carácter eclesial que son fundamentales en la construcción de valores para la sociedad.

RECOMENDACIONES

El turismo teológico o de destino religioso tiene un gran campo de acción es importante impulsar mediante la comunicación y los medios de información nuevas herramientas para dinamizar las diferentes estrategias que se requieren para lograr una comunicación efectiva, Nariño tiene una gran carga cultura, histórica, arquitectónica es fundamental la constante investigación de métodos de comunicación para lograr complementar los procesos de comunicación y lograr reconoces los campos de acción de estos en nuevos procesos investigativos .

El centro histórico de Pasto tiene una gran riqueza histórica es fundamental profundizar en diferentes aspectos tanto culturales, sociales, artísticos para reconocer nuevas problemáticas que dan pie para futuras investigaciones. A partir del diseño y la comunicación visual se logra fomentar el reconocimiento y salvaguardar este legado que tiene la ciudad de Pasto en aspectos que involucran la historia, el arte, la arquitectura, características sociales, religiosas y culturales fundamentales y de importancia para la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Agreda, V, (2000). Iglesia Catedral del Sagrado Corazón de Jesús. Manual Historia de Pasto. Tomo IV. p 181. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Agreda, V. (2000). Iglesia de San Juan Bautista. Manual de Historia de Pasto. Tomo IV. p. 199. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Agreda, V. (2002). Templo de Santiago. Manual Historia de Pasto. Tomo V. p.289. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Agreda, V. (2002). Templo de Cristo Rey. Manual de Historia de Pasto. Tomo V. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Agreda, V. (2002). Iglesia San Felipe Neri o Iglesia de Jesús del Rio. Manual de Historia de Pasto. Tomo V. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Agreda, V. (2003). Templo de San Agustín. Manual de Historia de Pasto. Tomo VI. p. 153. Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

Arango, Silvia. (1989). Historia de la Arquitectura en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional

Ardura I. (2014). Marketing Digital y comercio electrónico Madrid España

Bastidas, J. (2000). Historia Urbana de Pasto. Santafé de Bogotá: Editora Guadalupe

Benevolo, L. (s.f.). <https://arqunmhistoria.files.wordpress.com/2016/09/origenes-del-urbanismo-benevolo-arqui-libros-al.pdf>

Burbano, C. V. (2008). Identificación y Valoración Patrimonio Inmueble Andino Nariñense. San Juan de Pasto: Fondo Mixto de Cultura Nariño

Camacho2012http://www.2016-

2019.narino.gov.co/inicio/files/Publicaciones/ARQUITECTURA_RELIGIOSA_EN_SAN_JUAN_DE_PASTO_TRABAJO_FINAL_CORREGIDO.pdf

Carrión,F.(2001).https://issuu.com/bakuna/docs/centros_historicos_de_america_latina_y_el_caribe

Cerón, B & Ramos M. (1997). Pasto: Espacio, Economía y Cultura. Pasto. San Juan de Pasto: Fondo Mixto de Cultura. Nariño

Chateloin, F. (2008). <https://www.redalyc.org/pdf/3768/376839855003.pdf>

Dahdá, J. (2003). Elementos de turismo. Mexico D.F

Díaz, E. (1996). Templo de la Merced. Los templos de San Juan de Pasto. Programa de exaltación de los valores regionales. San Juan de Pasto

El Espectador. (2011). <https://www.elespectador.com/opinion/lectores/cartas/centros-historicos-column-260328/>Enríquez, Bolaños, Ordoñez, Morales, Ortega (2009) Espinosa y Santacruz Dos Arquitectos, dos épocas

Fuente <https://sitio.narino.gov.co/wp-content/uploads/2020/11/Informe-gestion-primer-semester-turismo.pdf>

Gonzales,A.(2018).http://bdzalba.fau.unlp.edu.ar/greenstone/download/tesis/publico/doctorado/2018/TE86/GonzalezBiffisAlejandra.pdf

Guerrero, G, (2003). Una ciudad para la Memoria. Entrevistas. Evolución Urbana. San Juan de Pasto

https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/50.Guias_departamentales_Narino.pdf

<https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184014.pdf>

<https://sitio.narino.gov.co/turismo/>

Hoyos, J. (2003). Una ciudad para la Memoria. San Juan de Pasto: Evolución Urbana. San Juan de Pasto

Inventario del Patrimonio Cultural objeto de turismo en San Juan de Pasto Carlos Arbey Castillo

Muñoz, José Luis Villarreal, María del Socorro Bucheli Campiño 2011 -

<https://isbn.cloud/9789588579115/inventario-del-patrimonio-cultural-objeto-de-turismo-en-san-juan-de-pasto/>

Kerin, R.(2009) Marketing Mexico D.F

Ministerio de Cultura, 2012, <https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1hmrfrUequnb--Im-f6zgSDkdyQg9isGm>

Moreno 2011 <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

McIntosh,R,(2006).Turismo planeación, administración y perspectivas.Mexico D.F

Santacruz,J,(2018) Historia de la arquitectura y el urbanismo San Juan de Pasto

Zarama, R. (2003). " Iglesias de Pasto (III Parte) “. Manual de Historia de Pasto. Tomo VII.

Academia Nariñense de Historia. San Juan de Pasto

ANEXOS

Los anexos del proyecto pueden ser consultados en su totalidad por medio del siguiente enlace.

https://drive.google.com/drive/folders/1VXn_9PF6DfK-k61flcnhKO9GsPMtg2kD