

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN VISUAL DESDE UNA REVISTA DE CÓMICS PARA PROMOVER LA IDENTIDAD CULTURAL DE SANTA MARTA EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS DE EDAD: CIUDAD DE TRAZOS

DESIGN OF VISUAL COMMUNICATION STRATEGIES FROM A COMIC MAGAZINE TO PROMOTE THE CULTURAL IDENTITY OF SANTA MARTA IN YOUNG PEOPLE FROM 18 TO 25 YEARS OF AGE: CITY OF LINES

Lorena Liceth Contreras Rosado¹, Daniel David Morales Barrios²

INTRODUCCIÓN

La identidad cultural es un aspecto fundamental para el desarrollo de las comunidades, ya que refuerza el sentido de pertenencia y cohesión social. En este contexto, los medios de comunicación visual, como el cómic, se han convertido en una herramienta poderosa para transmitir mensajes que promuevan y preserven la cultura local. En un contexto más amplio, la construcción de la memoria cultural contribuye a la consolidación de un paisaje sagrado, sensible a los cambios ideológicos y revitalizado por las celebraciones rituales (Pereyra et al., 2013). Esto ilustra cómo las prácticas culturales y rituales refuerzan la identidad y cohesión de una comunidad a lo largo del tiempo.

Santa Marta, una ciudad con un rico patrimonio cultural, se enfrenta al reto de mantener viva su identidad entre las generaciones más jóvenes. Los jóvenes, especialmente aquellos entre 18 y 25 años, se encuentran en una etapa clave de formación de identidad y son influenciados por los medios digitales y globales, lo que puede alejarles de sus raíces locales. Es en este punto donde el cómic puede desempeñar un rol significativo, sirviendo como una herramienta atractiva y dinámica para transmitir el patrimonio cultural y el talento de Santa Marta de manera accesible y entretenida. Los comics o historietas son narraciones hechas con una secuencia de dibujos que pueden tener o no texto. Estas pueden publicarse en papel o en formato digital y además poseen la particularidad que es posible que sean

1

2

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

una publicación en sí misma o aparecer en otro tipo de publicación, por ejemplo, en un periódico y/o revista.

Para involucrar activamente a los jóvenes en este proyecto, se ha creado el concurso PERLA500. Creando así un escenario dispuesto para la creación y reconocimiento de esta representación del arte, es decir, que se pueda contar con un espacio disponible abierto a autores, creadores e incluso lectores.

¿Cómo a partir del diseño de una propuesta de revista de cómics, se puede promover la identidad cultural de los jóvenes entre los 18 a 25 años de edad, implementando estrategias de la comunicación visual en Santa Marta: **CIUDAD DE TRAZOS**?

El objetivo de este artículo nace de una preocupación real y actual: los jóvenes de Santa Marta están perdiendo el vínculo con su identidad cultural y artística. En un mundo cada vez más globalizado y digital, los jóvenes están expuestos a una avalancha de contenidos internacionales que, aunque enriquecedores, a veces los alejan de sus propias raíces. La cultura local artística, con toda su riqueza e historia, corre el riesgo de quedar en segundo plano, especialmente entre aquellos que están en una etapa clave de formación de identidad personal y social.

La revista **Ciudad de Trazos** no es solo un proyecto de diseño, sino una propuesta para que los jóvenes de Santa Marta vean reflejada su historia, su entorno y su cultura en un formato con el que se sienten cómodos y conectados. No se trata únicamente de mostrarles la riqueza cultural de su ciudad, sino de invitarlos a formar parte de ella. A través del concurso PERLA500, ellos mismos tendrán la oportunidad de ser creadores, no solo consumidores, de su propio legado cultural. Al hacerlo, se promueve un sentido de pertenencia y orgullo por sus raíces, adaptando la cultura local a su propia visión y contexto. Al presentar la cultura samaria de una manera

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

fresca, visual y participativa, **Ciudad de Trazos** busca no solo preservarla, sino darle nueva vida, permitiendo que los jóvenes se reconozcan en su propio patrimonio cultural y se sientan parte activa de su construcción.

Objetivo General

Promover la identidad cultural de Santa Marta entre jóvenes de 18 a 25 años a través del diseño y publicación de una revista de cómics, utilizando estrategias de comunicación visual que conectan con sus intereses y hábitos de consumo actuales, al mismo tiempo, se conviertan en partícipes de su propia preservación y difusión.

Objetivos específicos

- **Identificar** las percepciones y necesidades de los jóvenes samarios de entre 18 y 25 años en relación con su identidad cultural y la desconexión con sus raíces locales.
- **Desarrollar** una propuesta de diseño visualmente atractiva y accesible a través de la revista **Ciudad de Trazos**, que representa elementos emblemáticos de la cultura y el patrimonio de Santa Marta.
- **Implementar** el concurso PERLA500 para involucrar a los jóvenes en la creación de contenido artístico, permitiéndoles ser tanto consumidores como creadores de cómics que reflejen la identidad cultural de su ciudad.
- **Establecer** alianzas estratégicas con instituciones educativas y microempresas locales para garantizar la viabilidad del proyecto, obteniendo apoyo económico y ofreciendo espacios de publicidad en la revista.
- **Fomentar** el sentido de pertenencia y orgullo cultural en los jóvenes samarios, mediante la creación de una plataforma que les permita interactuar con su cultura de manera visual, participativa y creativa.

1.FUNDAMENTO TEÓRICO

Este estudio se apoya en varias ideas que ayudan a entender cómo podemos utilizar el diseño de una revista de cómics para promover la identidad cultural entre los jóvenes de Santa Marta. A continuación, se detallan los conceptos clave que guían el proyecto.

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

1.1. Comunicación Visual

La comunicación visual es una herramienta poderosa que nos permite transmitir ideas a través de imágenes, gráficos y símbolos. Las imágenes son una forma rápida y efectiva de simplificar ideas complejas, haciendo que la información sea más fácil de entender para quien la recibe. A través de los colores, las formas y la composición, podemos crear mensajes que no solo informan, sino que también impactan emocionalmente.

El cómic es un claro ejemplo de esto. Es un medio visual que combina imágenes y texto, permitiendo contar historias de manera entretenida y directa. Para los jóvenes, que están acostumbrados a consumir contenido visual rápido, el cómic se presenta como una opción atractiva y fácil de comprender, ideal para acercarlos a su identidad cultural de una forma que les resulte natural.

1.2. Identidad Cultural

En el caso de los jóvenes de Santa Marta, su identidad cultural está siendo influenciada por la globalización y las tendencias digitales. Esto puede alejarlos de sus raíces locales, ya que están más expuestos a lo que ocurre en otras partes del mundo que a lo que sucede en su propia ciudad. Por ello, es importante ofrecerles medios que les recuerden de dónde vienen, quiénes son y qué los hace únicos. El cómic puede ser un canal poderoso para transmitir estos valores y conectar a los jóvenes con su cultura local de una manera fresca y moderna.

1.3. El Cómic como Herramienta de Comunicación y Educación

En este proyecto, el cómic es más que solo un formato artístico. Es un vehículo para transmitir la riqueza cultural de Santa Marta. A través de las historias y los personajes de la revista **Ciudad de Trazos**, los jóvenes pueden aprender sobre su cultura mientras se divierten. Al mismo tiempo, el cómic permite que los jóvenes se vean reflejados en los personajes, conectando emocionalmente con las historias y sintiendo que forman parte de algo más grande.

1.4. Cultura Visual y Consumo Juvenil

Para los jóvenes de 18 a 25 años, que son nativos digitales, el cómic es un formato que encaja perfectamente con sus hábitos de consumo visual. Al ofrecerles una revista que habla de su cultura en un formato que ellos ya disfrutaban, como es el cómic, se puede captar su atención y motivarlos a

interesarse por su identidad cultural. En lugar de ver la cultura local como algo anticuado o irrelevante, el cómic les muestra que su historia puede ser moderna y relevante para su vida diaria.

2. METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de Design Thinking con Alianzas Estratégicas

Para desarrollar la revista **Ciudad de Trazos**, utilizamos un enfoque creativo centrado en las personas: el *Design Thinking*. El Design Thinking no solo se centra en las necesidades humanas, sino que también considera la sostenibilidad y el impacto a largo plazo de las soluciones (Vignoli et al., 2021). Esto podría aplicarse para desarrollar una revista que no solo satisfaga a los lectores, sino que también tenga un impacto positivo en la comunidad, nos permitió diseñar una revista que conecte de manera genuina con los jóvenes de Santa Marta. Sin embargo, además de crear un producto cultural atractivo, incluimos un elemento clave para garantizar su sostenibilidad: las alianzas estratégicas con microempresas locales. Estas pequeñas empresas apoyan financieramente el proyecto a cambio de publicidad dentro de la revista, lo que no solo les proporciona visibilidad, sino que también fortalece el vínculo entre la revista y la comunidad.

2.2. Empatizar: Conociendo a los Jóvenes y su Relación con la Cultura Local

Para entender qué mueve a los jóvenes de entre 18 y 25 años, comenzamos con la fase de empatía. Realizamos entrevistas y grupos focales para conocer de cerca cómo perciben su identidad cultural y cuán conectados se sienten con las raíces locales. Nos encontramos con un escenario común: muchos jóvenes se sienten algo alejados de la historia de su ciudad. Esto es, en parte, resultado de la gran influencia que la cultura global y digital tiene sobre ellos, sumado a la falta de representación fresca y moderna de lo que significa ser samario hoy en día.

Al mismo tiempo, nos acercamos a microempresas locales (desde restaurantes, hoteles, hasta pequeñas marcas de ropa) para entender cómo podrían ser parte de este proyecto. Descubrimos que, al igual que nosotros, muchas de estas empresas están interesadas en revivir e impulsar la cultura local, sobre todo si eso les permite llegar a una audiencia joven que aún no las conoce.

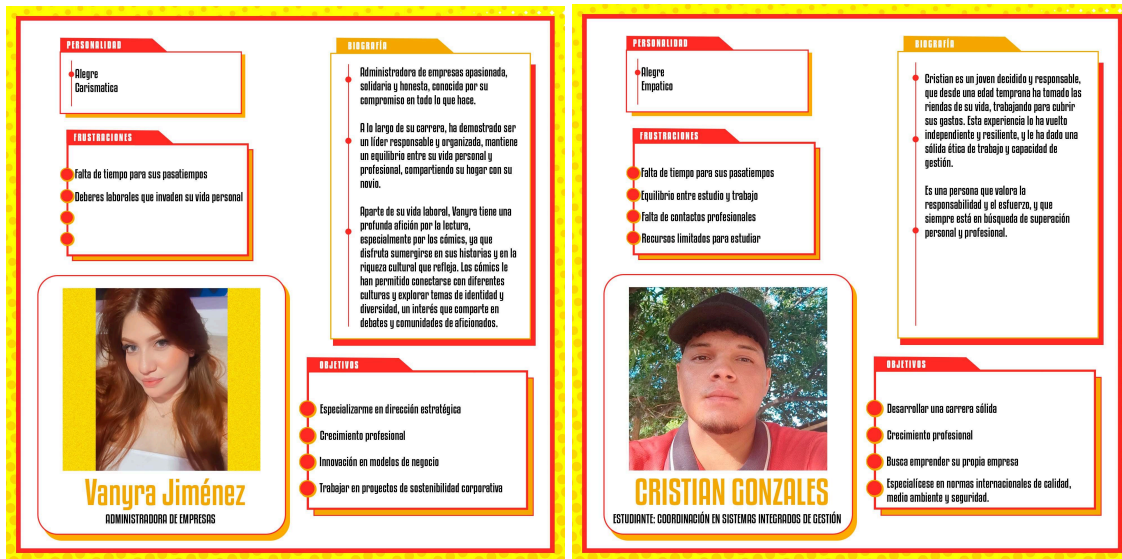


Imagen No. 1: Ficha persona de entrevistados. (2024).

2.3. Definir: El Desafío Central

Luego de escuchar las voces de los jóvenes y de las empresas, definimos el desafío que nos propusimos abordar: los jóvenes de Santa Marta no tienen un medio visual que les ayude a conectarse con su identidad cultural y surgir de manera atractiva y alineada con sus intereses actuales. Además, el financiamiento era clave para que la revista fuera sostenible a largo plazo. Fue en este punto cuando las alianzas con microempresas se volvieron un componente esencial de la solución.

YOUNG COMICS Benchmarking.						
Aspecto	WEB TOON	Shueisha	Shueisha	Shueisha	PANINI COMICS	Planeta Cómico
Audiencia	Global, especialmente popular en Asia y Norteamérica	Global, fuerte en EE.UU y Europa	Principalmente en Japón e Hispanoamérica	Global, con gran presencia en Japón	Principalmente en Europa, América Latina y México	Principalmente España y América Latina
Tipo de contenido	Webcomics, novelas gráficas, series episódicas en formato vertical	Webcomics, novelas gráficas, y novelas ligeras	Manga independiente de estilo japonés	Manga tradicional japonés serializado en papel y digital	Manga japonés impreso	Manga japonés, europeo, y adaptaciones de novelas y sagas populares
Formato	Digital (app y web), estilo vertical para dispositivos móviles	Digital (app y web), estilo vertical y horizontal	Digital (web y app), formato vertical	Principalmente impreso, con una app para Shonen Jump+	Impreso, distribución en tiendas y online	Impreso, también disponible en formato digital
Modelo de negocio	Gratuito con opciones de pago para contenido premium	Gratuito con micropagos para episodios adicionales	Gratuito para los lectores, monetización para los creadores	Suscripción mensual en Japón y venta en tiendas	Venta de tomos impresos, ocasionalmente incluye ediciones limitadas	Venta de tomos impresos y ediciones especiales
Interacción con usuarios	Altamente interactivo, con foros, comentarios, y votaciones	Altamente interactivo, con comentarios, likes y mensajes privados	Interacción limitada, comentarios en algunos capítulos	Baja interacción, centrada en la calidad de contenido	Baja interacción con usuarios	Baja interacción con usuarios
Soporte a creadores	Ofrece programa de recompensas y concursos; alto enfoque en creadores independientes	Programa de recompensas y monetización para creadores	Soporte limitado, basado en concursos y oportunidades con Shueisha	Solo para creadores profesionales seleccionados	No ofrece soporte directo a creadores independientes	Publica obras de creadores seleccionados
Popularidad	Muy alta, pionera en webcomics a nivel mundial	Alta, con crecimiento en Europa y EE.UU	Media, en expansión con la popularidad del manga	Muy alta, referencia en el mercado de manga a nivel mundial	Alta, consolidada en el mercado de manga	Alta en España y América Latina, líder en la distribución de manga

Imagen No. 3: CUSTOMER JOURNEY (CIUDAD DE TRAZOS).

2.4. Idear: El Nacimiento de la Revista Ciudad de Trazos y las Alianzas Estratégicas

Con este desafío en mente, nació la idea de **Ciudad de Trazos**: una revista de cómics que retrata la cultura samaria de una forma visual, moderna y atractiva. La revista destaca la historia, los personajes emblemáticos, los paisajes y la diversidad de la ciudad. Pero lo que le da un valor agregado es la participación de los jóvenes. A través de nuestro concurso de cómics PERLA500, los invitamos a que cuenten sus propias historias, haciendo que ellos mismos se conviertan en protagonistas de la cultura local. Gracias a una alianza estratégica con el docente de la asignatura de Diseño de Historietas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), el concurso PERLA500 contará con la valiosa participación de los estudiantes de esta clase. Esta colaboración permitirá:

- Fomentar la creatividad y el talento de los jóvenes artistas y escritores.

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

- Proporcionar una oportunidad única para que los estudiantes expongan sus obras y reciban reconocimiento.
- Enriquecer el concurso con la visión fresca e innovadora de la nueva generación de creadores.

El concurso PERLA500 se convierte así en un punto de encuentro para la inspiración, la imaginación y la expresión artística, donde los jóvenes pueden compartir sus ideas y talentos con la comunidad.

Al mismo tiempo, trabajamos en una estrategia de alianzas con microempresas. Estas pequeñas empresas pueden anunciarse en la revista mediante publicidad creativa que se integra armoniosamente al diseño gráfico. De esta manera, no solo apoyan financieramente el proyecto, sino que también se benefician al posicionar sus marcas ante un público joven, curioso y local. La clave fue hacer que estos anuncios no parecieran forzados, sino que fluyeran dentro del contenido artístico, respetando la estética de la revista.



Imagen No. 3: *Imágenes de los momentos de acompañamiento a los chicos para la elaboración de los comics. (2024).*

Sumado a esto el Festival Independiente de Cómic Colombiano (**FICO**) se ha sumado a nuestro equipo de aliados estratégicos con el objetivo de

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

amplificar la difusión del concurso **PERLA500**. Gracias a su experiencia y presencia en redes sociales, FICO se encarga de promover activamente el concurso a través de sus plataformas digitales, alcanzando un público más amplio y diversificado. Esta colaboración ha sido esencial para aumentar la visibilidad del proyecto, permitiendo que más personas se involucren y participen en esta iniciativa cultural.

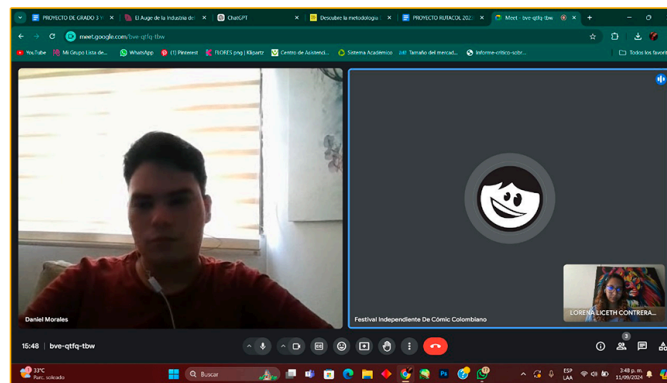


Imagen No. 4: Evidencia de alianza con la FICO (vista desde ordenador y celular). Elaboración propia (2024).

2.5. Prototipar: Primeros Bocetos del Proyecto

Con las ideas claras, llegó el momento de convertirlas en algo tangible. Se prototipo el primer número de la revista, diseñando desde los personajes

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

hasta la estructura visual y el estilo artístico. Queríamos asegurarnos de que fuera visualmente impactante para los jóvenes, así que utilizamos colores vivos y personajes con los que pudieran identificarse. Además, para adaptar la revista a los hábitos de consumo actuales, se pensó tanto en un formato impreso como digital.

Simultáneamente, desarrollamos los primeros anuncios de las microempresas locales, integrándolos de manera creativa en las páginas de la revista. Imagina que en medio de una historia sobre un personaje que explora Santa Marta, aparece una ilustración de un restaurante local o una marca de ropa. Esto no solo hace que la publicidad sea visualmente atractiva, sino que también refuerza el sentido de comunidad.



Imagen No. 5: Mockup revista Ciudad de Trazos. Elaboración propia (2024).



Imagen No. 6: Propuesta publicidades para las alianzas con microempresas. Elaboración propia (2024).

2.6. Testar: Revisión y Ajustes Basados en la Retroalimentación

La validación del prototipo fue una etapa emocionante. Presentamos los primeros bocetos a grupos de jóvenes para recibir su opinión sobre el diseño, las historias y la inclusión de los anuncios. La respuesta fue positiva: el estilo visual les encantó, las historias les parecieron relevantes, y lo mejor de todo, no vieron la publicidad como algo invasivo. Esto fue fundamental, ya que queríamos que la revista mantuviera su fluidez y atractivo visual sin que los anuncios interrumpieran la experiencia de lectura.

También escuchamos sugerencias sobre cómo mejorar el proyecto. Por ejemplo, algunos jóvenes mencionaron la importancia de incorporar más interactividad digital, como quizzes o secciones participativas. Esto no solo enriquecería la experiencia del lector, sino que también abriría nuevas oportunidades para las empresas patrocinadoras.

2.7. Alianzas Estratégicas: Un Ganar-Ganar para Todos

Uno de los pilares fundamentales de **Ciudad de Trazos** es la colaboración con microempresas locales. Estas alianzas estratégicas no solo aseguran el

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

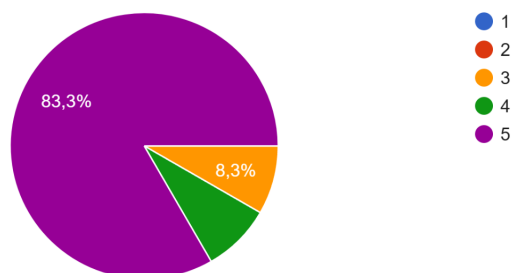
financiamiento del proyecto, sino que también fortalecen la relación entre la comunidad empresarial y los jóvenes. Al integrar sus anuncios de manera creativa en la revista, estas empresas logran visibilidad de una forma auténtica y alineada con el contenido cultural. Existen diversos factores que determinan que una alianza estratégica prospere o fracase, que van desde la compatibilidad de las compañías y el diseño de la colaboración hasta el establecimiento de unas condiciones económicas favorables (Ariño, Á.,2008).

Al hacer que la publicidad sea parte del relato, los anuncios no se sienten intrusivos, sino que enriquecen el contenido cultural y visual. Esta relación de beneficio mutuo asegura que tanto la revista como las microempresas prosperen. Los jóvenes se sienten conectados con su cultura, las empresas locales ganan exposición, y el proyecto se sostiene financieramente.

RESULTADOS

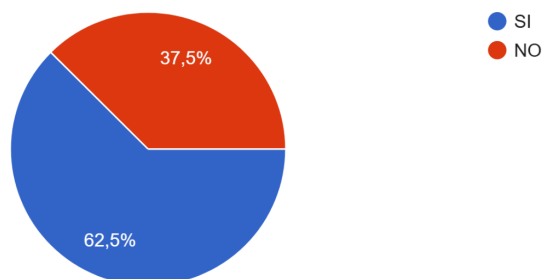
¿Cuán importante crees que es promover la identidad cultural samaria entre los jóvenes?

24 respuestas



¿Te gustaría participar en la creación de contenido para la revista?

24 respuestas

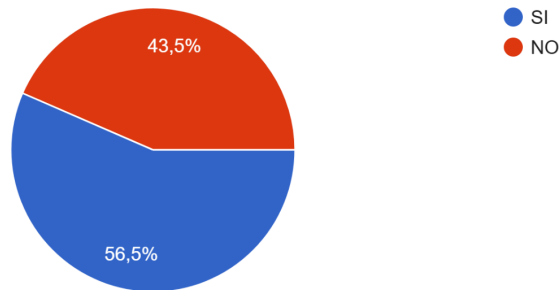


Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

¿Estaría dispuesto a apoyar financieramente una revista juvenil que promueva la identidad cultural samaria?

23 respuestas



¿Qué tipo de colaboración te gustaría tener con la revista?

24 respuestas

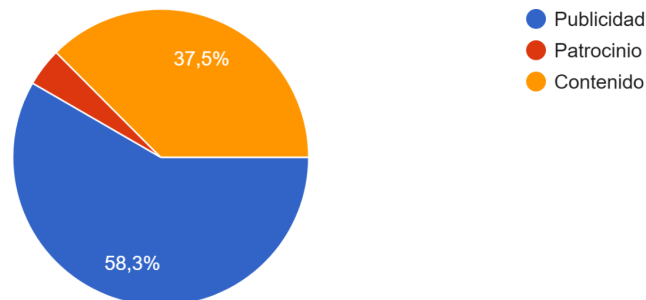


Imagen No. 7: Imágenes de los resultados de las entrevistas. (2024).

CONCLUSIONES

A lo largo del proyecto, nos propusimos entender qué sienten y necesitan los jóvenes samarios, logramos profundizar en sus percepciones y descubrir que muchos sienten una desconexión con sus raíces. Gracias a esta investigación, pudimos diseñar una propuesta que realmente habla de ellos y para ellos.

Con **Ciudad de Trazos**, queríamos ir más allá de una revista convencional. Trabajamos para crear algo visualmente atractivo y, a la vez, accesible, algo que refleje de forma honesta y creativa los elementos que hacen única a Santa Marta. Creemos que esta revista ha ayudado a que los jóvenes vean Santa Marta, sino que se apropien de quienes son y que el talento está más

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

cerca de lo que creen, lo cual abre puertas para futuras ediciones que mantengan viva esa conexión cultural.

El concurso **PERLA500** fue una propuesta para que los jóvenes se involucraran de forma activa en la creación de contenido. La respuesta que tuvimos demuestra que, cuando les damos el espacio y la oportunidad, ellos están más que dispuestos a expresarse y aportar su visión su ciudad. Nos enorgullece ver cómo estos jóvenes no sólo participan, sino que disfrutaron el proceso de ser creadores, una experiencia que sin duda marca una diferencia. Uno de nuestros grandes objetivos era ayudar a los jóvenes a sentir orgullo por su cultura y sus raíces, ya a través de la revista y el concurso, creemos que lo hemos logrado.

Desde el principio, supimos que para que este proyecto fuera sostenible, necesitábamos el apoyo de instituciones educativas y microempresas locales. Estas alianzas han sido cruciales, no solo porque aportaron los recursos necesarios, sino también porque lograron conectar diferentes sectores de la comunidad en torno a un objetivo común. Esta colaboración entre todos nos asegura que **Ciudad de Trazos y PERLA500** tengan un alcance más amplio y un impacto duradero.

Ciudad de Trazos tiene mucho potencial para crecer y seguir generando impacto. Nos entusiasma la idea de crear ediciones temáticas que exploren diferentes facetas de la cultura samaria y de organizar nuevos concursos que inviten a más jóvenes a participar. A futuro, planeamos extender las alianzas a otros sectores y quizás a otras ciudades, lo que enriquecería aún más los contenidos y permitiría que el proyecto llegue a más personas. También soñamos con que **Ciudad de Trazos** se convierta en un espacio digital interactivo donde los jóvenes puedan compartir sus creaciones y conectarse con otros jóvenes, no solo en Santa Marta, sino en todo el país.

REFERENCIAS

Agredo Vásquez, LM, González González, SJ, Pérez Barrantes, CR, & Zúñiga Coral, AG (2017). El cómic como estrategia para el reconocimiento de la leyenda como manifestación del patrimonio inmaterial en Colombia. Recuperado de <https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2843/Documento%20-%20Comic%20Timorem.pdf?sequence=1>

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

Alonso Correa, C., Moscoso Mahecha, T., Ruiz Tabares, SA, & Salazar Osorio, N. (2018). El cómic como herramienta que contribuye a la recuperación del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Bogotá. Recuperado de <https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2840/DocumentoFinalComicFinalito1.pdf?sequence=1>

Amaya, AL El cómic como medio para explorar la ciudad de Bogotá (Tesis de maestría). Recuperado de <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/31968>

Angolotti, C. (1990). Cómics, títulos y teatro de sombras: tres formas plásticas de contar historias (Vol. 3). Ediciones de la Torre. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Obu4480c3icC&oi=fnd&pg=PA165&dq=COMICS+patrimonio+culturales&ots=mGDth5aubF&sig=8uZC-aNIACqPamzR8oA5_kvqMGI

Ariño, Á. (Dakota del Norte). Las imprescindibles alianzas estratégicas. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, (Vol.54, pp. 54-56).

Asprilla Soto, T., Hechenique Prada, S., Nott Montalvo, MC y Parra de la Rosa, D. (2015). El Libro Mágico de Yuli y Tito: La apropiación social del patrimonio cultural y la historia, con enfoque social, en Cartagena de indias. Recuperado de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/3356>

Borrás Gualis, GM (2012). Historia del arte y patrimonio cultural: una revisión crítica. Recuperado de <https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=4222314&publisher=FZ0510>

Colín, MTAL, Serrano, CGF y Carmona, GG (2023). La interpretación de leyendas mazahuas desde el diseño y su representación gráfica a través del cómic. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (205). Recuperado de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/9791>

Echeverría, APJ, & Reina, LAL El cómic desde las narrativas transmedia, como herramienta de fortalecimiento de la identidad cultural e histórica en el municipio de Villa del Rosario. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/481526182.pdf>

Federici, S. y Reggiani, AM (2005). Comics Interculturales: Las historietas como expresión del mundo africano. *Portularia*, (2), 77-88. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1610/161017277007.pdf>

Ferrín, SAC Diseño de estrategias para la resignificación del Patrimonio Cultural ecuatoriano. Recuperado de <https://repositorio.puce.edu.ec/bitstreams/9197c495-0d77-4675-9589-8022491e7b06/download>

García-Donaire, MDC (2019). La viñeta en el aula: el cómic como recurso didáctico para la materia Historia del Arte. Recuperado de <https://crea.ujaen.es/handle/10953.1/11686> }

Hernández Zamora, G. (2023). Entender el cómic. El arte invisible. *Perfiles educativos* , 45(179), 194-199. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982023000100194&script=sci_arttext

Jabbour, F. y Renner, SS (2011). Consolida y Aconitella son un clado anual de Delphinium (Ranunculaceae) que se diversificó en la cuenca mediterránea y la región Irano-Turaniana. *TAXÓN* , 60(4), 1029–1040. <https://doi.org/10.1002/tax.604007>

Jaramillo Echeverría, AP y Reina Lagos, LA (2021). El cómic desde las narrativas transmedia, como herramienta de fortalecimiento de la identidad cultural e histórica en el municipio de Villa del Rosario. Recuperado [de http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/20183](http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/20183)

Jiménez Arriagada, V., Bañales-Faz, G., & Lobos-Sepúlveda, MT (2020). Investigaciones del cómic en el área de la didáctica de la lengua y la literatura en Hispanoamérica. *Revista mexicana de investigación educativa* , 25(85), 375-393. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662020000200375&script=sci_arttext

Lara Pérez, T. (2023). Aproximación a la relación entre lengua y cultura en los cómics de Astérix. Recuperado [de https://uvadoc.uva.es/handle/10324/67766](https://uvadoc.uva.es/handle/10324/67766)

López, JLO (2015). El cómic online como recurso didáctico en el aula. Webs y aplicaciones para móviles. *Huarte de San Juan. Filología y didáctica de la Lengua* , (15), 105-127. Recuperado [de http://revista-hsj-filologia.unavarra.es/article/view/3102](http://revista-hsj-filologia.unavarra.es/article/view/3102)

Mateos Rusillo, SM (2013). Museos y Marketing de Contenidos. Hacia un nuevo modelo de generación de contenidos culturales. Recuperado [de http://dspace.uvic.cat/handle/10854/2441](http://dspace.uvic.cat/handle/10854/2441)

Miravalles, L. (1999). La utilización del cómic en la enseñanza. *Comunicar* , (13). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801327.pdf>

Lorena Liceth Contreras Rosado, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electronico(lorena.contreras@cun.edu.co)

Daniel David Morales Barrios, estudiante de 9no semestre, programa Diseño Grafico, Corporación Nacional Unificada de Educacion Superior (CUN), correo electrónico (daniel.moralesb@cun.edu.co)

Morales, PC (2020). El cómic al aula: una didáctica narrativa. *Educación y ciudad* , (38), 125-134. Recuperado [de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7673508](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7673508)

Moreno, Á. Diputado (2021). Aproximaciones a la investigación sectorial del cómic. *Tebeosfera: Cultura Gráfica* , 18. Recuperado [de https://producciocientifica.uv.es/documentos/62b1465d8581f90f944ecc79](https://producciocientifica.uv.es/documentos/62b1465d8581f90f944ecc79)

Peláez Chamorro, VI (2024). Una reflexión sobre el diseño y creación de un cómic para dar a conocer las historias olvidadas de Colombia y promover la preservación de la cultura antigua de la costa Caribe. Recuperado de <https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/5732>

Posada Valencia, GL y Salazar Alfonso, PA (2016). Diseño y creación de negocio para la venta de Comics y Manga (Tesis de licenciatura, Universidad Piloto de Colombia). Recuperado de <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/4225>

Salinas, MA (2022). El cómic como herramienta para la enseñanza y la transmisión del patrimonio. Recuperado [de https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/217508](https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/217508)

Sánchez, EMS y Cifuentes, P. (2021). Entrevista a Pedro Cifuentes: «La innovación pasa por cambiar la mirada, enseñar a ser creativos mediante el uso de cómics, narrativa gráfica e imaginación». *Aularía: Revista Digital de Comunicación* , 10(1), 65-70. Recuperado de <http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=7586343>

Velasco, A. F. M., Ruiz, J. I. T., & Zuluaga, J. L. (2021). Storytelling y animación digital: usando cortos animados para la divulgación histórica y patrimonio cultural de la ciudad de Popayán. *Revista Sennova: Revista del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación*. <http://revistas.sena.edu.co/index.php/sennova/article/view/4255>

Zeiter, K. C., & Müller, C. representaciones de la historia en el cómic latinoamericano actual.

<https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=5034044&publisher=FZZ413>