

La Villa de Leyva: Un viaje por las narrativas populares

La Narrativa Popular como eje central de turismo en el territorio de uno de los pueblos más representativos y tradicionales de Colombia

Juan Diego Camargo Eslava

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Artes y Diseño

Diseño Industrial

Bogotá

2022

Propuesta

Ruta turística por el municipio de Villa de Leyva, Boyacá

Juan Diego Camargo Eslava

**Documento de investigación y proyecto de grado para la obtención al título de
Diseñador Industrial**

Asesores:

Diana Castelblanco

Diseñadora Industrial, especialista en Gerencia de Diseño y Magíster en Hábitat

Mg. Edgar Patiño Barreto

Maestro en Bellas Artes y Magíster en Filosofía.

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

BOGOTÁ D.C.

2023

Directores de proyecto de grado (firmas)

Profesor 1

Profesor 2

CONTENIDO

1. Resumen

2. Introducción

3. Estructura del proyecto

3.1 Problema de investigación

3.2 Pregunta de investigación

3.3 Definición y justificación del problema

3.4 Objetivos

3.4.1 General

3.4.2 Específicos

4. Antecedentes

5. Marco contextual

5.1 Contexto histórico

5.2 Demografía de Villa de Leyva

5.3 Características del municipio

5.4 Accesibilidad a Villa de Leyva (Bogotá)

6. Marco teórico

6.1 Turismo hegemónico.

6.2 Lo popular y cotidiano

6.3 Hegemonía

6.4 El habitar

6.5 Narrativas Populares

7. Metodología

7.1 Cartografías

7.1.1 Cartografía por los espacios.

7.1.2 Cartografía por los actores.

7.1.3 Cartografía por los objetos.

7.2 Cuadernos de viaje

7.3 Laboratorios de Mapeo Territorial

8. Componente Metodológico

9. Propuesta de diseño

9.1 Descripción del producto

9.2 Ruta 1 - La Villa por la ruana

9.3 Ruta2 – La Villa por la cerveza

9.4 Ruta 3 – La Villa por el vino

9.5 Modelo de Palhares

9.6 Matemización de los momentos

9.7 Mapa de Actores

9.8 Componentes de la propuesta

9.9 Gestión del proyecto

10. Bibliografía

Tabla de figuras:

1. **Figura 1** *Subprovincia Alto y Bajo Ricaurte, Boyacá – Tomado de Alternativas y potencialidades de valor agregado en iniciativas turísticas de tipo comunitario Caso subprovincia del Alto Ricaurte, Boyacá (Colombia).*
2. **Figura 2.** *Mapa vías de comunicación Municipio de Villa de Leyva, Boyacá – Tomado de Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019.*
3. **Figura 3** Cartografía por los Espacios 1 – Propia del autor
4. **Figura 4** Cartografía por los Espacios 2 – Propia del autor
5. **Figura 5** Tienda – Propia del autor
6. **Figura 6** Narrativa tienda – Propia del Autor
7. **Figura 7** Casa histórica – Propia del autor
8. **Figura 8** Narrativa casa histórica – Propia del autor
9. **Figura 9** Museo – Propia del autor
10. **Figura 10** Narrativa Museo - Propia del autor
11. **Figura 11** Taxi – Propia del autor
12. **Figura 12** Narrativa taxi – Propia del autor
13. **Figura 13** Cartografía por los actores 1
14. **Figura 14** Cartografía por los actores 2
15. **Figura 15** Don Benjamín – Propia del autor
16. **Figura 16** Narrativa Don Benjamín – Propia del autor
17. **Figura 17** Perra actriz– Propia del autor – Propia del autor
18. **Figura 18** Narrativa perra actriz – Propia del autor
19. **Figura 19** Perros cantantes – Propia del autor
20. **Figura 20** Narrativa perros cantantes – propia del autor
21. **Figura 21** Don Álvaro – propia del autor
22. **Figura 22** Narrativa don Álvaro – propia del autor
23. **Figura 23** Cartografía por los objetos 1
24. **Figura 24** cartografía por los objetos 2
25. **Figura 25** Cerveza – propia del autor
26. **Figura 26** Narrativa cerveza- propia del autor
27. **Figura 27** Ruana – propia del autor

- 28. Figura 28** Narrativa ruana – propia del autor
- 29. Figura 29** Balcones – propia del autor
- 30. Figura 30** Narrativa Balcones - propia del autor
- 31. Figura 31** APS (algo para sentarse) – propia del autor
- 32. Figura 32** Narrativa APS – propia del autor

**VILLA DE LEYVA Tradiciones y anhelos.
Napoleón Ignacio Sáenz. 1968. 2ª Edición.**

“Villa de Leyva, al par de la gloriosa Villa del Socorro, mi solar nativo, gemelas en la gloria y en muchos aspectos de sugerente renombre, me subyuga y me despierta los más férvidos sentimientos de amor patrio y los más grandes anhelos de vivir. Pero acaso más el pequeño burgo que en los tiempos coloniales fundara el primer Presidente del Nuevo Reino de Granada para que fuera teatro y ambiente propicio para el descanso de oidores y virreyes, cuna del ínclito paladín que por darnos la libertad se auto - sacrificara y tumba sagrada y reposo de la fatigada existencia del Caballero Andante don Antonio Nariño que deambulara por esos nuevos campos de Montiel, amén de otros tantos episodios que lo encumbran dentro de la crónica historial del pueblo colombiano.”

1. RESUMEN

El Proyecto **LA VILLA DE LEYVA: UN VIAJE POR LAS NARRATIVAS POPULARES**, vinculado al semillero de investigación Territorios y Estéticas Sociales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, y a la Investigación Diseño de Experiencias Turísticas, tiene como propósito diseñar un modelo de experiencias turísticas culturales que propicien otras formas de encuentro con el territorio, con el tiempo y con los habitantes del lugar. Para esto, se diseñan dispositivos mediados por los objetos y las narrativas populares que circulan en el municipio de Villa de Leyva-Boyacá.

A través del diseño cartográfico, proponemos tres rutas turísticas, asociadas a tres productos insignias de la región: la ruana, el vino y la cerveza. Nos ocupamos de reconocer los procesos que devienen de los cultivos-producción, la transformación, la recolección y la comercialización en cada caso, mapeando los objetos de la memoria que se asocian a cada producto y sus respectivos procesos. Así mismo, avanzamos en visualizar y visibilizar las tres rutas a partir de las derivas en el territorio. En cada una de estas etapas, el diseño potencia una experiencia positiva entre el turista y la cultura de la región, gracias a que se promueve un recorrido por el territorio a través de la identificación de los procesos productivos y las personas locales, mediado por los objetos como soportes de las narrativas populares. Se espera que con esta investigación se pueda estructurar un modelo para diseñar recorridos donde el turista descubra los valores culturales de los productos y procesos productivos que se invisibilizan tras las ficciones del turismo.

La propuesta busca articular “un juego de probabilidades y combinaciones” en torno a los procesos asociados a tres productos insignias de la región, que dan lugar a tres rutas turísticas: la ruta de la ruana, del vino y la cerveza. A través del diseño de dispositivos culturales y turísticos, se propone indagar la memoria cultural y productiva de algunos habitantes originarios de Villa de Leyva. Para esto, se plantea un modelo de gestión turística, en el que intervienen recursos visuales, auditivos y análogos, mediados por narrativas populares de la región.

2. INTRODUCCIÓN

Este proyecto de grado tiene como propósito identificar una nueva alternativa de generar actividades de desarrollo turístico en el municipio de Villa de Leyva, por medio de la Narrativa Popular del mismo y a partir de los resultados encontrados, se plantearán algunas propuestas metodológicas de diseño para el posterior desarrollo de estas en el territorio.

El Proyecto **LA VILLA DE LEYVA: UN VIAJE POR LAS NARRATIVAS POPULARES**, vinculado al semillero de investigación Territorios y Estéticas Sociales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, y a la Investigación Diseño de Experiencias Turísticas, tiene como propósito diseñar un modelo de experiencias turísticas culturales que propicien otras formas de encuentro con el territorio, con el tiempo y con los habitantes del lugar. Para esto, se diseñan dispositivos mediados por los objetos y las narrativas populares que circulan en el municipio de Villa de Leyva-Boyacá. A través del diseño cartográfico, proponemos tres rutas turísticas, asociadas a tres productos insignias de la región: la ruana, el vino y la cerveza.

Nos ocupamos de reconocer los procesos que devienen de los cultivos-producción, la transformación, la recolección y la comercialización en cada caso, mapeando los objetos de la memoria que se asocian a cada producto y sus respectivos procesos. Así mismo, avanzamos en visualizar y visibilizar las tres rutas a partir de las derivas en el territorio. En cada una de estas etapas, el diseño potencia una experiencia positiva entre el turista y la cultura de la región, gracias a que se promueve un recorrido por el territorio a través de la identificación de los procesos productivos y las personas locales, mediado por los objetos como soportes de las narrativas populares. Se espera que con esta investigación se pueda estructurar un modelo para diseñar recorridos donde el turista descubra los valores culturales de los productos y procesos productivos que se invisibilizan tras las ficciones del turismo.

Para el desarrollo del presente trabajo de grado, la metodología aplicada fue de tipo investigativa desde la cual se profundizó en la articulación diseño-turismo a través de otras formas narrativas que representen geografías de la experiencia del viaje. Por otro lado, se usaron metodologías de tipo cualitativo que, en mi caso se especializan en análisis de narrativas escritas, orales y visuales asociadas a la población de Villa de Leyva, sus paisajes, prácticas sociales y tradicionales.

El documento se desarrolla en tres partes, la primera aborda el problema de investigación, se presenta el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación. En el segundo se realiza una retrospectiva a través de los antecedentes del tema, un marco contextual muy específico y el marco teórico que rodea el eje de investigación del proyecto. Por último, se desarrolla el componente metodológico aplicado y como este aportó a la generación de las primeras propuestas de diseño.

3. ESTRUCTURA DEL PROYECTO

3.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Ahora mismo el turismo es una actividad de gran desarrollo a nivel mundial. Según el informe anual de la OMT (Organización Mundial del Turismo) cada año más de mil millones de personas viajan a países distintos con la intención de conocer nuevos lugares y llevarse nuevas experiencias. Villa de Leyva en los últimos años ha cambiado en cuanto a su dinámica territorial y social, ya que pasó de ser una economía en su mayoría agrícola para convertirse en un municipio con un gran interés turístico. Actualmente, este municipio tiene alta importancia a nivel regional y nacional e internacional, por su estética histórico-cultural, la cual ha sido reconocida de distintas maneras. Por esta razón Villa de Leyva logró un posicionamiento importante a nivel turístico al convertirse en uno de los destinos preferidos por los turistas en el departamento de Boyacá, logrando así entrar a hacer parte de la red de pueblos patrimonio por parte del Fondo de Promoción Turística (FONTUR 2010).

El turismo se ha vuelto en una de las principales actividades y fuente de ingresos económicos para el municipio. Sin embargo, este turismo hegemónico ofrecido por las agencias turísticas invisibiliza de una u otra manera la identidad cultural del territorio de Villa de Leyva, impidiéndole al visitante generar experiencias propias durante su estadía en el territorio.

Por lo anterior, se quiere analizar de Villa de Leyva desde la óptica de la Narrativa Popular. La motivación principal del presente trabajo es estudiar estratégicamente como las narrativas populares pueden ser una herramienta para reconocer la identidad cultural, histórica y tradicional del municipio de Villa de Leyva, y así generar alternativas turísticas nuevas que permitan al visitante nuevas experiencias turísticas en el territorio.

3.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Como generar 3 (o más) rutas turísticas que permita al visitante reconocer la identidad del municipio de Villa de Leyva por medio de las narrativas populares identificadas a través de los objetos, los espacios y los actores dejando un beneficio cultural y económico a los locales?

3.3 DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Villa de Leyva de ser una pequeña economía rural para convertirse en un gran referente del turismo de pueblos en nuestro país. Actualmente sus ofertas en el sector turística se basan en actividades arqueológicas, naturales y culturales, enfocadas en el centro histórico del municipio, La plaza mayor, sus museos y su gran lista de festivales a lo largo del año, por lo que es uno de los destinos favoritos de turistas.

El proyecto *La Villa de Leyva: Un viaje por las Narrativas Populares* hizo uso de herramientas y metodologías de diseño que permitan explorar fenómenos propios de los comportamientos humanos, las relaciones, interacciones sociales y las representaciones simbólicas para explorar el territorio desde otra perspectiva, potencializando así el interés en el municipio y fomentar nuevas maneras de hacer turismo en él. El Diseño Industrial juega un papel fundamental en la investigación y conformación del proyecto, ya que aporta estrategias creativas y alternativas viables para la estructuración de las experiencias turísticas para el visitante.

3.4 OBJETIVOS

3.4.1 Objetivo general.

Visualizar y visibilizar las identidades territoriales en el municipio de Villa de Leyva-Boyacá, a través del diseño de rutas turísticas que articulen los objetos cotidianos con las narrativas populares y los habitantes de la región.

3.4.2 Objetivos específicos

- Cartografiar análogamente tres rutas turísticas asociadas al vino, la cerveza y la ruana.
- Reconstruir narrativas populares asociadas a objetos, procesos y habitantes de la región.
- Potenciar formas de turismo no tradicional en Villa de Leyva.
- Diseñar y aplicar una metodología de exploración para ser implementada en distintos contextos

4. ANTECEDENTES

Durante el desarrollo del proyecto se tomaron diferentes referentes que han trabajado en torno al turismo y al reconocer un territorio, sin ir muy lejos, la Universidad Jorge Tadeo Lozano en su carrera de Diseño Industrial cuenta con una red de Semillero de Investigación de los cuales han nacido proyectos cuyo enfoque es el Diseño de Experiencias Turísticas.

Este proyecto se vincula al semillero Territorios y Estéticas Sociales y el proyecto de investigación Diseño de Experiencias Turísticas, liderado por la profesora Diana Castelblanco. El semillero se inicia en el año 2012 con el proyecto de investigación Laboratorio de Diseño para Pensar la Ciudad. No obstante, su interés por propiciar múltiples escenarios de diseño que susciten reflexiones sobre cómo transformar y crear nuevos territorios —a partir de los objetos como huellas y rastros de las ecologías sociales, culturales y naturales de un lugar—, se consolida en el año 2015 en el marco del proyecto de investigación-creación Diseño de Experiencias Turísticas. Desde ese momento, hasta hoy, se han desarrollado más de 30 proyectos de grado en diferentes lugares del país, particularmente en el Caribe y en la región Centro.

Estos proyectos han contado con el acompañamiento de profesores y estudiantes de la Universidad de NC State (Estados Unidos), con quienes se propició la primera fase de la Investigación en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, posteriormente en Santa Marta y, finalmente, en la región cundiboyacense. Estos escenarios han servido como marcos contextuales para que los estudiantes desarrollen sus proyectos de grado desde diferentes aproximaciones a los procesos de creación, en diálogo con reflexiones sobre el territorio, el hábitat y la habitabilidad, el diseño y los dispositivos sociales.

Metodológicamente, junto con los estudiantes, se han perfeccionado los recursos planteados por las investigaciones de base tales como derivas, cuadernos de viaje, cartografías, laboratorios, mapeos territoriales, entre otros. Del mismo modo, los estudiantes se han aproximado a una reflexión no tradicional sobre el territorio social, ecológico, patrimonial, cultural, gastronómico, agroecológico y, recientemente, el territorio y la memoria. Estas miradas, discutidas y reelaboradas a lo largo de casi ocho años, han ampliado las perspectivas tanto temáticas como metodológicas del Semillero. Por un lado, en los últimos dos años exploramos la relación diseño-territorio-memoria, en coincidencia con el proyecto de investigación Memorias y Estéticas Territoriales. Por otro lado, y teniendo en cuenta el interés del Semillero por suscitar debates y prácticas que relocalicen la relación diseño-territorio, este año (2023) se vincula con el Laboratorio Meta Spaces MediaLab, del programa de Arquitectura de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, quienes abordan de manera transdisciplinar las problemáticas contemporáneas de habitabilidad, inhabitabilidad, género y memoria. Juntos, el Semillero y el Lab, nos preocupamos por aportar al desarrollo de programas y proyectos de trabajo interdisciplinar que permitan a los estudiantes profundizar las orientaciones e intereses contemporáneos del diseño y la arquitectura.

Génesis del campesino de Paipa Boyacá fue un proyecto realizado por el estudiante de Diseño Industrial *Diego Alejandro Rodríguez* el cual mediante su proyecto buscó exponer las praxis del campesino de Paipa mostrando sus creencias, destrezas sensibles, ritos y técnicas que son empleadas como modelo de subsistencia y alimentación de las veredas del municipio, y de esta manera engrandecer el patrimonio del campesino mediante una oportunidad de desarrollo económico y social para la comunidad local. Dando como resultado un viaje de inmersión en las actividades de trabajo y de ocio del campesino, aprendiendo de esta cultura, su territorio generando un beneficio económico mutuo.

En el año 2022 Bajo la dirección de Sofia Monsalve, el Teatro de la Memoria presentó *Espectros, una cartografía de la peste*, una ruta teatral por las calles de Bogotá en donde los asistentes podrán recorrer las calles intervenidas a través de una serie de dispositivos teatrales, visuales y sonoros que buscan propiciar una reflexión activa. La obra narra la historia de un viaje a través de la vida y la muerte de Joaquim, un hombre que habita los

márgenes de la ciudad en una Bogotá pospandémica y distópica, donde la mayor parte de las personas se ha convertido en espectro (personas que han muerto y no saben que lo han hecho). ... *“Nos fuimos a recorrer las calles de Bogotá para ver como la estábamos habitando, sobre todo después de atravesar una pandemia, de ahí surge esta historia. Vimos cómo había lugares muy significativos que habían sido olvidados, espacios desde los cuales se tienen unas perspectivas inéditas de la ciudad, queríamos narrar como es la relación del ciudadano con su entorno; hablar de las disidencias, porque Bogotá está llena de barrios con sus propias historias y dinámicas. Por eso creamos una experiencia, multi e interdisciplinar que no solo narra una historia, sino que resignifica los espacios y nuestra relación con ellos”* (directora Sofia Monsalve, 2022)

BOGOTANOS NO SOMOS, fue una propuesta diseñada y desarrollada por Diego Andrés Páez estudiante de diseño industrial el cual se enfoca en acciones críticas, las cuales reflejan tensiones y conflictos cotidianos de la ciudad de Bogotá apropiando lugares de tensión mediante reflexiones colaborativas en el espacio público. Uno de sus enfoques específicos fue visibilizar de distintas maneras a los actores, dar reconocimiento de las dinámicas cotidianas de los habitantes del territorio, en las diferentes acciones y categorías presentes, (Locales, Transeúntes, Viajeros, Turistas y Creadores de las tensiones).

5. MARCO CONTEXTUAL

5.1 Contexto Histórico:

Villa de Leyva fue un territorio habitado por indígenas muiscas hace aproximadamente 10.000 años, estos se establecieron en el territorio del alto valle de Saquencipá, hoy Provincia del Alto Ricaurte, donde se desarrolló esta cultura. Se dieron tres fases formativas; una primera de caza, pesca y recolección; Una segunda algo proto agrícola; Y una tercera fase caracterizada las comunidades agrícolas, alfareras, tejedoras y minero-metalúrgicas.

Después, en el periodo de la colonización española en el año 1572, Villa de Nuestra Señora de Santa María de Leyva, fue fundada el 12 de junio de 1572 por mandato de Andrés Díaz Venero, presidente del Nuevo Reino de Granada de Leyva, por ese conflicto que se generó en Tunja, lo que dio paso a que con estos se diera lugar a la fundación de una nueva villa, firmando el acta de fundación los comisionados oficiales, el corregidor de Justicia Mayor de Tunja y Vélez, Hernán Suárez de Villalobos, el alcalde ordinario de Tunja, Miguel Sánchez, y los regidores Francisco Rodríguez y Diego Montañez (Arango, D. 2013).

5.2 Demografía de Villa de Leyva

Villa de Leyva hace parte del departamento de Boyacá y corresponde a la subregión denominada vertiente y Valle de Moniquirá, conocida como la Provincia Ricaurte y según la denominación muisca: Alto Valle de Saquencipá. Se encuentra entre 2.000 y 3.200 m.s.n.m; sobre la Cordillera Oriental Colombiana.

La Provincia de Ricaurte está dividida en dos zonas: Alto Ricaurte y Bajo Ricaurte, estas zonas política y administrativamente incluyen los siguientes municipios. En Alto Ricaurte están los de Gachantivá, Ráquira, Sáchica, Santa Sofía, Sutamarchán, Tinjacá y Villa de Leyva. En Bajo Ricaurte se encuentra Arcabuco, Chitaraque, Moniquirá, San José de Pare y Togüí.



Figura 2 Subprovincia Alto y Bajo Ricaurte, Boyacá

Villa de Leyva cuenta con una extensión de 122,23 Km² , con límites al Norte con los municipios de Arcabuco y Gachantivá, al Sur con el municipio de Sáchica, al Oriente con el municipio de Chiquizá y al Occidente con los municipios de Santa Sofía y Sutamarchán. La distancia del municipio de Villa de Leyva hasta la capital del departamento “Tunja”, es de 40 Km.

El municipio se divide en zona urbana y rural las cuales están conformadas de la siguiente manera:

Zona Urbana	Zona Rural
Barrio San Francisco	Vereda Cardonal
Barrio Ricaurte	Vereda Llano Blanco
Barrio El Carmen	Vereda Capilla (1 y 2)
Barrio Los Olivos	Vereda Sabana (alta y baja)
El Centro	Vereda El Roble (alto y bajo)
Barrio Santander	Vereda Salto y la lavandera

Barrio Los Ángeles	Vereda Llano del Árbol
Barrio El Galán	Vereda Cañuela
Barrio San Juan De Dios	Vereda Moniquirá
Barrio La Palma	Vereda Sopota
Senderos de La Villa	Vereda Ritoque
Barrio Asovivir	

Distancia entre Villa de Leyva y las principales ciudades de Colombia:

	Ciudad	Distancia
1	Bogotá	129 km
2	Villavicencio	165 km
3	Bucaramanga	171 km
4	Ibagué	230 km
5	Medellín	234 km
6	Pereira	256 km
7	Cúcuta	277 km
8	Cali	413 km
9	Montería	433 km
10	Cartagena de Indias	573 km
11	Soledad	603 km
12	Barranquilla	612 km
13	Santa Marta	628 km
14	San Juan de Pasto	645 km
		Distancias calculadas en línea recta.

5.3 Características físicas de Villa de Leyva

El municipio de Villa de Leyva cuenta con 122,23km² según los datos reportados por el Departamento Nacional de Planeación “DNP” para el año 2017. Se encuentra la Cordillera Oriental de los Andes, en el Departamento de Boyacá, en una zona rodeada de montañas un

valle conocido desde épocas precolombinas llamado por los indígenas *valle de Saquencipá*, luego fue valle de Moniquirá y que ahora ocupa la Provincia de Ricaurte. Como mencione anteriormente la Provincia de Ricaurte ha sido dividida en dos zonas: Alto Ricaurte y Bajo Ricaurte; La temperatura promedio para el municipio de Villa de Leyva es de 18°C. La región se puede describir en tres zonas climáticas:

- Lluvias 700 a 1000 mm/año, es la zona desértica cuyo aspecto es de terrenos erosionados ricos en piedra y fósiles.
- Lluvias 1000 a 1400 mm/año, es la zona más fértil para los cultivos.
- Las Lluvias de 1400 a 1700 mm/año, son las zonas bastantes húmedas que están coronadas por el páramo de Iguaque a 3,600 m.s.n.m.

5.4 Accesibilidad a Villa de Leyva (Bogotá)

Villa de Leyva se encuentra en el departamento de Boyacá, a 177 km al norte de Bogotá. Actualmente se cuenta con cuatro formas de llegar al municipio las cuales son las siguientes:

- Por la autopista norte de Bogotá-Puente de Boyacá-Samacá- Villa de Leyva: 2 horas y 25 minutos.
- Por la autopista norte de Bogotá-Tunja-Cucaita-Villa de Leyva: 2 horas y 50 minutos
- Por la autopista norte de Bogotá-Tunja-Arcabuco-Villa de Leyva: 3 horas y 15 minutos.
- Por la autopista norte de Bogotá-Zipacquirá-Ubaté-Chiquinquirá-Villa de Leyva: 3 horas.



Mapa 1: vías de comunicación Municipio de Villa de Leyva, Boyacá

6. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario abordar documentos relacionados al problema de investigación desde diferentes puntos de vista, los cuales enmarcaron el eje del proyecto. Estos aportaron a la construcción de la metodología desarrollada. A continuación, se abordan los siguientes documentos:

6.1 Turismo hegemónico:

(Baudrillard, 2000, P.1) El turismo se ha visto involucrado en la era de la modernización en todo el mundo, por esta razón los lugares en donde se encuentran relaciones socioculturales e interacciones que involucran a los urbanistas modernos, estos urbanistas modernos son caracterizados por su falta de identidad e indiferencia, el mismo se convierte en el encargado de convertir el turismo en una práctica netamente comercial y monetaria.

(...) con la modernidad también perdimos la idea de que la fuerza está en la ausencia, que da la ausencia nace del poder. Ahora, por el contrario, queremos acumular, acrecentar, agregar cada vez más, y ya somos incapaces de enfrentar el dominio simbólico de la ausencia. Por eso mismo, estamos hoy sumergidos en una especie de ilusión inversa, una ilusión desencantada: la ilusión material de la producción, de la profusión, la ilusión moderna de la proliferación de imágenes y de las pantallas...”

En medio de las interacciones entre el Local, Turista y viajero, generan ciertos conflictos que damnifican y afectan el propósito por el cual se conoce y se viaja a un lugar, la mercantilización del turismo es la causante de estas relaciones conflictos en las cuales se explota a un territorio y no se le brinda y deja ningún beneficio a los locales. El turismo clásico enfoca sobre los territorios puntos específicos, invisibilizando demás espacios que también tienen algo por contar, en la medida que estos espacios invisibilizados permanecen inactivos, no hay un crecimiento en la economía, al cambio de tensiones sociales, a nuevas formas para explorar y habitar. Prima el individualismo y la falta de explorar en el territorio no aporta al desarrollo del turismo.

6.2 Lo popular y cotidiano:

(**Jesús Martín Barbero, 1987**) en su texto *De los Medios a las Mediaciones*, define lo popular como *...un espacio oportunidad de creatividad, de actividad y producción tanto o más que en la atribución a esa poesía o a esos relatos de una autenticidad o una verdad que ya no se hallaría en otra parte...* para Barbero entendiendo lo popular desde una concepción romántica se puede construir una idea de que puede existir una historia más allá de la cultura oficial y hegemónica, es decir, la realización de otra cultura. Esta misma concepción romántica fue directamente un mediador para la relación entre lo histórico y la concepción humana.

De igual manera Barbero establece las relaciones y diferencia existentes entre lo **Folk, Volk y Peuple**, en su texto enmarca el Folklore como (...) *un movimiento de separación y coexistencia entre dos "mundos" culturales: el rural, configurado por la oralidad, las creencias y el arte ingenuo, y el urbano, configurado por la escritura, la secularización y el arte refinado; es decir, nombra la dimensión del tiempo en la cultura, la relación en el orden de las prácticas entre tradición y modernidad, su oposición y a veces su mezcla (...)*

Por otro lado, el Volkskunde (...) *capta la relación —superposición— entre dos estratos o niveles en la configuración "geológica" de la sociedad: uno exterior, superficial, a la vista, formado por la diversidad, la dispersión y la inautenticidad, todo ello resultado de los cambios históricos, y otro interior, situado debajo, en lo profundo y formado por la estabilidad y la unidad orgánica de la etnia, de la raza. (...)*

6.3 Hegemonía

(**Gramsci, 1937**) Este proyecto estudia el turismo hegemónico que existe actualmente en el municipio de Villa de Leyva que lleva al turista por museos, parques, plazas o lugares de alto interés que llevan al visitante a recorrer las historias oficiales que nos cuentan los libros. Para Gramsci el concepto de hegemonía hace posible pensar la denominación social como un proceso en el que los habitantes de un territorio hegemonizan en la medida en que representan sus intereses *...no todo lo que piensan y hacen los sujetos de la hegemonía sirve a la reproducción del sistema...*

6.4 El habitar

(Heidegger, 1951, P.1) Mientras el ser humano recorre y reconoce un espacio para hacer turismo, comienza a construir nuevas experiencias tanto individuales como colectivas en él, generando cierta esencia de lugar a los espacios y a la habitabilidad de estos (...) *Al habitar llegamos, así parece, solamente por medio del construir. Éste, el construir, tiene a aquél, el habitar, como meta (...)*

Estas experiencias generadas al habitar un lugar pueden fortalecer estas relaciones que se van creando entre su comunidad o pueden verse afectadas por las malas prácticas por parte del local y del turista.

6.5 Narrativas Populares

(Bruno Cárdenas Maragaño 2013) (...) *Las narrativas populares permiten rastrear aspectos claves de identidad y de un saber que, no obstante, puede presentarse fantástica, legendaria o mitológicamente, esto nos permite incursionar en conocimientos concretos de cómo las personas se perciben a sí mismos, al mundo y al lugar que habitan.*

(Jose C. Flores, 1991) Un pueblo comprende su pasado de muchas maneras y para Flores hay (...) *un pasado del yo personal, otro de la familia, uno comunal o de la etnia, etc. Las formas como se implican y diferencian estas tramas temporales son claves para entender lo que es la memoria colectiva, la representatividad cultural de las biografías, la hora comunal o el recorrido profundo de la historia de los pueblos en sus luchas, etc. Y cómo estas se expresan...*

7. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que este trabajo de grado titulado **La Villa de Leyva: Un viaje por las narrativas populares** se inscribe en la modalidad de Formación para la Investigación -Semilleros de Investigación-, la metodología que se viene desarrollando responde a los lineamientos planteados en el proyecto de investigación **Diseño de Experiencias Turísticas**,

proyecto asociado al grupo de Diseño, Pensamiento, Creación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Dado que la investigación de base DET (Diseño de Experiencias Turísticas) explora fenómenos propios de los comportamientos humanos, las relaciones e interacciones sociales y las representaciones simbólicas, los estudiantes del semillero nos aproximamos a metodologías de investigaciones alternativas desde las cuales exploramos la articulación diseño-turismo a través de otras formas narrativas que representen geografías de la experiencia del viaje.

En términos generales se trata de metodologías de tipo cualitativo que, en mi caso se especializan en análisis de narrativas escritas, orales y visuales asociadas a la población de Villa de Leyva, sus paisajes y prácticas sociales y tradicionales.

Para tal fin, utilizamos Rizomas, Cartografías, Cuadernos de Viaje y Laboratorios de mapeo territorial, que responden a los siguientes lineamientos:

7.1 Cartografías

En un primer momento las Cartografías son de tipo literal y, con el tiempo, se han convertido en cartografías “disidentes”. Los mapas que generalmente circulan son una representación hegemónica de los territorios, donde los límites y las fronteras se demarcan. Dado el interés por cuestionar las miradas oficiales en torno a los territorios y en particular al diseño de experiencias turísticas, desde mi proyecto se mapean crónicas y relatos asociados a la geografía ecológica y social de Villa de Leyva

7.1. 1 Cartografía por los espacios:



Figura 3 Cartografías por los espacios 1

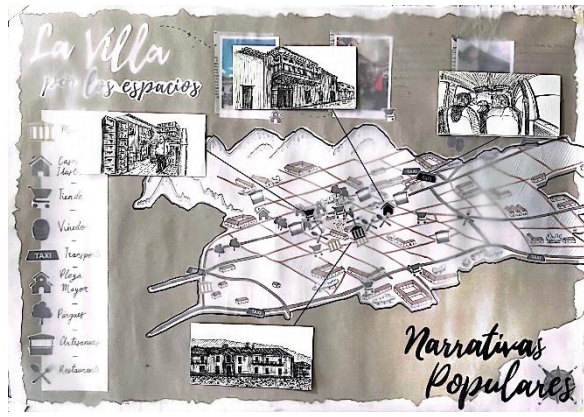


Figura 4 Cartografía por los espacios 2



Figura 5 Tienda

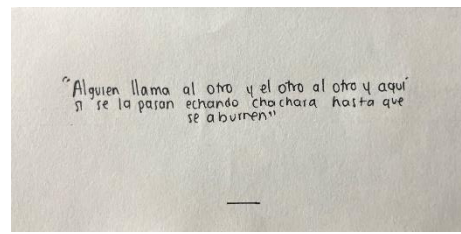


Figura 6 Narrativa Tienda

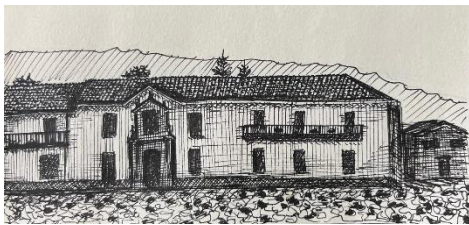


Figura 7 Casa histórica

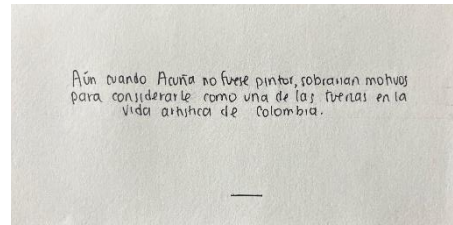


Figura 8 Narrativa casa histórica

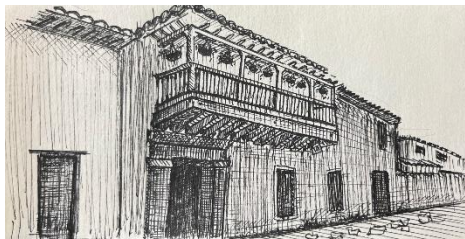


Figura 9 Museo

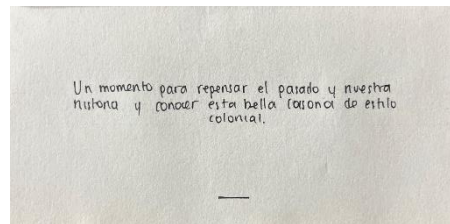


Figura 10 Narrativa museo



Figura 11 Taxi

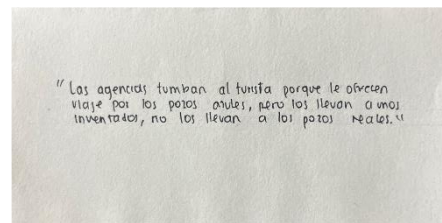


Figura 12 Narrativa Taxi

7.1.2 Cartografía por los actores:



Figura 13 Cartografías por los actores 1



Figura 14 Cartografía por los actores 2



Figura 15 Don benjamín

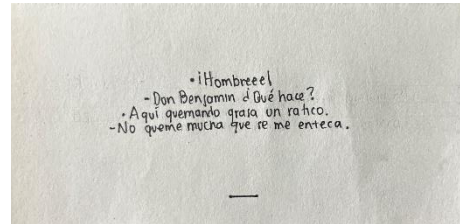


Figura 16 Narrativa Don benjamín



Figura 17 Perra actriz

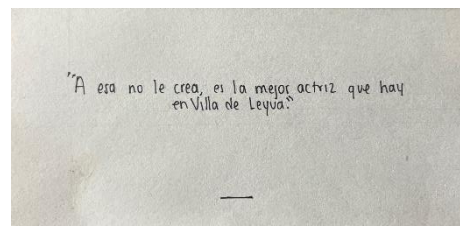


Figura 18 Narrativa perra actriz



Figura 19 Perros cantantes

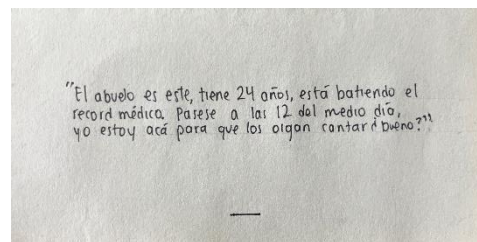


Figura 20 Narrativa perros cantantes



Figura 21 Don Álvaro

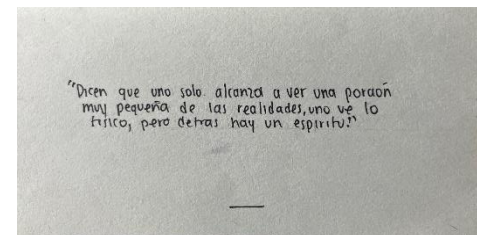


Figura 22 Narrativa Don Álvaro

7.1. 3 Cartografía por los objetos:

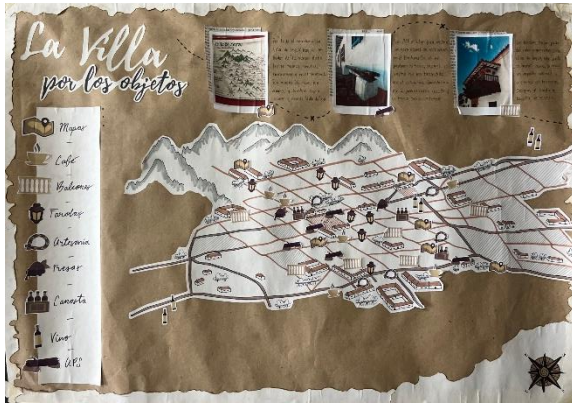


Figura 23 Cartografías por los objetos 1



Figura 24 Cartografía por los objetos 2

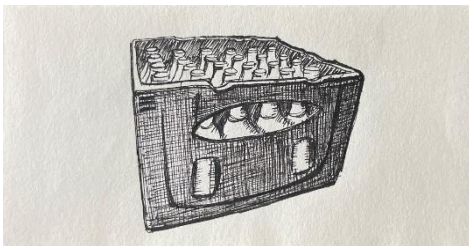


Figura 25 Cerveza

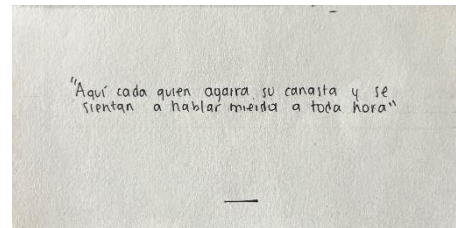


Figura 26 Narrativa Cerveza



Figura 27 Ruana

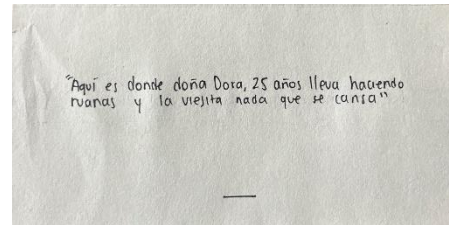


Figura 28 Narrativa Ruana



Figura 29 Balcones

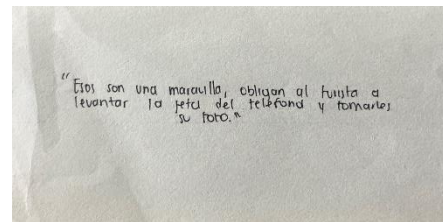


Figura 30 Narrativa Balcones

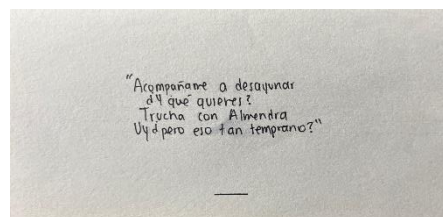


Figura 31 APS

Figura 32 Narrativa APS

7.2 Cuaderno de Viaje

Es la mirada del territorio que en un primer momento asumo como viajero, pero que luego se convierte en la mirada de los locales y de otros viajeros que asisten al lugar. Es un recurso que se aspira a que pase “de mano en mano”, y se transforme en las múltiples impresiones del territorio y sus cartografías. El cuaderno de viaje propone un relato del lugar.

7.3 Laboratorios de Mapeo Territorial

Como fase de iteración y comprobación de las ideas que están emergiendo en el proyecto de IPG, los Laboratorios se plantean para soportar los desarrollos de diseño a implementar en la fase de CPG. Se trata de prácticas colectivas que favorece distintas formas de comprender el espacio, los acontecimientos y a las comunidades, a través de diferentes tipos del lenguaje (símbolos, gráficas e íconos). Las cartografías y los cuadernos de viaje son estrategias que incitan espacios de discusión y creación.

A continuación, se presenta algunas herramientas que han soportado dicho trabajo metodológico:

8. COMPONENTE METODOLÓGICO

FASE	METODOLOGÍA	HERRAMIENTAS	RESULTADO
------	-------------	--------------	-----------

Comprensión temática	Aproximación a teorías y marcos conceptuales que fundamenten las nociones contemporáneas en torno a las Artes, el Diseño, la Antropología y el Turismo Social.	Lectura de documentos, artículos y libros	Formulación de Proyecto
Comprensión territorial	Aproximación a análisis Social, Político, Económica, Cultural, Ecológica de Villa de Leyva y la Región.	Análisis PESTEL	Enfoque de proyecto desde la relación diseño, turismo, territorio.
Inmersión territorial	Aproximaciones a mapeos territoriales	Cuaderno de viaje Grabaciones de voz Fotografías Ilustraciones	Narrativas orales, escritas y visuales
Análisis Diseño - Turismo - Narración	Aproximaciones a referentes creativos, archivos y documentos	Cartografía Sensible Cartografía Narrativa	Cartografía de narrativas
Planteamiento preliminar	Revisión de marcos de acción propositiva para el Diseño de Experiencias teniendo en cuenta aproximaciones a las nociones de sensación y percepción del espacio, el territorio y la cultura material.	Laboratorios de mapeo territorial	Producción de relatos sobre el territorio en formato análogo.

Estrategias Turísticas	Metodología de experiencias y desarrollo de propuestas	Narrativas escritas Mapa de actores Story boards	Visualizar los recorridos como la posibilidad de generar experiencias propias.
Componentes de la propuesta	Metodología de diseño de producto	Sistemas y requerimientos de la propuesta	Diseño final de los elementos de las rutas
Gestión de la propuesta	Modelo de Palhares y matematización de los momentos	Protocolos de actividad	Definir momentos, objetos, recorrido y tiempos.
Ejecución de la propuesta	Diseño de productos	Requerimientos de los recorridos planteados para la producción de objetos	Producción de los productos.

9. PROPUESTA DE DISEÑO

La propuesta se basa en el turismo autónomo, aquel que aspira a construir otros caminos, más allá que los sugeridos en una guía turística o en un modelo de viaje tradicional, dónde se condicional los tiempos y los espacios de un viaje. Un paso a paso que dejan ver al turista lo que las fotografías ya han mostrado. *La Villa de Leyva: Un viaje por las Narrativas Populares* se trata de una actitud propia del turista para improvisar, para reconocer en la deriva una manera de hacer y conocer un territorio y, desde luego, una manera de disfrutar del viaje y del tiempo libre.

Se plantea que estos recorridos autónomos por el territorio se soporten a partir de recursos visuales, auditivos y análogos que narran historias, cuentos, leyendas y otras formas de transmisión oral del municipio de Villa de Leyva.

La propuesta de diseño del proyecto *La Villa de Leyva: Un viaje por las Narrativas Populares* forma parte de una gestión turística y de interacción en el territorio por medio de los objetos, los espacios y los actores, teniendo como eje las narrativas populares previamente identificadas. Se espera definir 3 rutas por el territorio, cada una con una exploración narrativa diferente, diseñadas para realizar en el transcurso de un día.

La propuesta busca articular “**un juego de probabilidades y combinaciones**” en torno a los procesos asociados a tres productos insignias de la región, que dan lugar a tres rutas turísticas: la ruta de la ruana, del vino y la cerveza. A través del diseño de dispositivos culturales y turísticos, se propone indagar la memoria cultural y productiva de algunos habitantes originarios de Villa de Leyva. Para esto, se plantea un modelo de gestión turística, en el que intervienen recursos visuales, auditivos y análogos, mediados por narrativas populares de la región.

9.1 Descripción del producto:

La propuesta reconoce el valor simbólico de los productos y procesos que narran la historia cultural de Villa de Leyva y que les otorgan sentido a los relatos del pasado. Nos interesa reconocer cómo los objetos potencian el devenir de la memoria social, cultural y ambiental del territorio. La propuesta busca integrar datos e información tradicional y multimedia (textos, sonidos, imágenes fijas y animadas) relativos al caso de estudio de la región de Villa de Leyva y **sus tres objetos que devienen en tres rutas turísticas**. Cada ruta llevará al turista a través de los procesos tradicionales de tres objetos representativos e importantes para la cultura Boyacense: **la Ruana, la Cerveza Artesanal y el Vino**. Cada ruta le ofrece al turista la oportunidad de conocer e interactuar con las herramientas, técnicas y materiales para la producción de estos objetos, brindando de esta manera, una experiencia divertida y educativa e inmersiva.

La Ruana Boyacense: La ruana es un tipo de manta tejida de forma cuadrada o rectangular elaborada con lana 100 % virgen y de uso popular, especialmente en Boyacá. Tras este abrigo tan representativo hay un gran trabajo que va desde esquila de las ovejas para obtener la materia prima hasta la tradicional labor de mujeres y hombres que lo tejen con sus propias manos.

Aunque primeramente se fabricaba con el fin de proteger a las personas de las bajas temperaturas, hoy la ruana es un motivo de orgullo para los colombianos, pero principalmente para los habitantes de Boyacá.

La cerveza artesanal: Al igual que por sus artesanías, Boyacá también brilla sus cervezas, ya que son patrimonio histórico de Boyacá, departamento que ha sido centro cervecero de Colombia. El saber cervecero permanece en los ciudadanos boyacenses. En el Festival Cervecero Artesanal, Boyacá destaca por promocionar tipos de cerveza de varias zonas de Boyacá como Villa de Leyva, Duitama, Tunja, Siachoque, Samacá.

Según expertos, la cerveza del tipo artesanal representa el 0,35 % de la cerveza que se consume en Colombia, es decir, que de 2.300 millones de litros de cerveza que se producen anualmente en el país, 8 millones de litros son artesanales.

Vino: La alta luminosidad de Villa de Leyva, así como la influencia de los vientos del norte, la altura de 2.100 metros sobre el nivel del mar y la disponibilidad de agua, hacen

de Villa de Leyva un lugar perfecto para producir, por ejemplo, sauvignon blanc, cabernet, chardonnay y malbec. Adicionalmente, los terrenos no requieren tratamientos especiales, aunque la tierra de esta área es distinta a la de otros países que producen vinos, no es necesario simular las estaciones.

9.2 Ruta 1: La Villa por la ruana

Recorriendo La Villa de Leyva a través de la Ruana, lleva al turista a retroceder en el tiempo y conocer la elaboración de este objeto tan significativo para el municipio. Aprendiendo los procesos de cultivo, producción, transformación y comercialización de este, obteniendo así un descuento en la compra de una ruana al final del recorrido.

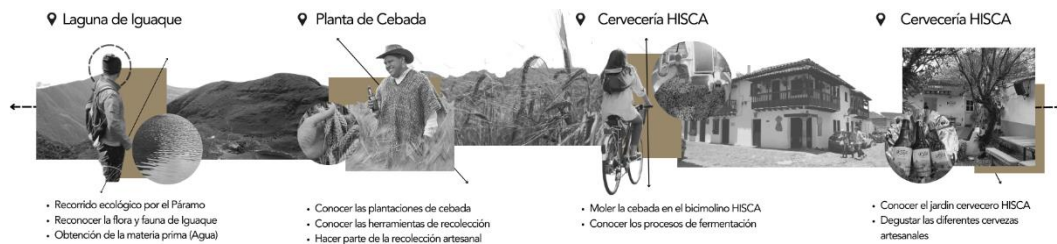


	Proceso	Locación	Actividades	Narrativa Popular
1.1	Cultivo	Granja "El Recreo"	<ul style="list-style-type: none"> Alimentar al rebaño Conocer las herramientas de esquila Esquila y recoger la lana 	"Cuando se esquila una oveja no se puede dejar que se moje, una vez mi papa esquiló una ovejita, se nos mojó esa tarde y al otro día ya amaneció sin poderse parar, ese es el mito"
1.2	Producción	Tejido Arte Elena	<ul style="list-style-type: none"> Limpiar la lana 	"Cuando mi mamá tejía le sobaban

			<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las herramientas de hilado • Tinturar e hilar la lana 	esos pedacitos de lana tinturada, entre pedacitos y pedacitos yo aprendí a tejer"
1.3	Transformación	Tejido Arte Elena	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las máquinas de tejer artesanales • Aprender el paso a paso • Sentarse y tejer 	"poniéndole cuidado a una señora que venía por allá del cerro a tejer mientras esperaba el bus para ir al pueblo, yo échele gafa y échele gafa pa ver como tejía"
1.4	Comercialización	Creaciones Dora	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las historias de la ruana • Conocer la tradición de la artesana • Conocer su taller y su venta del día a día 	"A mí me mandaba mi abuela por las lanas y las limas ¡ay y como quedaban de bonitas!"

9.3 La Ruta 2: La Villa por la cerveza

La Villa de Leyva a través de la Cerveza Artesanal, ofrece una experiencia completa desde los inicios en la obtención de la materia prima en el Lago Iguaque hasta el consumo de la cerveza artesanal en el jardín Cervecerero de HISCA en el centro del municipio. Una ruta que incluye aventura y buena cerveza.



	Proceso	Locación	Actividades	Narrativa Popular
2.1	Cultivo	Laguna de Iguaque	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido ecológico por el Páramo • Reconocer la flora y fauna de Iguaque • Obtención de la materia prima (Agua de Páramo) 	"Desde que Bachué emergió de las aguas fue considerada la madre de la naturaleza y de la vida y por ello las aguas de la laguna se convirtieron en un lugar sagrado, al representar el cuerpo de la diosa"
2.2	Producción	Cultivo Cebada	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las plantaciones de cebada • Conocer las herramientas de recolección • Hacer parte de la recolección artesanal 	"Los hombres son como la cebada, no les basta con una mujer y se buscan a una casada"
2.3	Transformación	Cervecería HISCA	<ul style="list-style-type: none"> • Moler la cebada en el bici molino HISCA • Conocer los procesos de fermentación 	"Quien al bici molino ha de andar, no se puede dejar alcanzar"

2.4	Comercialización	Cervecería HISCA	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el jardín cervecero HISCA • Degustar las diferentes cervezas artesanales 	"aquí es donde uno se conoce con el otro, el otro con el otro y se la pasan echando chachara hasta que se aburren"
-----	------------------	------------------	---	--

9.4 La Ruta 3: La Villa por el vino

La Villa de Leyva a través del Vino, brinda al turista una experiencia vinícola exclusiva, conociendo de cerca los cultivos de uva pasando por su producción y transformación de los jugos hasta tenerlos servidos en una copa borgoña sobre la mesa, para terminar la ruta el turista recibirá indicaciones de como catar y degustar correctamente cada tipo de vino.



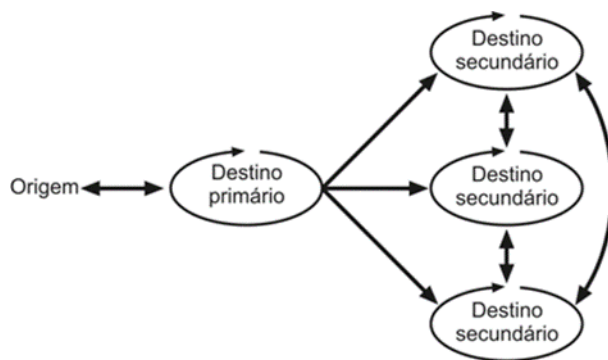
	Proceso	Locación	Actividades	Narrativa Popular
3.1	Cultivo	Viñedo Ain Karim	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los cultivos de uva • Aprender los procesos de vendimia • Conocer las herramientas manuales 	<p>"Sauvignon Blanc nuestra cepa más antigua, lleva 35 años dándonos buenas producciones, pero su planta está llegando a su fin.</p> <p>La mejor manera de enaltecerlo es bebiéndolo"</p>

3.2	Producción	Viñedo Ain Karim	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los métodos de extracción de jugos • Exprimir de manera artesanal las uvas • Conocer los procesos de mezcla 	"Arremánguese la bota, vacíe sus bolsillos y dentre al canto de vendimia al ritmo de la melodía"
3.3	Transformación	Viñedo Ain Karim	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las bodegas de vino • Aprender de su maduración en barricas • Conocer los procesos de embotellado 	"Una barrica de vino viejo puede hacer más milagros que una iglesia llena de santos"
3.4	Comercialización	Cervecería HISCA	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los diferentes tipos de vino • Aprender a degustar de manera correcta un vino • Adquirir un vino tradicional de La Villa 	"A quien cocido come y vino bebe, ni la víbora le puede."

9.5 Modelo de Palhares:

El modelo de Palhares (2002) también se enfoca en la interrelación entre origen y destino. El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

Este resalta la cantidad de desplazamientos que pueden ser realizados por los turistas. Son representados los flujos entre origen, destino primario y destinos secundarios, además de los realizados en el interior de cada destino turístico indicados por las flechas en forma de elipse



9.6 Matemización de los momentos:

La Villa de Leyva: Un viaje por las Narrativas Populares ofrece la posibilidad al turista de planear su viaje de una forma que coincida estrechamente con sus preferencias y gustos personales, el turista puede mezclar las actividades de cada una de las rutas establecidas para llevarse una experiencia más completa y personalizada.

La propuesta busca articular “un juego de probabilidades y combinaciones” en torno a los procesos asociados a tres productos insignias de la región, que dan lugar a tres rutas turísticas: la ruta de la ruana, del vino y la cerveza.

9.7 Mapa de actores:

Identificación de los actores:

En las Tres rutas que hacen parte de La Villa de Leyva un viaje por las narrativas populares interviene personas y organizaciones que tienen participación en el desarrollo y el resultado del proyecto, estas interactúan de maneras directa o indirecta con el turista.

- Turista
- Secretaría de Turismo

- Empresa de Transporte
- Empresa de Turismo
- Transporte
- Vendedor Rutas
- Guía Iguaque
- Guía Viñedo
- Recolector Cebada
- Cervecería HISCA
- Danys Granjera
- Elena artesana
- Dora artesana

Priorización de los actores:

Turista: se coloca en el círculo central. El mapa parte de él, y de las relaciones que establece con los actores colocados en los otros círculos.

Actores internos: Se ubican en el círculo más cercano al central. En él, están aquellos actores que interactúan de la forma más directa posible con el turista.

Actores externos: son aquellos cuya relación con los actores internos y turista es de forma indirecta o pasiva.

Administraciones públicas: Son aquellas entidades públicas que intervienen en la actividad realizada por el turista y los demás actores.

Turista	
Secretaría de Turismo	Entidad pública
Empresa de Transporte	Entidad pública
Empresa de Turismo	Entidad pública
Transporte	Actor exterior
Vendedor Rutas	Actor interior
Guía Iguaque	Actor interior
Guía Viñedo	Actor interior

Recolector Malta	Actor interior
HISCA	Actor interior
Granjero	Actor interior
Artesano	Actor interior
Doña Dora	Actor interior

9.8 Componentes de la propuesta:

La Villa de Leyva: Un viaje por las Narrativas Populares.	
3 rutas turísticas diferentes que permitan al viajero conocer el territorio de Villa de Leyva a través de las narrativas populares.	
Sistema	Requerimientos
Trip Mate -Mapa -BackPack	<ol style="list-style-type: none"> 1. El mapa del recorrido permite al turista marcar su propio recorrido en el transcurso de su ruta. 2. El Back Pack acompañará al turista durante todo su recorrido, guardando en su interior el mapa, una brújula, una botella de agua y sus objetos personales,
Recursos Visuales -Ilustraciones -Fotografías	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen o fotografía con una narrativa escrita. 2. Espacio libre para que el turista intervenga el mapa con sus propias imágenes y narrativas generando así un álbum de recuerdos sobre el trayecto.
Recursos Digitales -Contenido Digital (Redes sociales) - Pagina Web de la ruta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los recursos digitales son creados y distribuidos estratégicamente en redes sociales (creadores de contenido, blogs de viaje)

Narrativas Escritas	1. Tarjetas con narrativas escritas distribuidas en cada uno de los momentos de las rutas para ser entregadas al turista durante s recorrido.
Recursos Publicitarios -Posters	2. Posters publicitarios distribuidos en el territorio con la información de las rutas.

9.9 Gestión del Proyecto

Gestión del Proyecto		
1.	Nombre del proyecto	La Villa de Leyva: Un viaje por las narrativas populares.
2.	Nombre del responsable	Juan Diego Camargo (Diseñador Industrial)
3.	Propuesta realizada en	Semillero de territorios y estéticas sociales (Diseño de experiencias turísticas) año 2023
4.	Producto/ servicio	Diseño de 3 rutas turísticas a través de las Narrativas Populares que deambulan por Villa de Leyva.
5.	Contexto	Sector rural y casco urbano de Villa de Leyva, Boyacá
6.	Misión	Implementar un turismo el cual se desligue de la concepción del turismo hegemónico al momento de viajar, la cual directa o indirectamente invisibiliza la identidad propia y cultural de un territorio.
7.	Visión	Potencializar el reconocimiento de las narrativas populares como dinamizador de identidad cultural de los territorios.
8.	Objetivo	Visualizar y visibilizar las identidades territoriales en el municipio de Villa de Leyva-Boyacá, a través del diseño de rutas turísticas que articulen los objetos cotidianos con las narrativas populares y los habitantes de la región.

9.	Beneficios del producto/servicio	<p>Culturales: Exponer los procesos productivos y tradicionales de los elementos representativos de la región asociadas a expresiones populares.</p> <p>Sociales: Enaltecer la identidad cultural propia del territorio.</p> <p>Económicos Plantear los diferentes recorridos como una oportunidad de ingresos para las organizaciones y locales de Villa de Leyva</p> <p>Ambientales: Ofrecer el territorio rural y urbano como un lugar que estimule el interés de los turistas, incentivando y creando espacios basados en experiencias propias.</p> <p>Tecnológicos: La combinación de herramientas digitales que permitan el correcto desarrollo de la propuesta</p>
10.	Requisitos legales	<p>UNWTO (organización mundial del turismo): es un organismo internacional que tiene como propósito promover el turismo.</p> <p>Secretaría de Turismo Villa de Leyva : El Directorio de Servicios Turísticos es una iniciativa de la Alcaldía de Villa de Leyva para promover el desarrollo social y económico del municipio, de la mano con el Consejo Consultivo de Turismo.</p>

10. BIBLIOGRAFÍA

Napoleón Ignacio Sáenz. 1968. 2ª Edición. VILLA DE LEYVA Tradiciones y anhelos.

Baudrillard, J. (2000) Pantalla total. Anagrama; Barcelona; España

Augé M. (1998) Lugares y no lugares de la ciudad. III Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Temuco.

Heidegger M, (1951) Construir, habitar, pensar

Sennett, R. (2018) Construir y habitar. Ética para la ciudad

Bruno Cárdenas Maragaño (Universidad de Los Lagos, Departamento de Humanidades y Arte, Osorno, Chile.) Alpha no.37 Osorno dic. 2013.

García Canclini, N., (2004), Diferentes, desiguales y desconectados, Buenos Aires, Argentina: Editorial Gedisa.

Jesús Martín-Barbero De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona 19&7

