

Ofrenda Dorada

Presentado Por:

Alisson Gisell Sosa Gómez

Director:

Diego Alejandro Gutiérrez Reyes

Universidad Piloto De Colombia

Facultad De Arquitectura Y Artes

Programa De Diseño Gráfico

Bogotá D.C, Colombia

2025

TABLA DE CONTENIDOS

DELIMITACIÓN TEMÁTICA	4
PATRIMONIO INMATERIAL.	4
EL TURISTA Y EL PATRIMONIO	4
EL TURISMO EN GUATAVITA.....	6
LA UNESCO Y EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL:	7
LOS POSTRES DE GUATAVITA	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
PROBLEMA / OPORTUNIDAD DE DISEÑO.....	14
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	14
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
MARCOS REFERENCIALES.....	15
MARCO TEÓRICO.....	15
ESTADO DEL ARTE.	21
PROPUESTA METODOLÓGICA.....	25
FASE 1.	25
FASE 2.	32
FASE 3.	40

PROPUESTA DE DISEÑO.	49
COMPONENTE SIMBÓLICO.	49
COMPONENTE FORMAL.	52
COMPONENTE FUNCIONAL.	53
CONCLUSIONES.....	55
REFERENCIAS CONSULTADAS.....	57
ANEXOS.....	59

Delimitación Temática

Patrimonio inmaterial.

Según la UNESCO (s.f.) (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura), el patrimonio cultural inmaterial comprende “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (UNESCO, s.f., párr. 1).

Este tipo de patrimonio se transmite de generación en generación, se adapta al contexto social e histórico y refuerza el sentido de identidad cultural y la conciencia sobre la diversidad. Dentro de este marco, la gastronomía ocupa un lugar fundamental como expresión del patrimonio cultural inmaterial, ya que representa no solo técnicas y saberes culinarios heredados, sino también vínculos con la memoria colectiva, el territorio, los productos locales y las dinámicas sociales de una comunidad. Las prácticas alimenticias tradicionales contribuyen al fortalecimiento del tejido cultural y comunitario, visibilizando roles sociales, formas de vida y relaciones simbólicas. Reconocer la cocina como patrimonio vivo permite valorarla más allá de su función nutricional, entendiendo su papel como transmisora de identidad, historia y diversidad cultural.

El turista y el patrimonio

La relación entre el turista y el patrimonio es llamada como turismo cultural. Es planteada de esa forma por Alfredo Pastor en el año 2013 en su investigación El turismo cultural y su

perspectiva social y económica actual. Y consiste en darle valorización al patrimonio como un eje de la actividad turística donde este es llamado como el valor de uso, siendo el principal objetivo el beneficio económico, mientras que cuando se le da valor a dicho patrimonio, se busca principalmente la apreciación del aspecto cultural llamada valor de existencia.

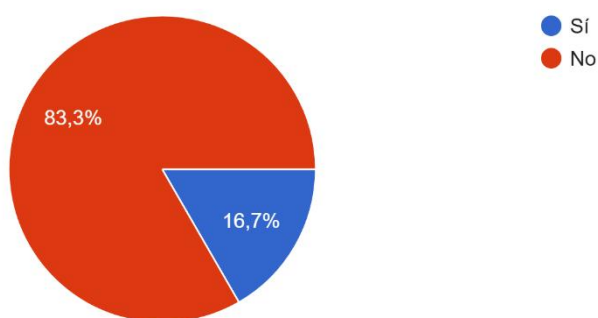
Teniendo en cuenta esto el patrimonio es considerado el punto de partida de la actividad turística y este crea una base en torno a la identidad de las comunidades en donde es practicado dicho turismo. Siendo así que sin el patrimonio los temas relacionados al desarrollo se verían ampliamente limitados.

Con base en lo anterior, en el municipio de Guatavita se realiza una encuesta a distintos visitantes del municipio, donde se pregunta acerca del conocimiento que tienen sobre el patrimonio gastronómico de los postres del lugar.

Tabla 1

Encuesta realizada a visitantes de la plazoleta de postres en Guatavita

¿Sabía que los postres mencionados anteriormente son patrimonio de Guatavita?
12 respuestas



Nota: Pregunta de conocimiento. Fuente: Elaboración propia (2025)

Los resultados de la encuesta (**ver anexo 1**) revelan un notable desconocimiento por parte de los visitantes del municipio de Guatavita respecto al valor patrimonial que encierran sus postres tradicionales. A pesar de ser manifestaciones culturales que preservan saberes ancestrales e identidad local, gran parte de los turistas desconoce su importancia en la cultura local y su vinculación con las tradiciones de la región.

Esta falta de reconocimiento no solo limita la apreciación integral de la riqueza cultural de Guatavita, sino que también representa un desafío para su salvaguardia, ya que, sin valoración, se dificulta su transmisión a futuras generaciones.

El turismo en Guatavita

Guatavita De acuerdo con la investigación “EL TURISMO CULTURAL Y SU PERSPECTIVA SOCIAL Y ECONÓMICA ACTUAL” realizada por Alfredo Pastor en el año 2013, el turismo es actualmente una actividad económica primordial a nivel mundial pero que tiene un mayor efecto sobre los países del Sur, el autor plantea que el turismo funciona como una fuente de crecimiento económico, siendo este un factor importante a la hora de generar divisas, inversión y empleo.

Teniendo en cuenta lo anterior, el Plan de desarrollo turístico departamental desarrollado por la gobernación de Cundinamarca desde el año 2017 hasta el año 2027, plantea implementar estrategias de trabajo y brindar herramientas que ayudan a consolidar Guatavita como un destino atractivo para propios y visitantes, con la intención de construir y potencializar el sector turístico en el municipio.

Figura 1

Plaza del centro de Guatavita



Nota: plaza donde comienzan los planes turísticos. Fuente: Colombia.com & Redacción

(2025)

La UNESCO y el Patrimonio Gastronómico como Patrimonio Cultural Inmaterial:

La UNESCO en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del año 2003 la preservación del patrimonio es fundamental porque constituye un pilar de la identidad cultural de los pueblos, fortalece la diversidad humana y fomenta el diálogo intercultural. reconociendo que las expresiones culturales vivas son fundamentales para preservar la diversidad cultural de la humanidad. En esta convención, la gastronomía fue reconocida como parte de ese patrimonio intangible, ya que no solo alimenta el cuerpo, sino también la identidad, la memoria colectiva y el sentido de pertenencia de los pueblos.

(UNESCO, 2003).

Es en ese congreso cuando una tradición culinaria es reconocida como patrimonio cultural inmaterial por la UNESCO, y finalmente se da a entender que no solo se trata únicamente de una técnica para preparar alimentos, sino que además habla acerca de una manifestación viva de los conocimientos, comportamientos y costumbres colectivas de una comunidad.

Estas prácticas gastronómicas se transmiten de generación en generación y están profundamente arraigadas en la identidad cultural de una comunidad y evolucionan con el tiempo sin perder su esencia. Además, este tipo de reconocimiento contribuye al fortalecimiento del tejido social (relaciones, conexiones y vínculos que unen a los individuos dentro de una comunidad, sociedad o grupo) al promover la participación comunitaria, la cooperación, el sentido de pertenencia y el orgullo por las raíces y formar parte de un territorio.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la preservación implica el hecho de valorar no solo las recetas, sino también el conjunto de saberes que giran en torno a la gastronomía, valores, símbolos y prácticas que conforman una expresión cultural compartida.

Los postres de Guatavita

El artículo titulado "*Cinco lugares turísticos para visitar cerca a Bogotá*", publicado por El Espectador el 28 de marzo de 2024, destaca la oferta turística y gastronómica de municipios cercanos a Bogotá, incluyendo a Guatavita. En él se menciona que en dicho lugar se ofrece "decenas de opciones gastronómicas y de hospedaje para todos los gustos y presupuestos",

además de ser también reconocidos por la oferta gastronómica que reflejan la herencia cultural de esta región. ya que estos también hacen parte de la experiencia turística.

Guatavita, un pequeño pueblo colonial en Cundinamarca, que según un artículo del blog Travelgrafia (2025), es uno de los 10 pueblos más lindos de Colombia para el destino de los turistas, este municipio se encuentra a 2 horas de Bogotá, la capital de país. Este lugar es famoso por su cercanía a la laguna del Cacique, uno de los lugares más importantes y significativos de la antigua cultura Muisca, la leyenda del dorado y su arquitectura de estilo colonial que prevalece hasta la actualidad.

Figura 2

Laguna de Guatavita



Nota: Principal atractivo turístico de Guatavita. Fuente: Conecta tu viaje (2022)

Según el blog de Turismo en Colombia (2023), uno de los lugares que más resalta para el turismo es la plaza de los postres, donde se puede disfrutar de la gastronomía tradicional de este

municipio. Postres como lo son las brevas con arequipe, el arroz con leche, la leche asada, los merengones, el matrimonio campesino o el postre de natas.

Figura 3

Tienda en la plazoleta de postres



Nota: Diversos postres a la venta en Guatavita. Fuente: Elaboración propia (2024)

Guatavita ofrece una muestra auténtica de la cultura culinaria de su comunidad. Así que los postres no solo son algo para comer, sino que también conectan a los visitantes del lugar con la esencia del pueblo. Además, estos postres son elaborados con materias primas que se consiguen directamente en este municipio como lo son la leche, la caña de azúcar o panela, frutas de clima frío como la fresa, la mora o la uchuva, huevos y demás.

La encuesta aplicada a los visitantes de la plazoleta de postres en Guatavita tiene como objetivo principal evaluar el nivel de reconocimiento del valor patrimonial asociado a los postres tradicionales del municipio. A través de preguntas clave, se buscó identificar si los turistas

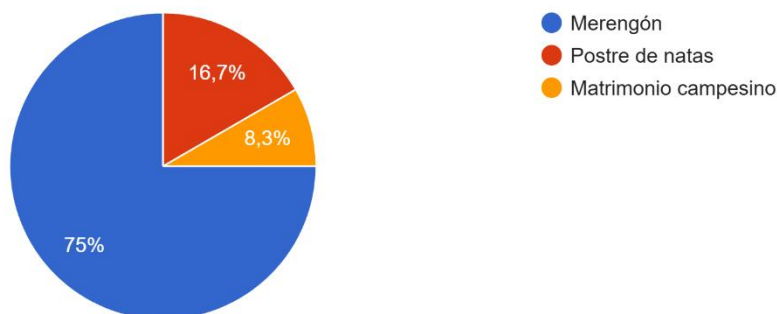
perciben estos postres como manifestaciones culturales (saberes ancestrales, identidad local) o simplemente como productos gastronómicos sin trasfondo histórico. Los resultados revelaron una brecha significativa: aunque los postres son consumidos y disfrutados, su dimensión patrimonial es desconocida para la mayoría, lo que evidencia una desconexión entre la práctica culinaria y su significado cultural.

Tabla 2

Encuesta realizada a visitantes de la plazoleta de postres en Guatavita

¿Cual es el postre que usted más prefiere?

12 respuestas



Nota: Pregunta de conocimiento. Fuente: Elaboración propia (2025)

Teniendo en cuenta el resultado de esta encuesta se puede evidenciar una notoria preferencia hacia el merengón.

El merengón es un postre tradicional Colombiano, este surge en regiones como Cundinamarca y Boyacá. Se caracteriza por la principal base de merengue que es elaborado con claras de huevo batidas a punto de nieve y azúcar, que posteriormente se hornea hasta finalmente obtener una textura crujiente. Una vez listo el merengue, sobre esta base se colocan capas de

crema batida elaborada con crema de leche y frutas frescas de la región siendo las más comunes la fresa, el durazno, la guanábana y la uchuva.

Figura 4

Merengón en Guatavita

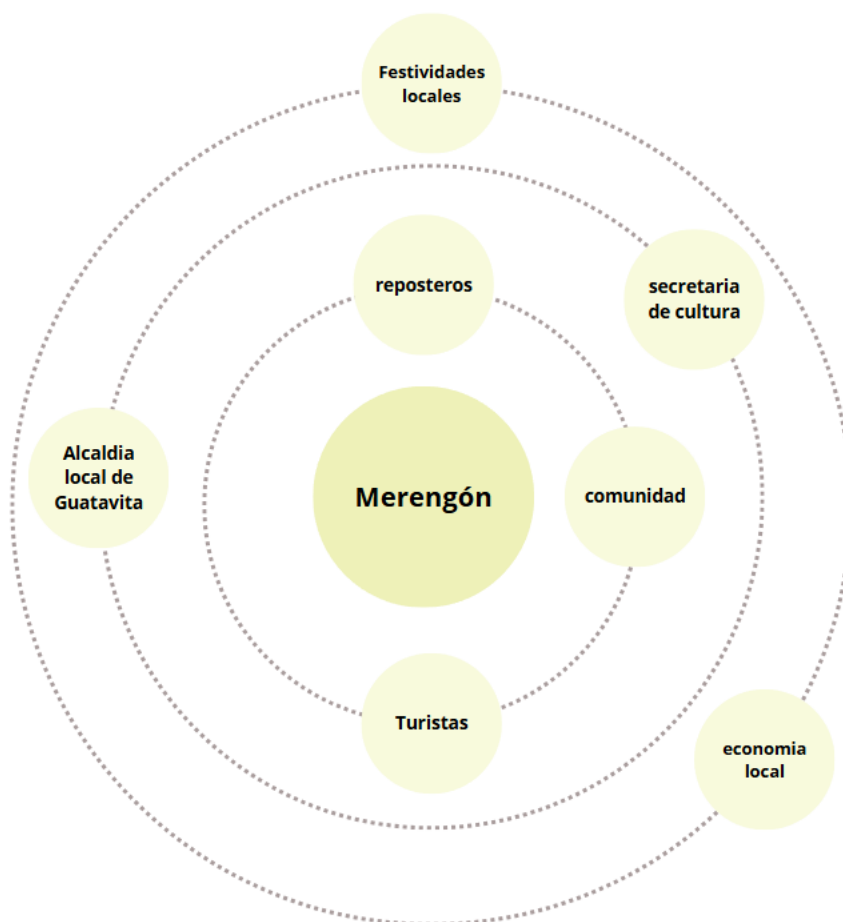


Nota: Merengón elaborado con ingredientes de Guatavita. Fuente: elaboración propia (2025)

Esta preparación tiene influencias de postres europeos como el Pávlov francés, el merengón colombiano ha desarrollado una identidad propia gracias al uso de frutas tropicales y la forma artesanal de su preparación. Este ha convertido en un postre emblemático de la repostería en ferias, plazas de mercado y pueblos.

Tabla 3.

Mapa de actores.



Fuente: Elaboración propia (2025)

Planteamiento del problema

Problema / Oportunidad de diseño

La oportunidad de diseño surge cuando los turistas no reconocen los postres tradicionales de Guatavita como parte del patrimonio cultural del municipio, limitando su valoración más allá de lo gastronómico. Este desconocimiento no solo afecta la preservación de la identidad local, sino que también representa una pérdida de potencial económico y simbólico para los comerciantes de este lugar que, a pesar de transmitir estas recetas tradicionales, no logran comunicar el legado cultural y la importancia que existe detrás de estos postres.

Esta problemática se evidencia en las interacciones clave entre los actores quienes son los turistas, comerciantes y los mismos postres; al igual que los factores que son el contexto local, los recorridos turísticos y la cultura de la comunidad de Guatavita. Por un lado, los turistas visitan Guatavita atraídos por su paisaje e historia, pero desconocen que los postres son una extensión de esa herencia patrimonial. Por otro, los comerciantes, a pesar de que preservan las técnicas tradicionales de estos postres, carecen de herramientas para vincular sus productos con las narrativas patrimoniales. Finalmente, los postres, como manifestaciones culturales tradicionales, que pierden su relevancia al ser percibidos como solamente productos de simple consumo y no como símbolos de identidad. Esta desconexión entre el patrimonio y su valor simbólico representa una problemática clave que puede abordarse desde el diseño gráfico.

Pregunta de Investigación

¿De qué manera el food design influye como una herramienta para fortalecer el valor patrimonial que tienen los postres tradicionales en Guatavita, por medio de estrategias visuales que fomenten su reconocimiento?

Objetivo general

Visibilizar el valor patrimonial de los postres tradicionales de Guatavita por medio de enlaces patrimoniales, mediante el uso del food design como herramienta para promover su reconocimiento.

Objetivos específicos

1. Analizar los aspectos tradicionales y patrimoniales de Guatavita como lo son los postres y sus principales atractivos turísticos como base para comprender su importancia cultural y contribuir a su preservación.
2. Reinterpretar los aspectos patrimoniales previamente investigados de Guatavita, establecer los enlaces patrimoniales y transformarlos en elementos de diseño que otorguen valor simbólico a los postres tradicionales y facilite su identificación.
3. Construir una narrativa basadas en el enlace patrimonial con forme a integrar los elementos de diseño adquiridos en un lenguaje visual unificado. para integrar su valor cultural en el diseño de un empaque que otorgue reconocimiento del patrimonio gastronómico del merengón.

Marcos Referenciales.

Marco teórico

¿Qué es el patrimonio y como preservarlo?

En el libro *Uses of Heritage* Laurajane Smith (2006) menciona que el patrimonio es ese elemento que una comunidad reconoce como parte de su identidad cultural, social e histórica. no debe entenderse únicamente como un conjunto de objetos materiales o monumentos antiguos, sino como un proceso cultural dinámico que involucra la construcción y negociación constante de significados sociales y culturales que aporta la comunidad misma. que una comunidad reconoce como parte de su identidad cultural, social e histórica,

Teniendo en cuenta lo mencionado, desde esta perspectiva, el patrimonio vive por medio de las prácticas, emociones y narrativas de las comunidades que lo producen.

Laurajane Smith (2006) plantea que el patrimonio “no es una cosa, sino un proceso cultural que implica la construcción y negociación de valores y significados culturales y sociales” (p. 3). Esta visión es especialmente relevante para comprender manifestaciones del patrimonio inmaterial como los postres tradicionales de Guatavita, que adquieren valor no solo por sus ingredientes o formas, sino por su vínculo con la identidad, la memoria colectiva y el turismo cultural.

Preservar el patrimonio cultural es fundamental para mantener viva la identidad de una comunidad como se mencionó anteriormente. Esta preservación no solo implica conservar objetos materiales o espacios físicos, sino también valorar y proteger las manifestaciones intangibles, como lo es la gastronomía. Para lograrlo, es necesario promover el reconocimiento social de estos elementos, generar estrategias de difusión cultural y fomentar la participación de las comunidades en su conservación. En este proceso, se requiere otorgar un valor adicional al patrimonio.

Una estrategia en la preservación del patrimonio es mencionada por el arquitecto Freeman Tilden en su libro “la interpretación de nuestro patrimonio” (2006)

establece los principios esenciales para hacer de la interpretación una herramienta efectiva en la transmisión del patrimonio cultural y natural. Su enfoque destaca la necesidad de crear una conexión genuina y personal entre el visitante y el lugar o elemento interpretado, superando la simple comunicación de datos.

Para Tilden, la interpretación debe empezar con una conexión personal que permita al visitante sentirse identificado con el patrimonio. Esto implica comprender el perfil y las expectativas del visitante, vinculando los elementos interpretados con sus propias vivencias o valores. De esta forma, la interpretación se vuelve relevante y significativa, ya que el visitante no solo comprende, sino que también siente el mensaje.

Además, se resalta la importancia de revelar más allá de los hechos. La interpretación es un acto de comunicación emocional y estética, que busca despertar en el visitante una sensación de descubrimiento. Este enfoque permite que el visitante perciba el patrimonio como algo vivo y con valor propio, y no como una serie de datos aislados o académicos.

Otro principio clave es la capacidad de la interpretación para provocar en lugar de instruir. Según Tilden, la mejor interpretación es aquella que deja al visitante con preguntas y reflexiones, impulsándolo a aprender más por sí mismo. La idea es que la interpretación funcione como un catalizador de la curiosidad y del interés, estimulando un sentido de pertenencia y de responsabilidad hacia el patrimonio.

La presentación del patrimonio de manera integrada es también fundamental. Tilden sugiere que la interpretación debería abordar el patrimonio en su totalidad, ofreciendo una visión

holística que permita comprender el contexto y la interrelación entre sus distintas partes. Este enfoque facilita que el visitante experimente el patrimonio como un todo cohesivo y significativo.

En resumen, los principios de Tilden proponen una interpretación que va más allá de la información y que invita a los visitantes a explorar, sentir y valorar el patrimonio de manera personal y significativa. Su enfoque sigue siendo una referencia clave en la gestión patrimonial, ya que promueve la conservación a través del entendimiento y la conexión emocional.

Valor de signo

En el ámbito del diseño, el concepto de valor de signo adquiere una relevancia fundamental, ya que permite entender cómo los objetos y productos trascienden su función práctica para convertirse en portadores de significados. Jordi Llovet, en su obra Metodología del diseño (2003), propone una mirada crítica al diseño más allá de lo funcional, introduciendo la idea de que todo objeto diseñado posee una dimensión simbólica que influye en su percepción, apropiación y uso social.

El valor de signo se refiere a la capacidad que se le puede otorgar a los objetos de comunicar, representar o evocar ideas, valores, identidades o emociones. Para Llovet, todo producto no solo tiene un valor de uso que está relacionado con su funcionalidad concreta, y un valor de cambio que se relaciona con su valor económico o de mercado, sino también deben poseer un valor simbólico, que es aquel que opera en el campo de los signos y de la cultura. Este valor simbólico transforma al objeto en un signo cultural, cargado de significados que pueden ser leídos o interpretados de distintas maneras por los usuarios o la sociedad en general.

En este caso el diseñador no crea únicamente formas funcionales, sino también signos cargados de sentido. Según Llovet, esta dimensión simbólica debe ser considerada desde las primeras fases del proceso de diseño, ya que influye en la forma en que un producto será percibido, deseado o rechazado, Lo que demuestra que el diseño no es solo un ámbito simplemente técnico o estético, sino también una práctica cultural que trabaja con símbolos, significados y representaciones.

Este enfoque permite ampliar la comprensión del diseño como un fenómeno cultural y comunicativo, donde los productos no son neutros ni inocentes, sino portadores de discursos y significados que reflejan y construyen realidades en una sociedad. El valor de signo es una pieza clave a la hora de entender cómo el diseño se percibe en la vida cotidiana, no solo a través de la forma y la función, sino también mediante el lenguaje simbólico que cada objeto posee.

Llovet plantea que para otorgar este valor de signo a un objeto se necesita seguir una serie de procesos que son:

1. Identificar el valor de uso del objeto

- Comprender la función práctica primaria del objeto.

2. Definir los significados culturales a asociar

- Seleccionar los valores simbólicos que se desean transmitir (identidad, tradición, innovación, etc.).

3. Seleccionar elementos de diseño como vehículos de significado

Llovet señala que el valor de signo se construye a través de:

- **Forma:** Geometrías que evocan conceptos

- **Color:** Psicología del color
- **Material:** Texturas o materias primas con carga cultural
- **Tipografía:** Estilos que refuercen el mensaje

4. Crear una narrativa visual coherente

- Integrar los elementos de diseño en un lenguaje visual unificado.

5. Integrar el objeto en su contexto cultural

- Asegurar que el signo dialogue con su entorno al poner un producto regional en un mercado local

Food Design

El food design es una disciplina bastante nueva que ha estado ganando relevancia en la última década, está enfocado principalmente dentro de las áreas del diseño, la gastronomía y el patrimonio. El food design es una disciplina que no se enfoca solamente en la creación de alimentos visualmente atractivos, sino que este involucra una serie de diferentes acciones y elementos donde se involucran el diseño de empaques, procesos, y experiencias asociadas con el acto de comer. Según Zampollo (2016), el food design es “el acto de pensar y proyectar todo aquello que tiene relación con los alimentos”, que consiste en no solo el producto comestible, sino también su empaque, su presentación, su entorno de consumo, y los contextos sociales o simbólicos que lo rodean. Esta definición hace notar el carácter de esta disciplina, la cual se sitúa en entre el diseño industrial, gráfico y de experiencias con un fuerte componente cultural.

Uno de los elementos fundamentales en el food design es su poder al momento de comunicar. Siendo que el alimento va más allá de su valor de uso, es un vehículo de significados

que puede transmitir identidades culturales, valores simbólicos, emociones y narrativas históricas. Teniendo en cuenta lo anterior, el diseño gráfico cobra gran relevancia. A través de recursos visuales. Ya que esto permite construir una narrativa en torno al alimento. Esta perspectiva estética y simbólica es la que transforma un producto comestible en una experiencia emocional o culturalmente cargada.

Desde la perspectiva del diseño gráfico, el food design es una herramienta que interviene en como los alimentos son presentados, además de que también se involucra en la construcción de significados que se atribuyen a lo que va más allá de la comida, relacionándose principalmente en elementos patrimoniales. De esta manera, el diseño gráfico dentro del food design adquiere una posición altamente esencial dando paso a reconocer y comunicar de manera eficiente los valores que componen la gastronomía.

Estado del arte.

Teniendo en cuenta la oportunidad de intervención, se analizaron los siguientes proyectos donde se ha implementado el food design desde el diseño gráfico de manera satisfactoria.

Food design para el rescate de la identidad cultural: (Yo'om)

Este proyecto realizado por la diseñadora gráfica Heidy Herrera, se explora y da a conocer cómo el food design sirve como una herramienta muy eficiente a la hora de preservar y promover la identidad cultural de una comunidad. En este la autora argumenta que por medio del diseño de experiencias gastronómicas donde se involucran los elementos tradicionales y contemporáneos de la comunidad de artesanos y productores de cacao de la región del Soconusco ubicado en Chiapas en México, plantea que de esta forma es posible fortalecer el sentido de pertenencia y la valoración del patrimonio cultural intangible.

Uno de los aspectos destacados en su proyecto, es la importancia de la narrativa en el diseño de productos gastronómicos. Que se enfoca en contar historias relacionadas con la procedencia, los métodos de preparación y los significados simbólicos de los alimentos ya que con estas se puede enriquecer la experiencia del consumidor y fomentar una conexión más profunda con la cultura local.

Al producto resultante se denominó YO'OM, un vocablo de origen maya que significa “embarazada” o “preñada”. Consiste en un chocolate con forma de cacao en cuyo interior se encuentra una artesanía miniatura, realizada por artesanos de pequeños talleres de distintas partes de República Mexicana. El nombre es una metáfora a la gestación, ya que el cacao incuba algo único en su interior y hay que ayudarlo a nacer. Para el usuario esta es una experiencia sensorial en varios niveles: el aroma potente de las notas del chocolate, la degustación y con ello conectarse con el cacaotal, la selva y la biodiversidad; finalmente descubrir la artesanía y por medio de esta entablar un diálogo con la tradición de una comunidad y con el acto imaginativo del artesano. (Herrera, 2021, p. 6).

Figura 5

Producto YO'OM



Nota: Producto YO'OM con artesanías de diferentes comunidades de México. Fuente: Foto del autor. (2021)

Harvest: Diseño gráfico y gastronomía como ritual comunitario

Harvest es un proyecto creado por las diseñadoras gráficas Jessie Collins y Clara Holmes, que destacó por su capacidad de transformar la práctica alimentaria cotidiana en una experiencia estética, cultural y socialmente significativa. Este proyecto surge durante sus estudios en la Universidad de Falmouth, en un contexto académico que promueve la integración de disciplinas y el enfoque del diseño gráfico aplicado a la vida cotidiana por medio del food design.

Harvest no es solo se enfoca en la comida, sino que consiste en convertir el acto de comer en un ritual colectivo y reflexivo para las comunidades. En este contexto el diseño gráfico no es un complemento visual, sino un lenguaje con el cual se comunica y materializar los valores del proyecto que son la conexión con el territorio, sostenibilidad, manualidad, comunidad y memoria.

Por medio de talleres, clubes de cena y eventos colaborativos, Harvest crea espacios donde los participantes no solo comparten alimentos, sino que también se ven envueltos en narrativas visuales que refuerzan el valor cultural de los ingredientes y la historia de la comunidad. Esta experiencia es diseñada gráficamente desde el menú hasta la ambientación, utilizando técnicas como la risografía, el recorte manual y la ilustración como estrategias de cercanía y expresión artesanal.

Uno de los aspectos más relevantes de este proyecto es la reinterpretación de los sistemas gastronómicos locales mediante una estética gráfica que reinterpreta lo rural, lo comunitario y lo sensorial y lo plasma en elementos gráficos como la elección de texturas, la forma en que se imprimen los soportes y el diseño visual de cada evento buscan comunicar no solo una imagen, sino una atmósfera emocional y cultural en torno a la comida y el patrimonio. Harvest demuestra que el diseño gráfico puede contribuir activamente a la creación de vínculos y visibilización del patrimonio gastronómico.

Figura 6

Menú y empaques de Harvest



Nota: Diseño de embalaje, menú y empaque de Harvest. Fuente: Foto del autor. (2024)

Propuesta Metodológica.

La metodología del proyecto consiste en dar un enfoque exploratorio, con una orientación proyectual desde el diseño centrado en lo patrimonial. Se busca comprender y destacar el valor patrimonial de los postres tradicionales de Guatavita, articulando herramientas del food design desde el diseño gráfico para proponer una estrategia de comunicación sensible, identitaria y participativa.

El proceso metodológico se estructura en tres fases principales

Fase 1.

Analizar los aspectos tradicionales y patrimoniales de Guatavita como lo son los postres y sus principales atractivos turísticos como base para comprender su importancia cultural y contribuir a su preservación.

Entendiendo que el patrimonio es un elemento esencial debido a que este representa la memoria viva de una comunidad como lo son sus tradiciones, saberes, prácticas y expresiones que se han transmitido de generación en generación, este no solo consiste en conservar el pasado, sino que teniendo en cuenta este mismo, darle un sentido al presente y fortalecer la identidad colectiva. El patrimonio, especialmente el inmaterial (como la gastronomía, la música o las festividades), permite a los pueblos reconocerse, valorarse y proyectarse ante el mundo.

Teniendo en cuenta estos objetivos, en la primera fase del proyecto se realizó una visita al pueblo de Guatavita con el fin de establecer un acercamiento directo a su cultura y tradiciones.

Esta etapa permitió identificar los patrimonios más reconocidos tanto por los habitantes como por los visitantes, y profundizar en el conocimiento de los postres tradicionales, con énfasis en el merengón. A través de la observación, el diálogo con la comunidad y el análisis del contexto, se buscó comprender qué elementos hacen de este postre un símbolo patrimonial del lugar. Esta exploración inicial constituye la base para establecer un enlace patrimonial entre el merengón y el territorio, lo cual facilitará su reconocimiento como parte del patrimonio cultural inmaterial local.

Durante la visita a Guatavita, se realizó una entrevista a la señora María (ver anexo 2), una habitante del pueblo con más de 35 años de experiencia en la elaboración y venta de postres tradicionales. Su testimonio permitió conocer cómo estos saberes se transmiten de manera oral y práctica, principalmente a través de la familia. La señora María aprendió el oficio desde su infancia, observando a su madre y a la señora Dolores, quienes preparaban postres para las festividades del pueblo. Esta transmisión intergeneracional de conocimientos configura una

memoria colectiva que permanece viva gracias al trabajo constante de portadoras de saberes como ella.

A través de sus palabras, también se evidenció el papel fundamental que tienen los postres tradicionales en la vida cotidiana y en la identidad cultural del pueblo, incluso los postres están cargados de relatos y simbolismos que evocan la riqueza cultural del territorio. La señora María comparte un antiguo “cuento” que le fue transmitido por su madre y otros comerciantes locales: según la tradición oral, la uchuva es considerada una fruta sagrada, un regalo que los dioses entregaron a la humanidad hace miles de años. Por esta razón, muchos la conocen como “la fruta dorada”, no solo por su color y brillo, sino también por su valor simbólico dentro del imaginario colectivo de los vendedores de postres.

Para María, cada preparación representa un fragmento de la historia local, pues no solo conserva recetas ancestrales, sino que también honra la forma de vida campesina, el trabajo manual y el vínculo con la tierra. La elaboración del merengón, en particular, simboliza una tradición compartida que combina esfuerzo, afecto y autenticidad, convirtiéndose en una experiencia que los visitantes asocian directamente con Guatavita.

Finalmente, la señora María expresó con claridad la percepción que tiene ella acerca del merengón como un símbolo patrimonial del municipio. Considera que este postre debería ser reconocido como parte del patrimonio cultural de Guatavita, ya que representa los valores, las costumbres y el conocimiento comunitario que se han transmitido de generación en generación. Su deseo es que los turistas no solo disfruten el sabor del merengón, sino que comprendan su trasfondo cultural y su conexión con la historia viva del pueblo y de su gente.

Figura 7

Merengón de Guatavita



Nota: Venta de merengón en Guatavita Fuente: Foto del autor. (2024)

Continuando con la investigación se hizo una exploración de la plaza central y también se visitó el principal atractivo turístico del lugar que es la laguna de Guatavita. Una vez allá un guía turístico de la corporación autónoma regional de Cundinamarca es quien da el recorrido y cuenta toda la historia y las leyendas más populares de este lugar. Se visitó durante el recorrido lugares donde se reunían los antiguos muisca a hacer las preparaciones para rituales y eventos, y donde se relato por parte del guía la leyenda mas popular y famosa de este lugar: Según la tradición oral, cada vez que se elegía un nuevo Zipa (líder), debía atravesar un riguroso proceso de preparación espiritual antes de ser consagrado como líder. Durante este periodo, el futuro cacique se retiraba a una cueva o lugar apartado, en completo aislamiento, por aproximadamente una luna. Durante este tiempo, ayunaba, no podía tener contacto con otras personas y se sometía a baños rituales en aguas frías de montaña al amanecer y al anochecer. Estas prácticas no solo purificaban su cuerpo, sino también su espíritu, simbolizando la muerte del hombre común y el

renacimiento del gobernante sagrado. Finalizado este periodo de preparación, se llevaba a cabo la ceremonia de consagración en la laguna de Guatavita, un sitio sagrado para los muiscas. En este ritual, el Zipa era cubierto completamente con polvo de oro y colocado sobre una balsa ceremonial adornada con figuras y ofrendas, acompañado por los principales caciques y sacerdotes. A medida que la balsa se deslizaba hacia el centro de la laguna, los asistentes entonaban cánticos, tocaban instrumentos y arrojaban figuras de oro y otros elementos valiosos al agua como ofrenda a los dioses.

Una vez en el centro, el Zipa arrojaba sus propias ofrendas y, finalmente, se sumergía en el agua para limpiar su cuerpo dorado. Este acto simbolizaba su transformación definitiva: emergía como líder legítimo ante su pueblo y ante los espíritus, consagrado como intermediario entre lo humano y lo divino. Era un ritual de renacimiento, poder y equilibrio con el cosmos.

Cuando los conquistadores españoles llegaron y escucharon estas historias, las interpretaron a través del prisma de la codicia. Malentendieron el ritual como una manifestación de abundancia material y creyeron en la existencia de una ciudad entera hecha de oro: **El Dorado**. Así, un acto profundamente simbólico se convirtió en el detonante de incontables expediciones, saqueos y mitos coloniales que perduraron durante siglos.

Finalmente, tras haber conocido mas de la leyenda, se llegó a la parte alta de la montaña donde se pudo apreciar la laguna y conocer mas acerca de porque tanto la leyenda como este lugar representan un elemento significativo del patrimonio para su comunidad.

Figura 8

Laguna de Guatavita



Fuente: elaboración propia (2025)

Una vez finalizado el recorrido, se regresó al parque principal de la ciudad donde se encuentran múltiples monumentos, relacionados justamente a estas leyendas que envuelven la visita a Guatavita. En este lugar se encuentra la fuente de la cacica infiel, esta relata que, en tiempos ancestrales, en el pueblo de Guatavita habitaba una cacica muisca, esposa del gran Zipa o cacique del territorio. Aunque gozaban de respeto y poder, la cacica vivía una relación marcada por la soledad y la distancia emocional. Su esposo, absorbido por las obligaciones del liderazgo, descuidaba a su compañera, y fue entonces cuando ella encontró consuelo en los brazos de un joven guerrero del pueblo, con quien inició un amor prohibido.

La historia, inevitablemente, llegó a oídos del cacique. Lleno de furia y celos, decidió castigarla de manera ejemplar. En un acto público, llevó a la cacica hasta la cima de una montaña cercana la actual Piedra de la Cacica, también conocida como, y allí, entre rezos y ceremonias, ofreció su castigo como advertencia a los dioses y a la comunidad. En algunas versiones de la

leyenda, se dice que la cacica fue empujada al vacío o que ella misma se arrojó desde lo alto como acto de expiación y tristeza por la traición y el castigo.

La tradición sostiene que el alma de la cacica quedó atrapada en la montaña, convertida en piedra, como símbolo de su error y su pena. Desde entonces, su figura puede verse tallada en la roca, en una silueta que parece contemplar el horizonte con melancolía.

Figura 9

Fuente de la cacica



Fuente: elaboración propia (2025)

También se pueden apreciar diversos monumentos que hacen alusión directa al pasado muisca, los cuales no solo rememoran leyendas y figuras ancestrales, sino que también integran en su estructura patrones simbólicos propios de esta cultura. Estos elementos visuales, como formas geométricas, espirales y representaciones solares, reflejan la cosmovisión muisca y su estrecha relación con la naturaleza, el agua y los astros. Así, cada monumento se convierte en un

medio tangible para preservar y transmitir el legado espiritual, estético y cultural de este pueblo originario.

Hallazgos en diseño:

Guatavita es un pueblo que enorgullece su rica herencia muisca, promoviendo activamente el reconocimiento y la valoración de este patrimonio. A través de diversas iniciativas, se asegura de que los visitantes puedan conocer y apreciar la historia y las tradiciones que han formado la identidad de este lugar único, pero dejan de lado otros componentes de su patrimonio como lo son los postres que en la actualidad también conforman el patrimonio del lugar.

Fase 2.

Reinterpretar los aspectos patrimoniales previamente investigados de Guatavita, establecer los enlaces patrimoniales y transformarlos en elementos de diseño que otorguen valor simbólico a los postres tradicionales y facilite su identificación.

Para el desarrollo de la segunda fase, se realizó un análisis mediante la observación de los elementos patrimoniales más representativos de Guatavita, previamente abordados en la fase uno. El objetivo de esta etapa fue establecer vínculos entre el patrimonio ampliamente reconocido del municipio y el patrimonio gastronómico representado por los postres tradicionales, especialmente el merengón. De esta manera, se buscó otorgar un valor simbólico que facilite el reconocimiento del postre como parte integral del patrimonio cultural de Guatavita.

Con base en lo anterior se realizó el análisis teniendo en cuenta la metodología de Jordi Llovet donde primero se deben definir los significados culturales a los que se va a asociar,

seleccionando estos valores simbólicos como la identidad o tradición. Teniendo en cuenta la leyenda del dorado siendo esta leyenda la mas famosa de todo el lugar, se propone la asociación de significados entre el postre y la leyenda. Siendo el postre el protagonista y estableciendo las siguientes relaciones:

1. Ofrenda y ritual

- En la leyenda, el cacique muisca se sometía a una preparación larga durante días antes de la ceremonia, después el día del ritual, cubierto de oro ofrecía tesoros a los dioses desde una balsa en la Laguna de Guatavita, como un acto sagrado de entrega y conexión espiritual.
- El merengón por su forma de preparación tan larga y elaborada pasa a interpretarse como el cacique, siendo una ofrenda contemporánea, un postre que celebra y honra el legado de Guatavita. Así como el oro era una ofrenda a los dioses, el merengón puede entenderse como una ofrenda al paladar y a la memoria cultural.

2. Simbolismo del oro y la fruta (uchuva)

- El oro representaba la abundancia, la pureza y lo sagrado en la cultura muisca.
- El merengue y sus frutas pasan a simbolizar esa misma abundancia, pero en forma de ingredientes naturales.

3. Laguna como cuna de leyenda / merengón como contenedor de memoria

- La Laguna de Guatavita es el escenario sagrado donde nace la leyenda y guarda esa memoria de la leyenda.

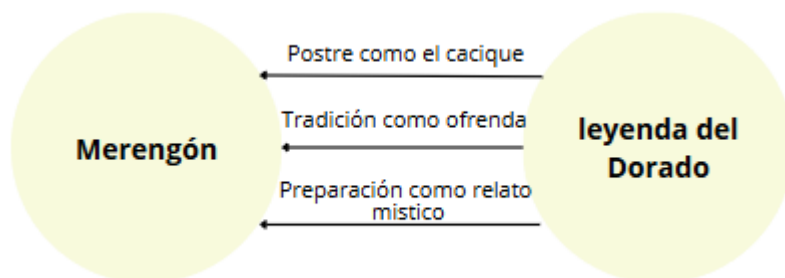
- El merengón, hecho con productos locales y preparado en el contexto turístico de Guatavita, actúa como un contenedor narrativo, cargado de historia, identidad y tradición.

4. Turismo mítico vs. turismo gastronómico

- Hoy en día, muchos visitantes llegan a Guatavita atraídos por la leyenda de El Dorado.
 - El merengón se convierte en una extensión tangible por medio de esa leyenda: un puente entre lo mítico y lo cotidiano, entre el turismo patrimonial y el turismo gastronómico.
- Ambos permiten vivir y saborear el relato cultural de Guatavita.

Tabla 4

diagrama de asociación



Nota: asociación de leyenda a postre tradicional. Fuente: Elaboración propia (2025)

Continuando con el desarrollo de la fase una vez establecidos los significados culturales a los que se asoció, el siguiente paso consiste en seleccionar elementos de diseño y que estos sean vehículos de significado constituido por forma, color, material entre otros elementos formales.

Merengón y uchuva:

En el análisis de forma se utilizaron los elementos patrimoniales analizados en la fase uno, se analizó la forma del merengón y de sus ingredientes, en este caso la uchuva y como este distintivo de los postres del lugar puede funcionar como vehículo de significado.

Figura 10

Enredadera de uchuva



Fuente: Agrosavia (2024)

El merengón y la uchuva, más allá de ser componentes gastronómicos, poseen una forma cargada de significados visuales y culturales que los vinculan con el territorio y la tradición. El merengón, con su forma irregular y artesanal, recuerda a una montaña imponente, símbolo de abundancia y generosidad. Sus capas visibles sugieren riqueza y profundidad, mientras las frutas que lo decoran aportan vitalidad, color y organicidad. Por su parte, la uchuva destaca por su forma perfectamente redonda y su color brillante, asociado al dorado, lo que la convierte en un

símbolo natural del oro. Su cáscara grande y protectora envuelve el fruto como si fuera un tesoro, mientras su enredadera larga y orgánica refuerza su conexión con lo ancestral y lo silvestre. Juntos, estos dos elementos permiten construir una narrativa visual y simbólica donde el alimento se convierte en portador de memoria, identidad y sentido de lugar.

Figura 11

Toma de apuntes del análisis formal



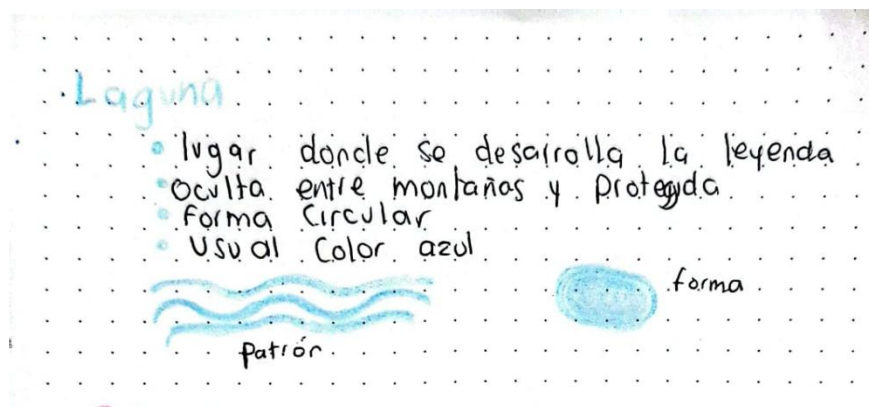
Fuente: elaboración propia (2024)

Laguna de Guatavita:

La laguna de Guatavita, lugar donde se desarrolla la leyenda de El Dorado, se caracteriza por estar oculta entre montañas y protegida por su entorno natural, lo que le otorga un aire de misterio y sacralidad. Su forma circular refuerza la idea de perfección y continuidad, asociándose con lo sagrado en muchas culturas ancestrales. Visualmente, predomina el color azul, evocando tranquilidad y profundidad. Los patrones ondulados del agua, representados en líneas suaves y rítmicas, aportan un componente orgánico que dialoga con el paisaje que la rodea.

Figura 12

Toma de apuntes del análisis formal



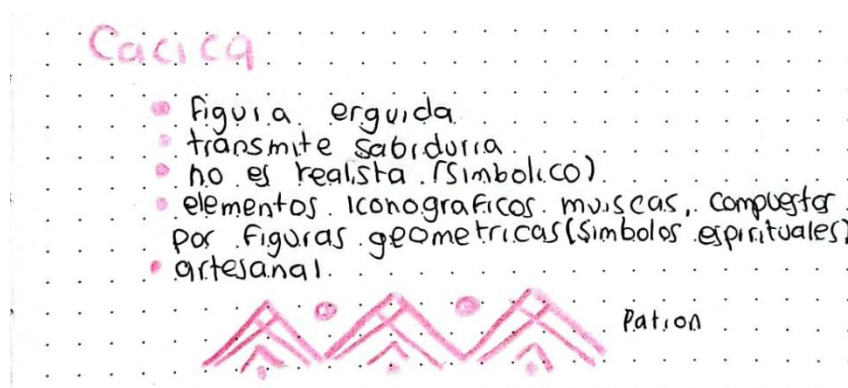
Fuente: elaboración propia (2024)

Monumento de la cacica:

El monumento de la Cacica se presenta como una figura erguida que transmite sabiduría y poder ancestral. Su forma no es realista, lo cual la convierte en una representación simbólica más que literal, enfatizando su carácter espiritual dentro de la cosmovisión muisca. Esta figura incorpora elementos iconográficos propios de dicha cultura, especialmente a través de patrones geométricos que aluden a símbolos espirituales y conocimientos sagrados. El uso de formas triangulares y líneas repetidas refuerza su dimensión ritual, mientras que el trazo artesanal resalta su vínculo con lo hecho a mano, con lo auténtico. La figura de la Cacica no solo se impone como un símbolo de liderazgo femenino, sino que también se convierte en un signo patrimonial.

Figura 13

Toma de apuntes del análisis formal



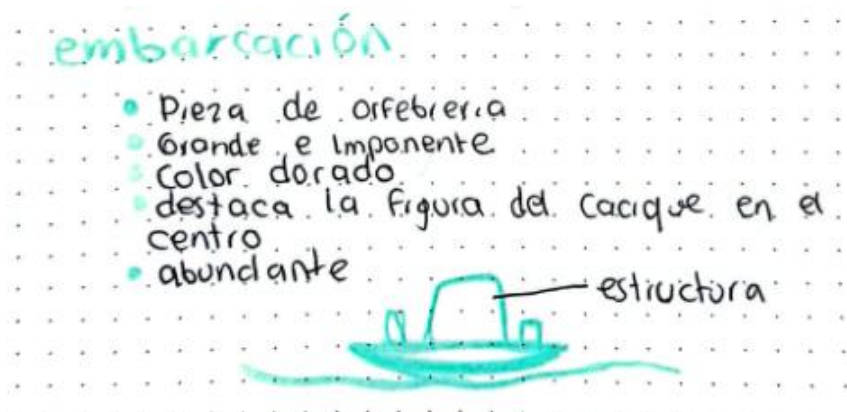
Fuente: elaboración propia (2024)

Embarcación muisca:

En Guatavita se puede observar las diferentes interpretaciones de esta embarcación. Es representada en la Balsa Muisca como una pieza de orfebrería que destaca por su tamaño, presencia imponente y detallado trabajo en oro, un material que resalta por su brillo y connotaciones sagradas. Formalmente, se caracteriza por una estructura simétrica y equilibrada, en la que resalta la figura central del cacique, símbolo de poder y liderazgo. La composición transmite un sentido de abundancia, no solo por la cantidad de figuras y elementos representados, sino también por la riqueza visual del dorado. Aunque no es realista, su lenguaje visual es claro y simbólico, destacando la importancia del rito y lo espiritual. La forma de la embarcación, alargada y flotante, junto con los patrones que simulan olas, refuerzan su conexión con el agua como espacio ceremonial y sagrado.

Figura 13

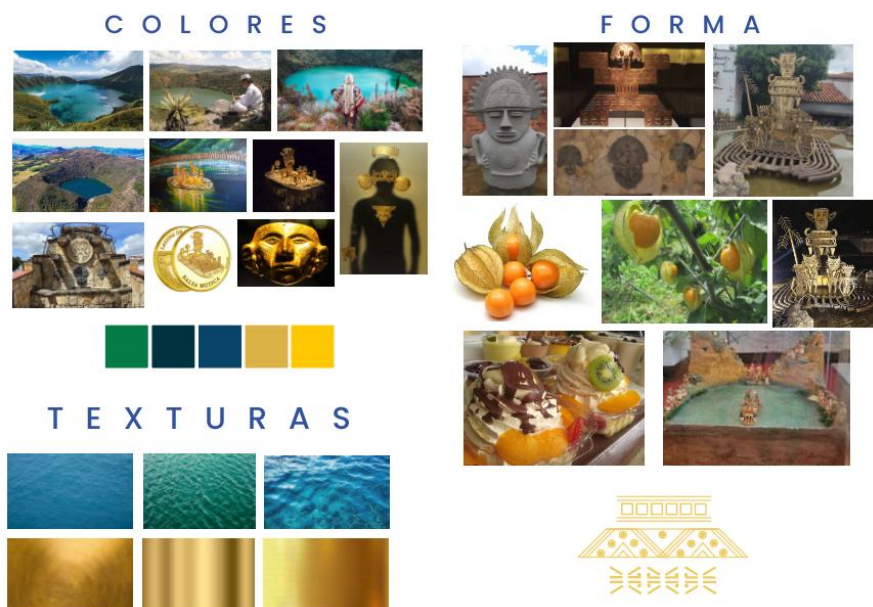
Toma de apuntes del análisis formal



Fuente: elaboración propia (2024)

Figura 14

Board: elementos en función de análisis



Fuente: elaboración propia (2024)

Una vez finalizado el proceso de selección de los elementos de diseño que otorgan valor al proyecto, se elaboró el siguiente diagrama que reúne los hallazgos clave que hay que tener en cuenta para el desarrollo de la tercera fase.

Figura 15

Diagrama de reinterpretación y enlace patrimonial



Fuente: elaboración propia (2024)

Fase 3.

Construir una narrativa basada en el enlace patrimonial integrando los elementos de diseño adquiridos en un lenguaje visual unificado, para integrar su valor cultural en el diseño de un empaque que otorgue reconocimiento del patrimonio gastronómico del merengón.

Una vez llevado a cabo el proceso de selección de los elementos de diseño que conceden valor simbólico al proyecto, se da inicio a la etapa de integración de dichos elementos en un lenguaje visual coherente y unificado. Esta fase tiene como objetivo principal construir una narrativa visual sólida, en la que cada forma, color, textura o símbolo contribuya activamente a comunicar el vínculo patrimonial que se busca destacar. A través del diseño, se pretende visibilizar el postre no solo como un producto gastronómico, sino como un portador de memoria, identidad y tradición cultural. En este sentido, los elementos seleccionados no se integran de manera arbitraria, sino que responden a un propósito comunicativo: transmitir el legado inmaterial que conecta el territorio, sus leyendas y saberes ancestrales con la experiencia contemporánea del alimento.

La narrativa está Inspirada en la ceremonia sagrada de los muisca en la laguna de Guatavita, siendo esta la leyenda más famosa del lugar. Este proyecto establece una analogía profunda entre el ritual ancestral y la creación del postre como experiencia con carga patrimonial. En la leyenda, el cacique era mucho más que un líder político: era una figura sagrada que, antes de realizar la ofrenda, pasaba por un proceso largo de preparación física y espiritual. Se retiraba durante días, realizaba ayunos, se purificaba y finalmente era cubierto con polvo de oro antes de embarcarse en la balsa. Así como la preparación del merengón no es un simple proceso al azar. Aquel momento no era improvisado, sino el resultado de una cuidadosa construcción simbólica y comunitaria, que culminaba con la entrega de tesoros al fondo de la laguna como acto de gratitud y conexión con lo divino.

Este proyecto retoma ese mismo nivel de cuidado, dedicación y carga simbólica, trasladándolo al presente a través de una propuesta de food design. El postre no es concebido aquí como un objeto gastronómico aislado, sino como el nuevo protagonista de un ritual

contemporáneo. Asume el papel que en la ceremonia tenía el cacique: el portador de sentido, el mediador entre el patrimonio cultural y la experiencia sensorial. Cada decisión de diseño responde a un proceso reflexivo y simbólico, como lo hacía la preparación del líder muisca. Así, el postre se transforma en una ofrenda moderna: un objeto precioso, dorado, místico y profundamente conectado con el territorio y su memoria.

La analogía entre la balsa y el soporte del postre refuerza esta narrativa. Al igual que el artefacto ceremonial flotando sobre la laguna, el postre se presenta en un espacio cuidado, casi escénico, donde cada elemento cumple una función simbólica. Esta creación no solo estimula los sentidos, sino que también comunica. Habla de la identidad de Guatavita, de sus tradiciones culinarias, de sus leyendas y su espiritualidad. En ese sentido, el postre se convierte en un signo patrimonial que permite resignificar la herencia muisca a través de una experiencia estética y emocional. Es una nueva forma de contar una historia antigua, de transformar el acto de comer en un ritual que celebra la memoria y el esfuerzo de las manos artesanales con las que fue preparado.

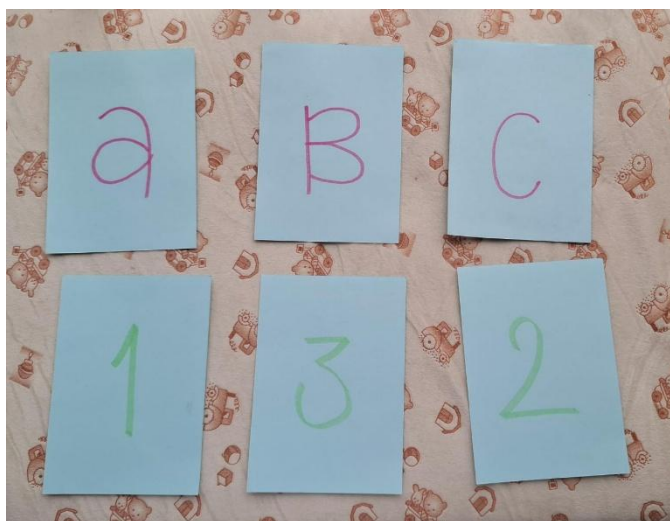
A raíz de esto se tomó la decisión de crear un empaque para dicho postre teniendo en cuenta que desde el enfoque del food design, el empaque deja de ser un simple contenedor para convertirse en un componente esencial de la experiencia alimentaria. Esta disciplina propone una mirada integral al diseño de productos comestibles, donde no solo importa lo que se come, sino también cómo se presenta, se percibe y se vive. En este sentido, el diseño de empaque juega un papel fundamental al influir en la percepción del producto, activar emociones y construir un relato alrededor de lo que se consume. Según Young y Wells (2010), el empaque no debe entenderse únicamente como una barrera protectora, sino como un elemento estratégico dentro de la comunicación visual y la experiencia del producto, generando conexiones significativas y

enriquecer la experiencia desde el primer contacto visual. Así, incorporar el diseño de empaque en proyectos de food design permite no solo preservar y presentar adecuadamente el alimento, sino también comunicar valores, tradiciones y contextos culturales que potencian su sentido más allá de lo funcional. El empaque se convierte así en un medio narrativo y sensorial que amplifica la relación entre el alimento y quien lo consume.

Teniendo en cuenta la narrativa planteada y la intención de desarrollar una propuesta de empaque coherente con las percepciones y expectativas del público, se llevó a cabo un ejercicio de *card sorting* con el fin de explorar y comprender las preferencias de las personas en relación con los elementos visuales y estructurales del diseño de empaque.

A través de la selección y organización de tarjetas con distintas opciones visuales y conceptuales, los participantes pudieron expresar de manera intuitiva y participativa cuáles elementos consideran más atractivos, funcionales o representativos. Este ejercicio no solo facilitó la toma de decisiones informadas durante el proceso de diseño, sino que también aportó una mirada más cercana a las expectativas del público objetivo, enriqueciendo la propuesta con criterios reales y sensibles a la experiencia del consumidor, orientando la propuesta de diseño hacia una solución más coherente, empática y significativa.

Figura 16

card sorting, preferencia de diseño

Fuente: elaboración propia (2024)

Los resultados obtenidos a partir de esta actividad evidencian una marcada preferencia por un tipo de diseño que combina practicidad, funcionalidad y una narrativa visual coherente con la experiencia del producto. En particular, los turistas demostraron un interés notable por aquellos empaques que facilitan tanto el consumo inmediato del postre en el lugar como su transporte posterior, en caso de que deseen llevarlo como recuerdo o compartirlo más adelante.

Esta preferencia responde a una necesidad concreta de portabilidad y comodidad, especialmente en contextos turísticos donde el tiempo, la movilidad y la experiencia sensorial juegan un papel fundamental. De igual manera, se observó que ciertos patrones gráficos y paletas cromáticas específicas fueron percibidos como más efectivos a la hora de comunicar la narrativa del producto, permitiendo al usuario establecer una conexión más clara y emocional con la propuesta. Colores cálidos, texturas inspiradas en elementos naturales y formas orgánicas fueron recurrentemente asociadas a lo tradicional, lo artesanal y lo auténtico, reforzando así los valores simbólicos del postre más allá de su sabor. En conjunto, estos hallazgos no solo validan la dirección estética tomada durante el proceso de diseño, sino que confirman la importancia de

crear soluciones visuales y estructurales que respondan tanto a las expectativas funcionales como a las culturales y emocionales del usuario.

Figura 17

Decisiones de diseño obtenidas por medio del card sorting

Estilo gráfico



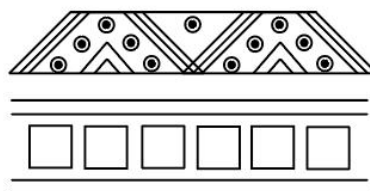
Colores



Forma



Patrón



textura



Fuente: elaboración propia (2024)

Una vez definida la idea central del proyecto, se inició la etapa de ideación del empaque con el objetivo de integrar de forma coherente la narrativa propuesta, los elementos simbólicos y las decisiones de diseño previamente establecidas. Este proceso buscó involucrar todos estos componentes en una propuesta tangible que no solo protegiera el producto, sino que también transmitiera su significado cultural y emocional. A través de la exploración de formas, materiales, gráficos y conceptos visuales, se comenzó a construir una solución que reflejara de manera clara y consistente la esencia del proyecto, sentando así las bases para el desarrollo del prototipo final.

Durante este proceso, se consolidaron las decisiones formales y conceptuales en una propuesta de empaque que articula visualmente la narrativa del proyecto con elementos simbólicos representativos del contexto cultural de Guatavita. El diseño no solo busca contener y proteger el postre tradicional, sino también comunicar su valor patrimonial e identidad a través de referencias visuales cargadas de significado.

1. *Cáscara de uchuva*

El empaque toma como inspiración la forma de la cáscara de la uchuva, funcionando como una metáfora visual de protección. Así como la cáscara resguarda el fruto en su interior, el empaque fue concebido para proteger el postre como si fuera una ofrenda valiosa, remitiendo directamente a la idea de algo sagrado ypreciado, Al momento de abrir esta, se puede ver en l aparte interna la historia de preparación del merengón, siendo esta narración desde la perspectiva del vendedor y como el proceso de elaboración es un ritual contemporáneo.

2. *Uchuva, fruta de los dioses*

La uchuva se presenta como símbolo central del proyecto, evocando la leyenda según la cual esta fruta surgió como una ofrenda dorada en la laguna de Guatavita. En esta narrativa, la uchuva representa la abundancia, el misterio y la riqueza cultural de la región, elementos que también se trasladan al diseño del postre y su presentación.

3. *Merengón tradicional de Guatavita*

El postre elegido como producto insignia es el merengón, una preparación con fuerte arraigo en la tradición culinaria local. Su uso dentro del empaque resalta la importancia de preservar los sabores y técnicas tradicionales, adaptándolos a una propuesta contemporánea sin perder su esencia original.

4. *Cacica y el merengón*

La base del empaque retoma la forma de la estatua de la cacica como un gesto de reconocimiento al legado indígena y la representación de los guardianes de la tradición de los postres. Esta referencia actúa como un anclaje simbólico que vincula el producto con el patrimonio material que es la estatua e inmaterial del lugar.

5. *Enredadera de uchuva*

El diseño lateral incorpora la imagen estilizada de una enredadera de uchuva, reforzando la conexión con la fruta y la representación de una tradición por medio de la larga enredadera y sus frutos simbolizando el proceso artesanal. Esta forma orgánica rodea el cuerpo del envase como si abrazara el contenido, evocando el carácter natural, artesanal y cuidado del producto.

6. *Tallado muisca*

En la base del empaque se incluye un patrón inspirado en los tallados muisca tradicionales, que refuerzan la estética ancestral y rinden homenaje al arte simbólico de este pueblo indígena. Este detalle busca vincular el diseño gráfico con elementos arqueológicos y culturales, fortaleciendo su profundidad conceptual ya que este tallado solo era usado por el Cacique ya que denotaba esa conexión entre lo terrenal y lo celestial

7. *Laguna de Guatavita*

La parte inferior del diseño hace referencia a la laguna de Guatavita a través del uso del color verde azulado y una forma circular que remite directamente al cuerpo de agua sagrado. Esta alusión cierra el recorrido simbólico del empaque, vinculando todos los elementos con el mito central de El Dorado y la tradición de las ofrendas sumergidas.

Figura 18

Infografía sobre el prototipo y como se vería



Fuente: elaboración propia (2025)

En conjunto, el prototipo no solo representa un contenedor funcional, sino un objeto narrativo que activa la memoria cultural transmite la riqueza simbólica del territorio y enriquece la experiencia del consumidor desde lo visual, lo táctil y lo emocional.

Propuesta de Diseño.

A partir de los diversos hallazgos obtenidos durante el desarrollo de las fases metodológicas del proyecto, se plantea la construcción del prototipo del producto denominado Ofrenda Dorada. Esta propuesta surge como una síntesis de los elementos conceptuales, simbólicos y funcionales identificados a lo largo del proceso a través de un empaque narrativo y significativo.

Componente simbólico.

Para el desarrollo simbólico del proyecto, se retomaron los análisis realizados durante las fases uno y dos con el fin de establecer un estilo gráfico coherente que permitiera comunicar de manera efectiva la narrativa propuesta para el empaque. Esta construcción visual se fundamenta en referentes culturales, estéticos y conceptuales previamente identificados, los cuales se tradujeron en decisiones gráficas concretas. La paleta de colores, dominada por el tono dorado y azul, evoca tanto la riqueza de las ofrendas sagradas como la profundidad mística de la laguna. En cuanto a las formas, se incorporaron elementos como la silueta de un barco, las curvas de la cáscara de uchuva, y motivos inspirados en patrones indígenas, todos ellos seleccionados por su valor simbólico y su capacidad de enriquecer el relato visual del empaque. Estas decisiones y análisis se pueden ver a profundidad en la fase dos y tres de la metodología (página 34-46)

Figura 19

Modelado 3d del empaque



Fuente: elaboración propia (2025)

En el modelado del empaque se integran cuidadosamente los elementos simbólicos con el fin de que dialoguen de manera coherente con la narrativa construida a lo largo del proyecto. Esta integración no solo busca reforzar el mensaje conceptual del diseño, sino también generar una experiencia sensorial y visual que conecte emocionalmente con el usuario. Formas, colores y texturas que fueron seleccionados estratégicamente para representar símbolos clave como el barco, la uchuva, la cáscara y los patrones indígenas, los cuales evocan imaginarios culturales y naturales que fortalecen el relato.

Figura 20*Modelado 3d del empaque*

Nota: Símbolos del empaque Fuente: elaboración propia (2025)

Para complementar el aspecto simbólico se eligió la familia tipográfica EB GARAMOND Teniendo en cuenta que es un producto que evoca a la tradición y cultura, se opta por el uso de esta tipografía por su versatilidad, el uso de esta tipografía con serifas transmite al usuario esa esencia artesanal y ancestral que se desea comunicar además de ser una tipografía de fácil legibilidad.

Figura 21*EB garamond font*

ABCDEFGHIJKLMNOP
 OPQRSTUVWXYZÀÅ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyzàåéîõøü&1234567
 890oI23456789(\$£€.,!?)

45

Nota: Muestra tipográfica Fuente: Google fonts (2025)

Componente Formal.

Se plantea el desarrollo del prototipo como un elemento físico, ya que el propósito del empaque trasciende la función meramente utilitaria: busca visibilizar y comunicar un valor simbólico asociado al patrimonio cultural. Desde su ideación, este empaque se entiende como un signo cargado de significado, resultado del vínculo entre narrativa, estética y funcionalidad, establecido durante las primeras fases metodológicas del proyecto. Su forma ha sido diseñada para ofrecer practicidad tanto en el consumo del postre en el lugar como en su transporte, decisión respaldada por los resultados obtenidos en la actividad de card sorting desarrollada en la fase tres.

Teniendo en cuenta una posible producción a mayor escala, se contempla la utilización de materiales resistentes y de larga duración como lo son los bioplásticos reciclables, cartón prensado de alta densidad o fibras vegetales biodegradables que permitan conservar la estructura del empaque sin comprometer la sostenibilidad.

La intención de este proyecto no es generar un producto desechable, sino uno que funcione como objeto de recordación, capaz de perdurar en el tiempo como una pieza significativa en la memoria del consumidor. Esto teniendo en cuenta que según Young y Wells (2010), un empaque bien diseñado no solo protege el producto, sino que también actúa como una herramienta estratégica que "permanece en la memoria del consumidor y lo conecta emocionalmente con la experiencia del producto". De esta manera, el empaque se convierte en un medio eficaz para preservar y difundir el conocimiento sobre el valor patrimonial de los postres tradicionales, siendo este empaque un elemento que perdura de manera física y una experiencia de manera simbólica.

Componente funcional.

El componente funcional en este caso es la funcionalidad del empaque y como esta se convierte en un eje esencial, ya que no se trata únicamente de un objeto visualmente atractivo o simbólicamente representativo, sino de una solución que responde a las necesidades reales del usuario. En el contexto de la plazoleta de postre, donde el consumo al aire libre es muy común o el transporte del producto como recuerdo.

Desde las fases iniciales del proyecto, se estableció la importancia de crear un empaque que permitiera al usuario interactuar con el producto de forma intuitiva. Para ello, se realizó una actividad de card sorting que permitió identificar las preferencias y expectativas de los

consumidores respecto al diseño del empaque. Los resultados evidenciaron una clara inclinación hacia propuestas que fueran prácticas, reutilizables y fáciles de manipular, sin comprometer la seguridad e integridad del contenido. A partir de esta retroalimentación, se definieron varios criterios clave: el empaque debía ser estable, proteger el postre durante su transporte, permitir una apertura sencilla, y, además, ser cómodo de sostener y usar en diferentes condiciones, como caminatas, visitas guiadas o recorridos por espacios naturales.

En términos estructurales, el diseño del empaque contempla una forma ergonómica y funcional con forma de embarcación, que se adapta tanto a la mano del usuario como al volumen y forma del postre. Se propone una estructura que evite derrames, proteja la textura y presentación del alimento, y ofrezca una base sólida para consumir el producto directamente desde el envase. Además, se consideró la implementación de un sistema de cierre seguro pero fácil de abrir, lo que permite un acceso rápido al contenido sin necesidad de utensilios adicionales, lo que lo hace ideal para contextos turísticos o de consumo informal.

Por otra parte, se tuvo en cuenta la facilidad de almacenamiento y transporte a nivel comercial. El empaque fue pensado para ser apilable, ocupando el menor espacio posible cuando se distribuye en puntos de venta o se transporta en grandes cantidades. De igual manera, se consideró que su diseño no requiera ensamblajes complejos, lo que facilita su producción a mayor escala y reduce tiempos y costos de montaje. Esta visión funcional también contempla la experiencia del comerciante o productor local, quien podrá manipular, almacenar y entregar el producto de forma práctica y rápida sin comprometer su presentación.

El componente funcional del proyecto articula diversas variables: la experiencia del usuario, la viabilidad técnica del producto, su sostenibilidad material y su eficiencia en el entorno comercial. Este empaque se convierte en una herramienta integral que facilita la interacción entre

cultura, alimento y consumidor, reforzando el propósito del diseño como puente entre lo tangible y lo simbólico, lo práctico y lo significativo.

Conclusiones.

El desarrollo de este proyecto permitió evidenciar el valor que tienen los postres tradicionales como portadores de memoria, identidad y cultura, y cómo el diseño puede actuar como un puente para resignificar y visibilizar estos elementos patrimoniales en nuevos contextos. A través de un enfoque metodológico basado en la investigación, la observación participativa y herramientas de diseño centrado en el usuario, fue posible construir una propuesta coherente que articula contenido simbólico, narrativo y funcional en un solo objeto: el empaque.

Una de las principales conclusiones es que el diseño de empaque va más allá de su función contenedora. Al ser planteado desde una perspectiva crítica y cultural, el empaque puede convertirse en un medio de interpretación del patrimonio inmaterial, generando conexiones emocionales entre el usuario y los saberes locales. En este caso, la narrativa basada en la leyenda de El Dorado y el contexto simbólico de los ingredientes permitió construir una experiencia más profunda, donde el usuario no solo consume un producto, sino también una historia, un territorio y una identidad.

De igual forma, se comprobó que la interacción directa con los usuarios durante el proceso fue fundamental para definir aspectos clave del diseño y que, gracias a estas dinámicas participativas, se identificaron preferencias, expectativas y hábitos de consumo que guiaron decisiones estructurales y gráficas del prototipo. Esto reafirma la importancia de involucrar al usuario en todas las fases del diseño, no solo como validadores, sino como cocreadores de la experiencia.

Otro aspecto a tener en cuenta fue la necesidad de pensar el empaque como un objeto duradero y reutilizable. Esta decisión no solo responde a criterios ecológicos y sostenibles, sino también a una intención de permanencia simbólica: que el empaque se convierta en un objeto de recordación, capaz de prolongar la experiencia del postre y de mantener viva la memoria del patrimonio que representa. Ya que el empaque puede dejar una huella duradera en el consumidor si logra equilibrar forma, función y mensaje.

Y ya para finalizar, este proyecto demuestra cómo el diseño, y en particular el food design, puede ser una herramienta poderosa para resignificar tradiciones, comunicar historias y fortalecer vínculos entre lo cotidiano y lo ancestral. El empaque propuesto no solo contiene un postre: contiene una narrativa, una intención simbólica y una propuesta experiencial que invita a repensar las formas en que nos relacionamos con lo cultural desde lo tangible.

Referencias Consultadas

Collins, J., & Holmes, C. (2024). *Harvest*. Studio Harvest.

<https://www.itsnicethat.com/articles/jessie-collins-clara-holmes-harvest-graphic-design-project-070125>

Cundinamarca Gobernación. (s.f.). *Plan de desarrollo turístico departamental*.

<https://www.cundinamarca.gov.co/home/?1dmy¤t=true&urile=wcm%3Apath%3A%2FPRENSA%2FasGaleriadeNoticias%2FasContenidosGaleriaNoticiasPrensa%2FPLAN%2BDE%2BDESARROLLO%2BTURISTICO%2BDEPARTAMENTAL>

El Espectador. (s.f.). *Lugares turísticos para visitar cerca a Bogotá*.

<https://www.elespectador.com/turismo/lugares-turisticos-para-visitar-cerca-a-bogota/>

Encolombia. (s.f.). *Turismo en Guatavita*. <https://turismo.encolombia.com/turismo-en-guatavita/>

Falmouth University. (2024). *Students win four Creative Conscience awards*.

<https://www.falmouth.ac.uk/news/students-win-four-creative-conscience-awards>

Fili, L. (2012). *Elegantissima: The Design and Typography of Louise Fili*. Princeton Architectural Press.

Herrera, H. (2021). *Food design para el rescate de la identidad cultural*. Revista Latinoamericana de Food Design, Volumen (Número), páginas.

<https://publicacionescientificas.fadu.uba.ar/index.php/RLFD/article/view/2678/2809>

Llovet, J. (2003). *Metodología del diseño*. Ediciones Infinito.

Sabanaturística. (s.f.). *Guatavita*. <https://www.sabanaturistica.com/index.php/guatavita>

Semana. (2024). *Merengón: la historia detrás de este postre colombiano y los secretos para disfrutarlo en minutos*. <https://www.semana.com/cocina/recetas/articulo/merengon-la-historia-detras-de-este-postre-colombiano-y-los-secretos-para-disfrutarlo-en-minutos/202453/>

Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.

Travelgrafía. (s.f.). *10 pueblos de Colombia para visitar*. <https://travelgrafia.co/blog/pueblos-de-colombia/>

UNESCO. (s.f.). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

UNESCO. (s.f.). *Patrimonio cultural inmaterial*. <https://www.unesco.org/es/intangible-cultural-heritage>

UNESCO. (s.f.). *Prácticas alimentarias: creciente reconocimiento y medidas reforzadas de salvaguardia*. <https://ich.unesco.org/es/noticias/practicas-alimentarias-creciente-reconocimiento-y-medidas-reforzadas-de-salvaguardia-13541>

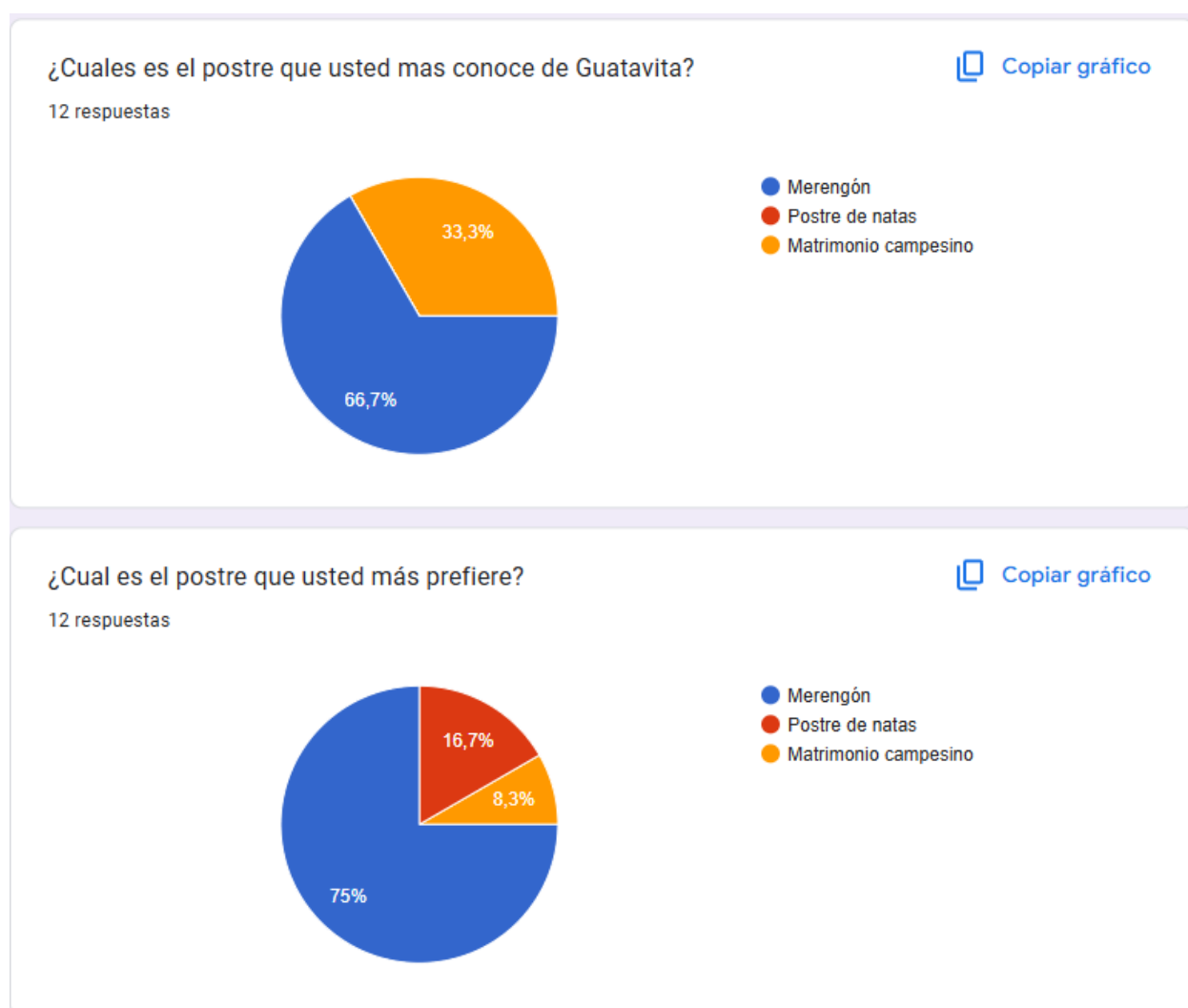
Ugena, J. (2013). *Proyectos para la puesta en valor del patrimonio cultural y natural desde el diseño*. *Barataria*, (2), 19–35. https://acmspublicaciones.revistabarataria.es/wp-content/uploads/2017/05/2.2013.Ugena_Proyectos.19_35.pdf?utm_source

Young, W. H., & Wells, K. (2010). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (2nd ed.). Wiley.

Zampollo, F. (2016). *What is Food Design?* [Conference paper]. International Food Design Society.

Anexos.

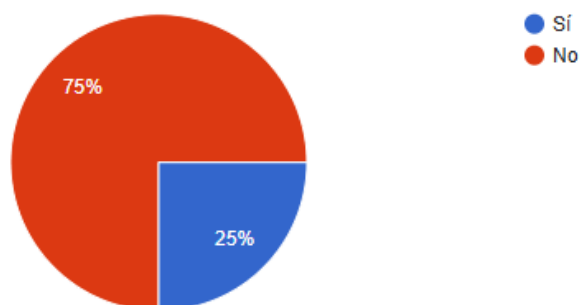
Anexo 1: encuestas de conocimiento acerca de Guatavita, su patrimonio y postres



¿Sabía que los postres hacen parte de la identidad de este pueblo?

12 respuestas

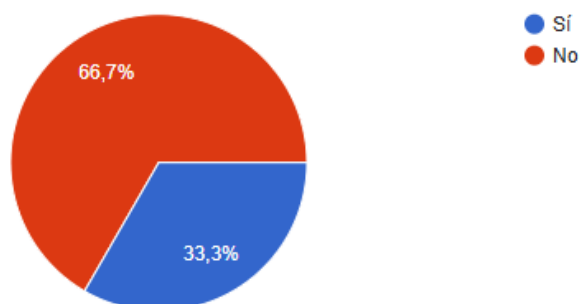
 [Copiar gráfico](#)



¿Conoce acerca de la cultura, leyendas e historia de este pueblo?

12 respuestas

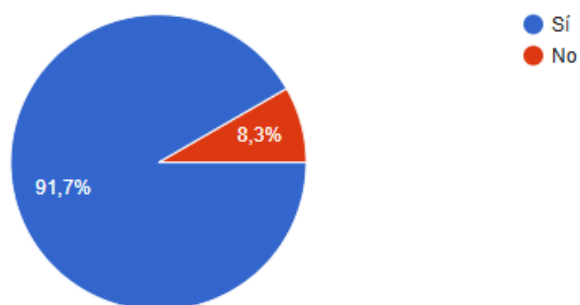
 [Copiar gráfico](#)



¿Sabía que la laguna de Guatavita es patrimonio nacional?

 Copiar gráfico

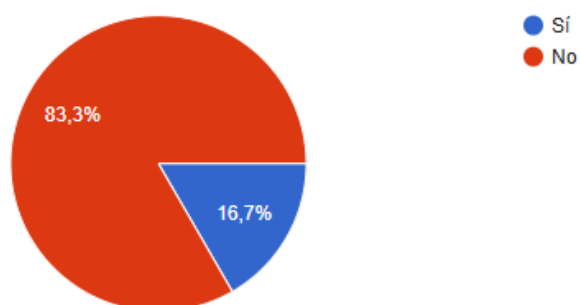
12 respuestas



¿Sabía que los postres mencionados anteriormente son patrimonio de Guatavita?

 Copiar gráfico

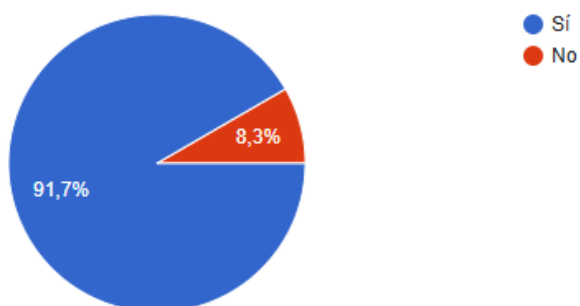
12 respuestas



¿Le gustaría conocer más acerca del valor patrimonial de estos postres?

 Copiar gráfico

12 respuestas



Anexo 2: Entrevista señora maría, repostera local

Entrevista a vendedora de postres en Guatavita: Señora María Ubicación: Guatavita pueblo

Fecha: 22 de Marzo 2025 **Entrevistadora:** Alisson Sosa Gómez

Objetivo: Conocer la experiencia, motivaciones y percepciones culturales asociadas a la elaboración de postres tradicionales en Guatavita, especialmente el merengón, desde la perspectiva de una habitante local.

1. ¿Cómo y de quién aprendió usted a preparar los postres tradicionales que vende actualmente?

Aprendí a preparar los postres desde muy niña viendo a mi mamá, ella trabajaba junto a la señora Dolores. Ellas hacían postres para las fiestas del pueblo y la venta en general. Me enseñaron con mucha paciencia, a ojo, sin medidas, como era antes. Así fue como de a poquitos me fui enamorando de este oficio y quise hacer lo mismo por mi y mi familia.

2. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a la elaboración y venta de postres en Guatavita?

Llevo más de 35 años haciendo y vendiendo postres aquí en el pueblo. Comencé con un puesto en la calle, vendiéndole a los turistas que venían siempre, y con el tiempo abrí esta tiendita que me ha dado muchas alegrías. Es un trabajo que hago con el corazón.

3. ¿Qué significado tiene para usted elaborar y ofrecer estos postres en el contexto de este pueblo?

Para mí es una manera de mantener viva nuestra tradición la de mi mamá y la señora Dolores, también es que yo no soy la única que los hace. Por eso tienen un pedacito de nuestras costumbres, yo todos los días me levanto para recoger las frutas, para ordeñar las vacas y preparar la venta del día. Nosotros lo hacemos así, con mucho amor y nuestras propias manos. Me siento feliz de poder compartir eso con quienes vienen a visitarnos.

4. ¿Considera que el merengón tiene un valor especial para Guatavita? ¿Por qué?

Sí, obvio. El merengón se ha vuelto uno de los postres más representativos de Guatavita. La gente lo busca mucho por aquí y es el que más se vende porque es fresco, y con cosas que pues sumerces sabe que son de acá y porque cuando visitan el pueblo pues se quieren comer algo, algo que no puede faltar cuando uno viene por aquí. Además, muchas familias como la mía han vivido de hacerlo.

5. ¿Qué piensan los visitantes o turistas cuando prueban los postres? ¿Se interesan por su historia o preparación?

Muchos se sorprenden porque dicen que son muy ricos. Les encanta que usemos fruta natural y que el sabor sea tan casero. Algunos preguntan cómo se hace, qué ingredientes lleva, y se sorprenden cuando les cuento que es una receta de toda la vida. Yo por eso digo que sí es muy importante.

6. ¿Cree que estos postres podrían formar parte del patrimonio cultural del pueblo? ¿Por qué sí o por qué no?

Sí, yo creo que sí deberían ser considerados patrimonio. Porque hacen parte del pueblo en sí, de lo que somos. Son conocimientos que pasan de generación en generación, y que nos unen como comunidad a pesar de todo. Sería muy bonito que los turistas lo conocieran también como parte de la cultura de aquí, que así como vienen a ver la laguna supieran que los postres también son igual de importantes para nosotros.

Anexo 3: trabajo colaborativo fase 1

¿Que elementos del patrimonio de Guatavita son reconocibles para ti?

6 respuestas

La laguna del cacique y las esculturas precolombinas de oro

la laguna de guatavita, el oro, los muiscas

los tesoros indigenas y la laguna de guatavita

la laguna de guatavita, el embalse, el museo indigena

la laguna de guatavita

la historia indigena del lugar y la laguna

¿Que mitos o leyendas del patrimonio de Guatavita son reconocibles para ti?

6 respuestas

la leyenda del cacique que iba en una balsa lanzando oro al agua como ofrenda. tambien de que en esa laguna esta el dorado

que en la laguna de guatavita hay mucho oro porque en las ceremonias indigenas lo lanzaban al lago porque se lo ofrecian a los dioses

la ceremonia que realizaban dentro de la laguna lanzando oro

el del dorado tambien mi mamá cuenta que existe una leyenda que habla acerca de la uchuca que fue una fruta que los dioses le regalaron a los humanos. por eso muchos postres de aqui tienen uchuva

la leyenda del dorado que dice que hay una ciudad de oro en la laguna

la leyenda de que aqui estaba el dorado

