

Diseño de una revista en conmemoración de los 500 años de Santa Marta para el Museo del Oro Tairona dirigido a personas de entre 20 a 35 años.

Design of a magazine on the occasion of the 500 years of Santa Marta for the Museo del Oro Tairona focused on people between 20 and 35 years old.

***Sergio Avendaño¹, Kevin Gutierrez², Carolyn Mármol³.**

¹ Sergio Manuel Avendaño Avendaño, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, sergio.avendano@cun.edu.co.

² Kevin Gutierrez Vergara, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, kevin.gutierrez@cun.edu.co

³ Carolyn Lizeth Mármol Santiago, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, carolyn.marmol@cun.edu.co

Resumen

El Museo del Oro Tairona enfrenta dificultades para atraer visitantes a pesar del interés existente en su oferta cultural e histórica. Esto se debe a una promoción ineficaz en medios digitales y tradicionales, y a la falta de actividades dinámicas que involucren a diferentes públicos. El presente artículo, tiene como objetivo principal analizar los factores debido a los cuales, las personas de entre 20 y 35 años de edad de la ciudad de Santa Marta no se encuentran interesados en asistir al Museo del Oro Tayrona. La metodología que desarrollamos en esta investigación fue: Descriptiva del enfoque mixto a través de la implementación de encuestas y el uso de herramientas propias del diseño centrado en los usuarios (DCU) para conocer las preferencias de los consumidores. Como respuesta a lo anterior, buscamos proponer un diseño de una revista interactiva “Edición especial” en el marco de los 500 años de la ciudad de Santa Marta que busque atraer al público antes mencionado.

Palabras clave: Diseño gráfico, Editorial, Museos, Redes sociales, Revista interactiva, Santa Marta.

Abstract

The Tairona Gold Museum faces difficulties in attracting visitors despite the existing interest in its cultural and historical offerings. This is due to ineffective promotion in digital and traditional media, and the lack of dynamic activities that involve different audiences. The main objective of this article is to analyze the factors due to which people between 20 and 35 years of age in the city of Santa Marta are not interested in attending the Tayrona Gold Museum. The methodology we developed in this research was: Descriptive of the mixed approach through the implementation of surveys and the use of user-centered design (UCD) tools to know the preferences of consumers. In response to the above, we seek to propose

a design of an interactive magazine “Special Edition” in the framework of the 500 years of the city of Santa Marta that seeks to attract the aforementioned public.

Keywords: Editorial, Graphic design, Interactive magazine, Museums, Santa Marta, Social networks.

Introducción

En orden de establecer la importancia de nuestra investigación, comenzaremos presentando la pregunta que nos planteamos: ¿Cómo mejorar la percepción de las personas residentes de entre 20 y 35 años con respecto al museo del oro Tairona a través del desarrollo una revista interactiva edición especial en el marco de los 500 años de la ciudad de Santa Marta? .

Partiendo de lo anterior, la idea de esta investigación, además de la creación de una revista interactiva y de incitar las visitas al Museo del Oro, es celebrar la ciudad de Santa Marta por sus 500 años y aprovechar esta efeméride que de seguro fungirá como un atractivo turístico; como una excusa para atraer la atención sobre un patrimonio cultural invaluable.

Para ello usaremos la metodología descriptiva del enfoque mixto a través de la implementación de encuestas y el uso de herramientas propias del diseño centrado en los usuarios (DCU) con la finalidad de crear toda una experiencia focalizada en adaptar los hábitos “digitales” (QR, colorimetría y estilo de diseño) de dicho target a la revista Interactiva.

Los objetivos que se plantearon para ello fueron:

- Analizar los factores que influyen en la decisión de las personas de entre 20 y 35 años, de no visitar el Museo del Oro Tairona.
- Identificar las preferencias a nivel visual, digital y hábitos de consumo de nuestro público objetivo.

- Desarrollar una revista interactiva para el Museo del Oro que destaque los 500 años de la Ciudad de Santa Marta.

Para lograr estos objetivos, realizaremos una investigación que combinará tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Se utilizarán encuestas, a través de las cuales haremos análisis de colorimetría y preferencias de diseño para obtener información sobre las preferencias de las personas de entre 20 y 35 años de edad de la ciudad de Santa Marta. Con estos datos, crearemos una revista interactiva que muestre la belleza del Museo unido a los 500 años de Santa Marta. Esta, posteriormente será evaluada mediante el análisis de métricas y retroalimentación.

Además, se analizarán conceptos como experiencia de usuario, diseño, diagramación y fotografía, teniendo en cuenta las características del público y su relación con la cultura y el patrimonio. Los resultados de esta investigación ofrecerán sugerencias para museos y organizaciones culturales que quieran conectar con las nuevas generaciones.

Fundamento teórico

1. Santa Marta y sus 500 años

Santa Marta, situada en el norte de Colombia, es la ciudad más antigua del país, con una larga y significativa historia (Kellett, 1997). Fundada en 1525, se acerca a su aniversario número 500. Como capital regional del departamento de Magdalena, Santa Marta (a la fecha de desarrollada esta investigación) posee una población urbana cercana a 555.030 habitantes. A pesar de su importancia histórica, la ciudad se ha enfrentado a retos a la hora de competir con ciudades costeras vecinas como Cartagena y Barranquilla, lo que se ha traducido en menores niveles de actividad industrial y comercial (Kellett, 1997).

Geográficamente hablando, Santa Marta está situada cerca de la Sierra Nevada de Santa Marta, que con 5.775 metros es la montaña costera más alta del mundo

(Gradstein et al., 2016). Este singular accidente geográfico contribuye a la biodiversidad de la región, en la que se han descubierto numerosas especies endémicas de plantas y animales (Llorente-Bousquets & Crom, 2013; Ramírez-Roncallo et al., 2020; Wurdack, 1976).

Para estos 500 años, la ciudad estará conmemorando su fecha de fundación y tendrá muchísimos eventos distribuidos en zonas específicas que buscarán atraer turistas nacionales e internacionales, logrando así, ser una “parada obligatoria”. Esto es precisamente lo que queremos aprovechar, atraer la atención de todo este sector turístico a través de nuestra revista, para que se animen a explorar el Museo del oro Tairona.

2. Diseño gráfico editorial y la comunicación interactiva

El diseño editorial será nuestra vía para poder desarrollar nuestra revista edición especial, es por ello, que nos basamos en los conceptos mencionados por (Caldwell, C., & Zappaterra, 2016), sobre el diseño de publicaciones de carácter periódico como lo son las revistas, en donde se establece, que dichas publicaciones según su intención, pueden estar provistas de información atrayente, personalidad y emociones. Estas tres en conjunto, deben lograr un contenido entretenido, útil e informativo.

Por otra parte, queremos hacer hincapié en que las personas ahora consumen periódicos y revistas de manera digital, dichas publicaciones se conocen como “Cibermedios” y estos se aproximan a los medios audiovisuales con incorporación de elementos como QR, flipbooks provistos de botones y/o vídeos linkeados y demás, La idea de ellos, es que los usuarios puedan jugar un papel activo, en el que no solo lean, si no, que también puedan experimentar otras formas de información, todo esto, con la finalidad de que se mantengan dentro del cibermedio la mayor cantidad de tiempo posible, (Cebrián Herreros, M. 2009)

3. Diseño Centrado en el Usuario (DCU)

Haremos uso del diseño centrado en el usuario, debido a que es fundamental crear productos que los usuarios realmente disfruten, usen y que suplan su necesidad.

El DCU representa una alternativa a los **sistemas más tradicionales de diseño** dirigidos por las funcionalidades o la tecnología, llevados a cabo por expertos que se basan en sus conocimientos, en los que las necesidades de los usuarios finales están en un segundo plano, y que generalmente resultan en productos difíciles de entender y/o manejar por parte de sus usuarios finales; todo ello es especialmente aplicable al desarrollo de aplicaciones software Sánchez, J. (2011).

Con el uso de esta metodología, adaptaremos la revista a las necesidades y preferencias de los usuarios, para ello, realizaremos encuestas de carácter mixto para mejorar usabilidad y experiencia del usuario.

4. Teoría de la Participación y el Compromiso Cultural

El modelo de participación cultural, defendido por autores como Pierre Bourdieu, sostiene que la interacción con la cultura debe ser inclusiva y accesible. La revista interactiva busca permitir el acceso a la cultura al ofrecer un medio que se adapte a los hábitos y preferencias de consumo de los jóvenes, potenciando su involucramiento y conexión emocional con el patrimonio cultural local.

Metodología

El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es una metodología utilizada en el diseño de productos, servicios y sistemas digitales que pone al usuario final en el centro del proceso de diseño. El objetivo principal del DCU es asegurarse de que los productos y servicios sean útiles, usables y satisfactorios para los usuarios. En ese orden de ideas, estaremos desarrollando dicho sistema mediante sus fases las cuales son: Analizar, Conceptualizar, Prototipar y testear o evaluar.

I. Fase analizar

Encuestas

Se realizaron encuestas a personas que se encuentran en el rango de edad especificado anteriormente, con la finalidad de entender su percepción acerca del museo y su análisis con respecto a la identidad de dicha marca. Estas fueron las preguntas:

1. ¿Trabajas o estudias?
2. ¿En qué rango de edad te encuentras?
3. ¿Has asistido alguna vez al Museo del Oro Tairona?
4. Si el Museo del oro Tayrona tuviera eventos en conmemoración de los 500 años de la ciudad de Santa Marta ¿Asistirías a sus instalaciones?
5. ¿Te gustaría leer una revista online sobre las maravillas de Santa Marta y sus 500 años?
6. Del 1 al 5 (Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta esta colorimetría para la revista?
7. Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta la unión de estas dos tipografías? (Brolimo para numeración y títulos y SF Pro Text para cuerpos)

Lo que mostraremos a continuación son todas las gráficas, imágenes y respuestas de las encuestas para poder establecer nuestras conclusiones a partir de ellas.

¿Trabajas o estudias?

66 respuestas

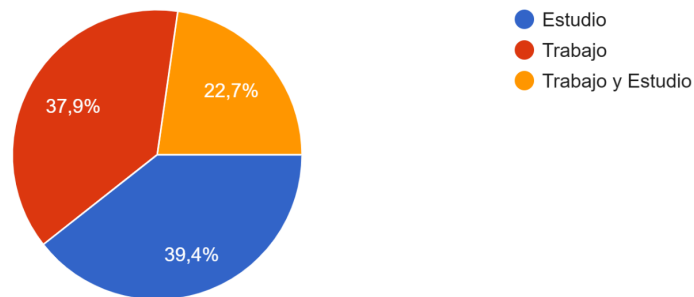


Tabla 1 ¿Estudias o trabajas?, encuesta. Elaboración Propia (2024)

¿En que rango de edad te encuentras?

66 respuestas

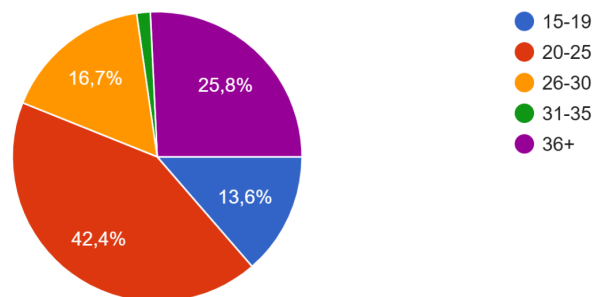


Tabla 2 ¿En qué rango de edad te encuentras?, encuesta. Elaboración Propia (2024)

¿Has asistido alguna vez al Museo del Oro Tairona?

66 respuestas

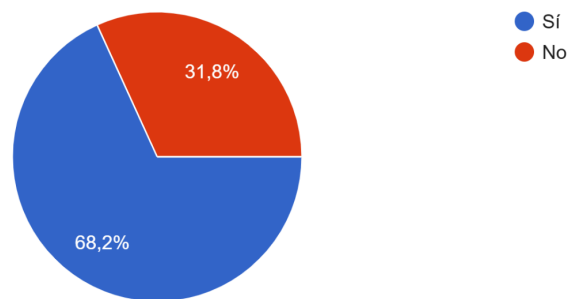


Tabla 3 ¿Has asistido alguna vez al Museo del Oro Tairona?, encuesta. Elaboración Propia (2024)

Si el Museo del Oro tairona tuviera eventos en conmemoración de los 500 años de Santa Marta, ¿Asistirías a sus instalaciones?

66 respuestas

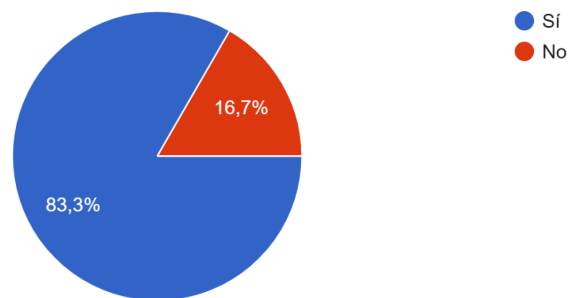


Tabla 4 Si el Museo del Oro Tayrona tuviera eventos en conmemoración de los 500 años de la ciudad de Santa Marta, ¿Asistirías a sus instalaciones?, encuesta. Elaboración Propia (2024)

¿Te gustaría leer una revista online sobre las maravillas de Santa Marta y sus 500 años?

66 respuestas

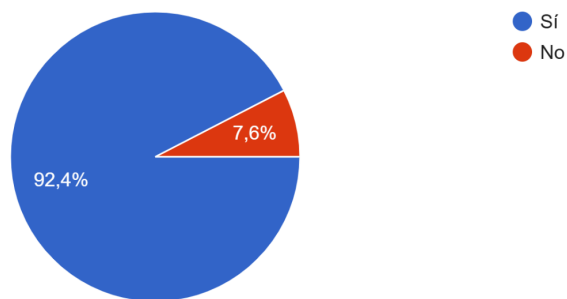


Tabla 5 ¿Te gustaría leer una revista online sobre las maravillas de Santa Marta y sus 500 años?, encuesta. Elaboración Propia (2024)



Figura 1 Colorimetría que acompaña a la pregunta 6 de la encuesta. Elaboración Propia (2024)

Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta esta colorimetría para la revista?

66 respuestas

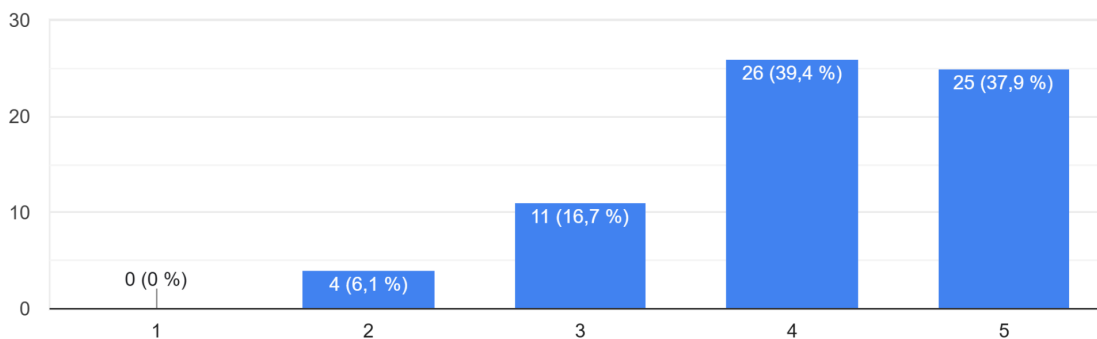


Tabla 6 Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta esta colorimetría para la revista?, encuesta. Elaboración Propia (2024)



Figura 2 Tipografías para la revista, acompaña a la pregunta 7 de la encuesta. Elaboración Propia (2024)

Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta la unión de estas dos tipografías?
(Brolimo para enumeración y títulos y SF Pro Text para cuerpos)

66 respuestas

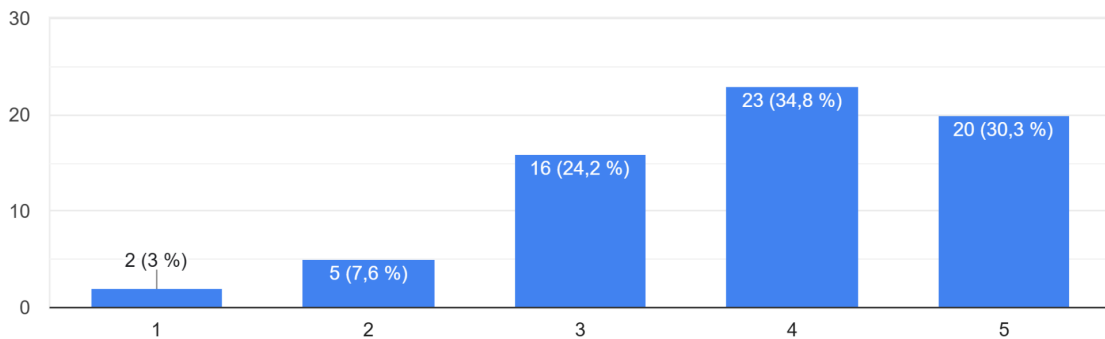


Tabla 7 Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta la unión de estas dos tipografías? (Brolimo para numeración y títulos y SF Pro Text para cuerpos), encuesta. Elaboración Propia (2024)

Diseño de una revista en conmemoración de los 500 años de Santa Marta para el Museo del Oro Tairona dirigido a personas de entre 20 a 35 años.

Design of a magazine on the occasion of the 500 years of Santa Marta for the Museo del Oro Tairona focused on people between 20 and 35 years old.

***Sergio Avendaño⁴, Kevin Gutierrez⁵, Carolyn Mármol⁶.**

Resumen

El Museo del Oro Tairona enfrenta dificultades para atraer visitantes a pesar del interés existente en su oferta cultural e histórica. Esto se debe a una promoción ineficaz en medios digitales y tradicionales, y a la falta de actividades dinámicas que involucren a diferentes públicos. El presente artículo, tiene como objetivo principal analizar los factores debido a los cuales, las personas de entre 20 y 35 años de edad de la ciudad de Santa Marta no se encuentran interesados en asistir al Museo del Oro Tayrona. La metodología que desarrollamos en esta investigación fue: Descriptiva del enfoque mixto a través de la implementación de

⁴ Sergio Manuel Avendaño Avendaño, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, sergio.avendano@cun.edu.co.

⁵ Kevin Gutierrez Vergara, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, kevin.gutierrez@cun.edu.co

⁶ Carolyn Lizeth Mármol Santiago, Estudiante de 9 semestre, Corporacion Unificada Nacional de Educación Superior CUN, carolyn.marmol@cun.edu.co

encuestas y el uso de herramientas propias del diseño centrado en los usuarios (DCU) para conocer las preferencias de los consumidores. Como respuesta a lo anterior, buscamos proponer un diseño de una revista interactiva “Edición especial” en el marco de los 500 años de la ciudad de Santa Marta que busque atraer al público antes mencionado.

Palabras clave: Diseño gráfico, Editorial, Museos, Redes sociales, Revista interactiva, Santa Marta.

Abstract

The Tairona Gold Museum faces difficulties in attracting visitors despite the existing interest in its cultural and historical offerings. This is due to ineffective promotion in digital and traditional media, and the lack of dynamic activities that involve different audiences. The main objective of this article is to analyze the factors due to which people between 20 and 35 years of age in the city of Santa Marta are not interested in attending the Tayrona Gold Museum. The methodology we developed in this research was: Descriptive of the mixed approach through the implementation of surveys and the use of user-centered design (UCD) tools to know the preferences of consumers. In response to the above, we seek to propose a design of an interactive magazine “Special Edition” in the framework of the 500 years of the city of Santa Marta that seeks to attract the aforementioned public.

Keywords: Editorial, Graphic design, Interactive magazine, Museums, Santa Marta, Social networks.

Introducción

En orden de establecer la importancia de nuestra investigación, comenzaremos presentando la pregunta que nos planteamos: ¿Cómo mejorar la percepción de las personas residentes de entre 20 y 35 años con respecto al museo del oro Tairona a través del desarrollo una revista interactiva edición especial en el marco de los 500 años de la ciudad de Santa Marta? .

Partiendo de lo anterior, la idea de esta investigación, además de la creación de una revista interactiva y de incitar las visitas al Museo del Oro, es celebrar la ciudad de Santa Marta por sus 500 años y aprovechar esta efeméride que de seguro fungirá como un atractivo turístico; como una excusa para atraer la atención sobre un patrimonio cultural invaluable.

Para ello usaremos la metodología descriptiva del enfoque mixto a través de la implementación de encuestas y el uso de herramientas propias del diseño centrado en los usuarios (DCU) con la finalidad de crear toda una experiencia focalizada en adaptar los hábitos “digitales” (QR, colorimetría y estilo de diseño) de dicho target a la revista Interactiva.

Los objetivos que se plantearon para ello fueron:

- Analizar los factores que influyen en la decisión de las personas de entre 20 y 35 años, de no visitar el Museo del Oro Tairona.
- Identificar las preferencias a nivel visual, digital y hábitos de consumo de nuestro público objetivo.
- Desarrollar una revista interactiva para el Museo del Oro que destaque los 500 años de la Ciudad de Santa Marta.

Para lograr estos objetivos, realizaremos una investigación que combinará tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Se utilizarán encuestas, a través de las cuales haremos análisis de colorimetría y preferencias de diseño para obtener información sobre las preferencias de las personas de entre 20 y 35 años de edad de la ciudad de Santa Marta. Con estos datos, crearemos una revista interactiva que muestre la belleza del Museo unido a los 500 años de Santa Marta. Esta, posteriormente será evaluada mediante el análisis de métricas y retroalimentación.

Además, se analizarán conceptos como experiencia de usuario, diseño, diagramación y fotografía, teniendo en cuenta las características del público y su relación con la cultura y el patrimonio. Los resultados de esta investigación ofrecerán sugerencias para museos y organizaciones culturales que quieran conectar con las nuevas generaciones.

Fundamento teórico

1. Santa Marta y sus 500 años

Santa Marta, situada en el norte de Colombia, es la ciudad más antigua del país, con una larga y significativa historia (Kellett, 1997). Fundada en 1525, se acerca a su aniversario número 500. Como capital regional del departamento de Magdalena, Santa Marta (a la fecha de desarrollada esta investigación) posee una población urbana cercana a 555.030 habitantes. A pesar de su importancia histórica, la ciudad se ha enfrentado a retos a la hora de competir con ciudades costeras vecinas como Cartagena y Barranquilla, lo que se ha traducido en menores niveles de actividad industrial y comercial (Kellett, 1997).

Geográficamente hablando, Santa Marta está situada cerca de la Sierra Nevada de Santa Marta, que con 5.775 metros es la montaña costera más alta del mundo (Gradstein et al., 2016). Este singular accidente geográfico contribuye a la biodiversidad de la región, en la que se han descubierto numerosas especies endémicas de plantas y animales (Llorente-Bousquets & Crom, 2013; Ramírez-Roncallo et al., 2020; Wurdack, 1976).

Para estos 500 años, la ciudad estará conmemorando su fecha de fundación y tendrá muchísimos eventos distribuidos en zonas específicas que buscarán atraer turistas nacionales e internacionales, logrando así, ser una “parada obligatoria”. Esto es precisamente lo que queremos aprovechar, atraer la atención de todo este sector turístico a través de nuestra revista, para que se animen a explorar el Museo del oro Tairona.

2. Diseño gráfico editorial y la comunicación interactiva

El diseño editorial será nuestra vía para poder desarrollar nuestra revista edición especial, es por ello, que nos basamos en los conceptos mencionados por (Caldwell, C., & Zappaterra, 2016), sobre el diseño de publicaciones de carácter periódico como lo son las revistas, en donde se establece, que dichas publicaciones según su intención, pueden estar provistas de información atrayente, personalidad y emociones. Estas tres en conjunto, deben lograr un contenido entretenido, útil e informativo.

Por otra parte, queremos hacer hincapié en que las personas ahora consumen periódicos y revistas de manera digital, dichas publicaciones se conocen como “Cibermedios” y estos se aproximan a los medios audiovisuales con incorporación de elementos como QR, flipbooks provistos de botones y/o vídeos linkeados y demás, La idea de ellos, es que los usuarios puedan jugar un papel activo, en el que no solo lean, si no, que también puedan experimentar otras formas de información, todo esto, con la finalidad de que se mantengan dentro del cibermedio la mayor cantidad de tiempo posible, (Cebrián Herreros, M. 2009)

3. Diseño Centrado en el Usuario (DCU)

Haremos uso del diseño centrado en el usuario, debido a que es fundamental crear productos que los usuarios realmente disfruten, usen y que suplan su necesidad.

El DCU representa una alternativa a los **sistemas más tradicionales de diseño** dirigidos por las funcionalidades o la tecnología, llevados a cabo por expertos que se basan en sus conocimientos, en los que las necesidades de los usuarios finales están en un segundo plano, y que generalmente resultan en productos difíciles de entender y/o manejar por parte de sus usuarios finales; todo ello es especialmente aplicable al desarrollo de aplicaciones software Sánchez, J. (2011).

Con el uso de esta metodología, adaptaremos la revista a las necesidades y preferencias de los usuarios, para ello, realizaremos encuestas de carácter mixto para mejorar usabilidad y experiencia del usuario.

4. Teoría de la Participación y el Compromiso Cultural

El modelo de participación cultural, defendido por autores como Pierre Bourdieu, sostiene que la interacción con la cultura debe ser inclusiva y accesible. La revista interactiva busca permitir el acceso a la cultura al ofrecer un medio que se adapte a los hábitos y preferencias de consumo de los jóvenes, potenciando su involucramiento y conexión emocional con el patrimonio cultural local.

Metodología

El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es una metodología utilizada en el diseño de productos, servicios y sistemas digitales que pone al usuario final en el centro del proceso de diseño. El objetivo principal del DCU es asegurarse de que los productos y servicios sean útiles, usables y satisfactorios para los usuarios. En ese orden de ideas, estaremos desarrollando dicho sistema mediante sus fases las cuales son: Analizar, Conceptualizar, Prototipar y testear o evaluar.

II. Fase analizar

Encuestas

Se realizaron encuestas a personas que se encuentran en el rango de edad especificado anteriormente, con la finalidad de entender su percepción acerca del museo y su análisis con respecto a la identidad de dicha marca. Estas fueron las preguntas:

8. ¿Trabajas o estudias?
9. ¿En qué rango de edad te encuentras?
10. ¿Has asistido alguna vez al Museo del Oro Tairona?

11. Si el Museo del oro Tayrona tuviera eventos en conmemoración de los 500 años de la ciudad de Santa Marta ¿Asistirías a sus instalaciones?
12. ¿Te gustaría leer una revista online sobre las maravillas de Santa Marta y sus 500 años?
13. Del 1 al 5 (Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta esta colorimetría para la revista?
14. Del 1 al 5 (siendo 1 el más bajo y 5 el más alto) ¿Cuánto te gusta la unión de estas dos tipografías? (Brolimo para numeración y títulos y SF Pro Text para cuerpos)

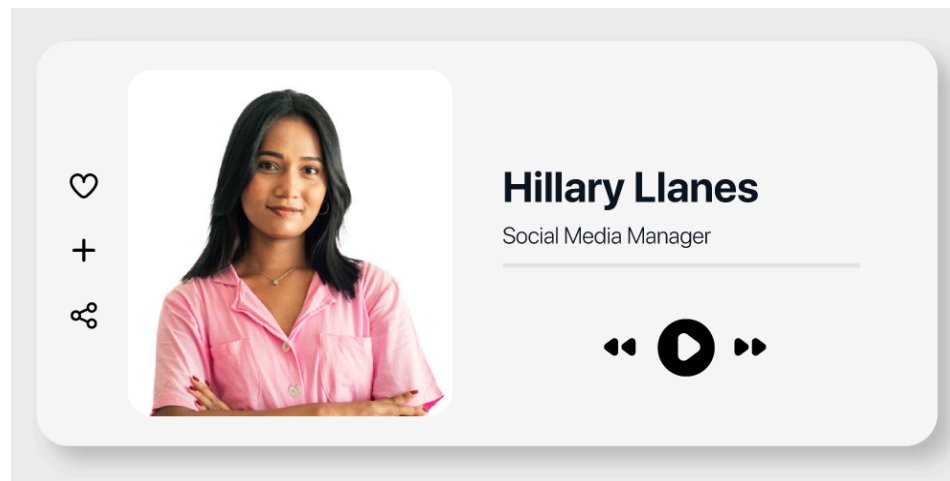


Figura 3. Entrevista a Hillary Llanes. Elaboración Propia (2024)

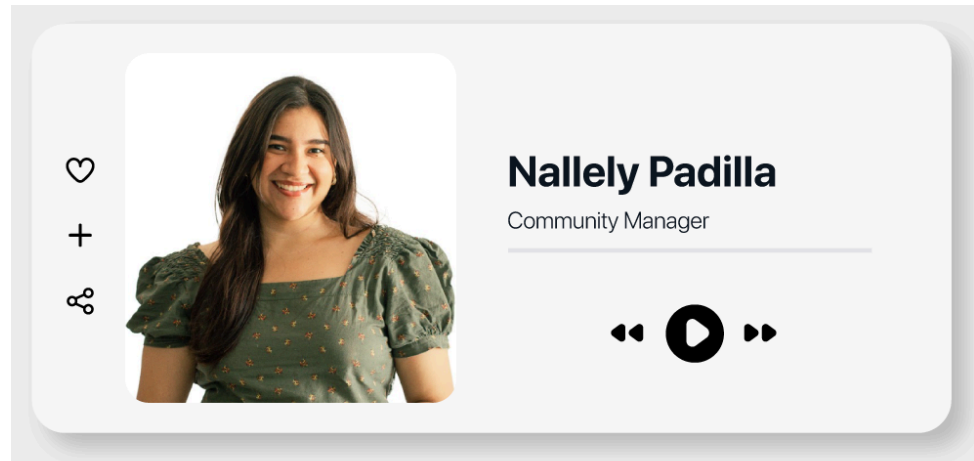


Figura 4. Entrevista a Nallely Padilla. Elaboración Propia (2024)

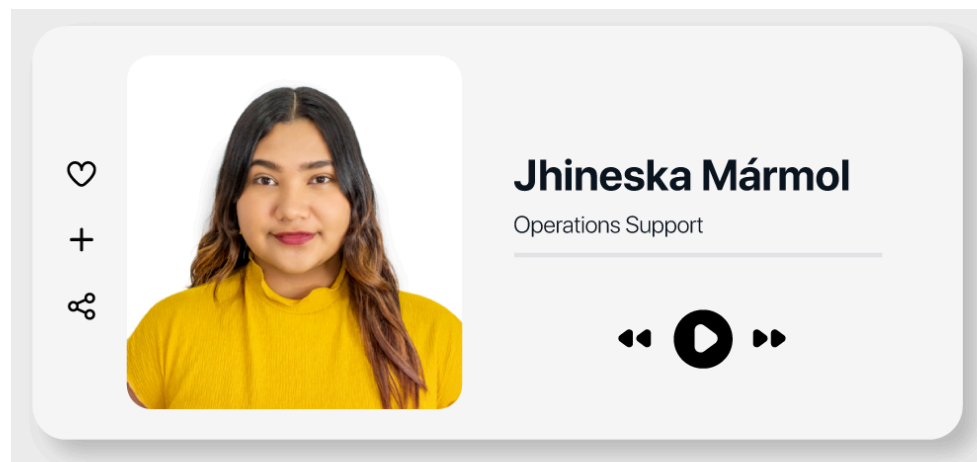


Figura 5. Entrevista a Jhineska Mármol. Elaboración Propia (2024)

Las entrevistas nos revelan que la gente joven sí muestra interés en visitar el Museo, viéndolo además como un lugar de referencia esencial para quienes vienen de otras regiones. Sin embargo, se enfrentan a dificultades para acceder a detalles específicos debido a la falta de información directa sobre el Museo del Oro Tairona.

Aunque existen canales a nivel nacional para el Museo del Oro, la información que ofrecen se encuentra altamente centralizada en las actividades y eventos de Bogotá. Esta centralización también afecta la página web, donde se encuentra

poca información relacionada con el museo de Santa Marta, predominando nuevamente actividades de Bogotá y sus alrededores.

Por otro lado, las entrevistadas coinciden en que los colores que mejor representan al Museo del Oro están en la gama de tonos tierra y dorados, colores clave para resaltar la identidad del museo. También mencionan que, además de la información básica, sería ideal contar con material interactivo y educativo sobre las exposiciones, además de opiniones de historiadores y expertos que contribuyan a la difusión de la Cultura Samaria.

III. Fase conceptualizar

Benchmarking

	Museo etnográfico de Gaira	Museo Bolivariano de Arte Contemporáneo	Claustro San Juan Nepomuceno	Museo del Oro Tairona
¿Tiene página web propia?	✗	✓	✗	✓
¿Tiene revista física?	✗	✗	✗	✗
¿Tiene revistas digitales o Ebooks?	✗	✗	✗	✗
¿Funciona actualmente?	✗	✓	✓	✓

Tabla 8. Benchmarking. Elaboración Propia (2024)

La tabla anterior se elaboró para comprender mejor el panorama cultural en Santa Marta. Consideramos que el desinterés hacia la cultura puede estar relacionado con la escasa cantidad de museos en la zona y la limitada visibilidad de los que existen. Un claro ejemplo es el Museo Etnográfico de Gaira, que muestra el peor desempeño en la tabla, ya que actualmente está en desuso.

En cambio, el Museo Bolivariano de Arte Contemporáneo se destaca por estar bien posicionado, operando dentro de la Quinta de San Pedro Alejandrino y manteniéndose actualizado en temas de difusión digital. Sus eventos se comunican eficazmente no sólo a través de redes sociales, sino también mediante su página web y un calendario anual. Cabe señalar que, aunque el Museo del Oro Tairona tiene presencia digital, la información allí expuesta está orientada principalmente hacia el interior del país, dejando a otros museos en segundo plano. Por último, debemos decir que ninguno de los museos revisados posee revistas físicas o digitales, lo que dificulta de sobremanera el acceso de la población a información cultural de una manera dinámica.

Costos y Presupuestos

Producto	Descripción	Valor
Camara Nikon D5600	Cámara para las fotos y vídeos que estaremos realizando	\$4.075.913
Dron Dji mini 4 pro	Para fotos aéreas	\$5.150.000
Micrófono Trust Mantis GXT 232 PC Laptop Streaming	Para voz en Off dentro de los vídeos	\$162.000
Computador Acer Nitro 5	Costo unitario	\$2.888.900
	Costo x 3	\$8.666.700
Suite de adobe Illustrator, Indesign, Premiere, Photoshop, Media Encoder, QR Generator de Adobe	Costo mensual	\$90.000
	Costo x 3 meses	\$270.000
	3 meses x 3 estudiantes	\$810.000
Energía	Energía Mensual	\$200.000
	Energía x 3 meses	\$600.000
	Energía x 3 casas x 3 meses	\$1.800.000

Capcut	Mensual	\$30.000
	3 meses	\$90.000
	3 meses x 3 estudiantes	\$270.000
Chat GPT	Mensual	\$86.000
	3 meses	\$258.000
	3 meses x estudiantes	\$774.000
Pasajes para 3 estudiantes x 3 meses.	Pasaje de bus:	\$2.500
	4 Pasajes x día:	\$10.000
	Pasajes por una semana:	\$70.000
	Pasajes durante un mes:	\$280.000
	Un mes x 3 estudiantes:	\$840.000
	Pasajes x 3 Meses para 3 estudiantes:	\$2.520.000
Costo total:	\$24.228.613	

Tabla 9. Costos y Presupuestos. Elaboración Propia (2024)

En la anterior tabla podemos ver todos los pormenores del proyecto en cuanto a valores, que, inicialmente, correrán por cuenta de los estudiantes, pero la idea es conseguir la financiación necesaria para llevar a cabo todo lo planteado en esta investigación.

IV. Fase prototipar

Visitamos varios lugares de Santa Marta como la Bahía, la Quinta de San Pedro Alejandrino, el camellón entre otros, para poder conocer el apartado cultural y turístico de la ciudad, lo que nos permitirá realizar la revista con fotografías propias y colorimetrías sacadas directamente de dichas fotos.

Así como el Museo del oro Tairona busca enaltecer, contar y preservar nuestra historia, nosotros a través de la revista queremos exaltar a Santa Marta por sus 500 años y, a su vez, usar la efeméride de los 500 años como una ventana para atraer la atención de turistas y locales hacia el Museo.

Moodboard



Figura 6. Moodboard. Elaboración Propia (2024)

Revista

Para esta investigación nuestro documento final será una revista llamada: Santa Marta, camino a los 500 años. La cual estará dividida en dos componentes, el primero, será el espacio en donde se hablará de Santa Marta y todas sus maravillas para celebrar los 500 años. Y el segundo componente, será sobre el Museo del oro Tairona y su relación con la ciudad de Santa Marta. Para ello, dejaremos aquí las capturas de la revista.



Figura 7. Portada revista. Elaboración Propia (2024)



Dirección:
Juan Carlos Caicedo Rodríguez

Portada, fotografías y edición:
Carolyn Mármol Santiago

Revisión:
Diana Angarita Niño
Carlos Calixto Arias Redondo
Julia Cabrera Carrasquilla

Información:
Museo del Oro Tairona
Casa de la Aduana

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra, solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares y/o creadores, salvo la excepción prevista por la ley. Para fotocopiar, escanear o extraer partes de dicha obra, por favor, ponerse en contacto con la **Corporación Unificada Nacional (CUN) Regional Magdalena. Santa Marta Colombia**

Página 02

Figura 8. Legales - Revista. Elaboración Propia (2024)

SANTA MARTA



Santa Marta: 500 años de cultura y tradición

Al borde de las aguas del Caribe, Santa Marta, **la ciudad más antigua de Colombia, celebra sus 500 años.**

Fundada en **1525** por el conquistador español **Rodrigo de Bastidas**, Santa Marta es un testimonio viviente de la historia, la cultura, la riqueza natural y las tradiciones que han resistido el paso de del tiempo y el crecimiento de la ciudad.

Esta celebración es más que un aniversario; es una oportunidad para redescubrir su esencia, explorar sus raíces y mirar hacia un **futuro en el que pasado y presente se funden en un paisaje de singular belleza.**



Huellas de la época precolombina

Mucho antes de la llegada de los colonizadores, los pueblos indígenas de la región, como los **Taironas**, ya habitaban estas tierras con un avanzado desarrollo cultural y arquitectónico.

La Sierra Nevada y ciudad perdida, con sus aldeas y caminos milenarios, es un testimonio vivo de su existencia.

En el **Museo del Oro Tairona**, en el centro histórico de Santa Marta, se pueden observar piezas de oro, cerámica y artefactos que nos permiten comprender la cosmovisión, el arte y la tecnología de estos antiguos habitantes.

Cada artefacto, es un pedazo de la historia de los Taironas y su lucha por preservar su historia, su territorio y sus tradiciones. **¡Conocé más de toda nuestra historia asistiendo al Museo del Oro Tairona!**

Página 03

Figura 9. Artículos 1 y 2 - Revista. Elaboración Propia (2024)

EDICIÓN ESPECIAL

La ciudad pionera de Colombia y su historia

Como **primer asentamiento español** en el país, Santa Marta se convirtió en el epicentro del inicio de una nueva era en el continente americano.

Aquí, **los españoles encontraron un terreno fértil** para explorar, conquistar y construir, uniendo culturas y dejando una herencia mixta que persiste hasta hoy.

En cada esquina de esta ciudad, resuena la historia de los encuentros y desencuentros de **una época que marcó a fuego el carácter de América Latina.**

Santa Marta, es la perla de América



Riqueza cultural en cada rincón

Santa Marta es un mosaico de lugares emblemáticos que narran la historia y la cultura de Colombia.

En el **Parque Bolívar**, ubicado en el corazón de la ciudad, se rinde homenaje al **libertador Simón Bolívar**, quien pasó sus últimos días en la histórica **Quinta de San Pedro Alejandrino**.

Desde este punto, es fácil trasladarse a otra época, **pasear entre estatuas y monumentos** y sumergirse en el ambiente colonial de la ciudad.

La Bahía de Santa Marta, una de las más hermosas de **América**, ha sido testigo de la evolución de la ciudad, desde su fundación hasta su crecimiento como un puerto clave en el comercio del país.

Hoy en día, este icónico sitio es un **lugar de encuentro tanto para locales como para turistas**, un espacio que celebra la vida a orillas del Caribe y se convierte en un recordatorio de la fuerza de la ciudad.



Página 04

Figura 10. Artículos 3 y 4 - Revista. Elaboración Propia (2024)

Hace 500 años fue fundada la ciudad de Santa Marta.

A través de ella, la historia, el arte, la cultura, el desarrollo y las tradiciones, se hicieron presentes, ayudando así a crear gran parte de la Colombia que conocemos.

Tradición y naturaleza en su máxima expresión

Santa Marta no solo es historia, la ciudad dos veces santa, también es sinónimo de naturaleza en estado puro.

La ciudad es el portal hacia la majestuosa **Sierra Nevada de Santa Marta**, el **sistema montañoso litoral más alto del mundo**, hogar de especies de flora y fauna únicas.

En sus montañas viven comunidades indígenas como los **koguis, arhuacos, wiwas y kankuamos**, guardianes de la tradición y cultura ancestral que ha resistido el tiempo.

Además, el **Parque Nacional Natural Tayrona**, a pocos kilómetros de la ciudad, es un paraíso para los amantes de la biodiversidad.

Manglares, arrecifes de coral, playas cristalinas y selvas exuberantes albergan una biodiversidad impresionante que convierte a Santa Marta en un santuario natural digno de ser preservado.



Página 05

Figura 11. Artículo 5 - Revista. Elaboración Propia (2024)

EDICIÓN ESPECIAL

500 años de tradición viva

Desde su fundación hasta el día de hoy, **Santa Marta** ha conservado una identidad forjada por su historia y su gente.

Las celebraciones de sus **500 años son la oportunidad perfecta para rendir homenaje** a una ciudad que ha sido testigo de la transformación de Colombia, uniendo el pasado precolombino con el presente vibrante de una ciudad en crecimiento.

En Santa Marta, cada rincón cuenta una historia, cada paisaje inspira y cada persona añade una pieza a su rica tradición cultural.

La celebración de este aniversario marca una invitación a redescubrir la riqueza de Santa Marta, a recorrer sus lugares históricos, a conectar con su naturaleza y a valorar su cultura viva.

"Además de patacones de guineo verde y mango viche con sal. Tenemos las playas más bellas del mundo y la sonrisa de su gente repleta de amor, mar y sal. Te quiero Santa Marta"

-Taliana Vargas



Figura 12. Artículo 6 - Revista. Elaboración Propia (2024)

EDICIÓN ESPECIAL

Museo del Oro Tairona: El legado vivo de la ciudad

En el corazón del centro histórico de Santa Marta, el **Museo del Oro Tairona emerge como un guardián del pasado**, un espacio donde la historia y la cultura ancestral de la región cobran vida.

Más allá de ser un simple museo, el Museo del Oro Tairona representa un **vinculo entre el presente y el pasado** precolombino de esta tierra, resguardando la esencia de los pueblos indígenas que habitaron estas tierras mucho antes de la llegada de los colonizadores.

Esta joya cultural es una invitación a sumergirse en las historias, las tradiciones

y los conocimientos de nuestros **"hermanos mayores"**, aquellos guardianes de la Sierra Nevada que continúan transmitiendo su sabiduría a través de generaciones.



Un Vínculo

El Museo del Oro Tairona es un portal hacia la antigua civilización de los taironas, quienes habitaron las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta y construyeron un legado cultural y espiritual que aún perdura.

Desde sus intrincadas **piezas de orfebrería** hasta su hábil uso de la cerámica, cada objeto exhibido en el museo narra una historia, una conexión sagrada con la tierra y el cosmos.

La colección, que incluye desde **joyas de oro** hasta herramientas de uso cotidiano, no solo destaca la sofisticación técnica de los taironas, sino también su profunda cosmovisión, donde cada elemento tiene un propósito y un significado espiritual.



Figura 13. Artículos 7 y 8 - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 14. Fotografía - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 15. Artículo 9 - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 16. Artículo 10 - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 17. Artículo 11 - Revista. Elaboración Propia (2024)

EDICIÓN ESPECIAL

La Bahía como testigo histórico

La bahía de Santa Marta ha sido un punto de encuentro para diversas culturas, desde las comunidades indígenas que navegaban en sus aguas hasta los colonizadores europeos que llegaron por primera vez.

Este lugar ha visto cómo se erigieron fortificaciones para proteger la ciudad, como Simón Bolívar pasó sus últimos días en la cercana Quinta de San Pedro Alejandrino, y cómo la ciudad se ha convertido en un destino turístico de renombre internacional.

Cada ola que besa la orilla de la bahía ha sido testigo de siglos de historia, de la transformación de Santa Marta de un

pequeño asentamiento a una ciudad completamente llena de vida.

Esta bahía es un recordatorio constante de los cambios que ha experimentado Colombia, así como de las tradiciones que persisten y que han dado forma a la identidad cultural de la región.

“No hay plan más romántico, que mirar el atardecer desde la bahía más linda de Latinoamérica”

-Anónimo



Figura 18. Artículo 12 - Revista. Elaboración Propia (2024)



Rodrigo de Bastidas: La Fundación de Santa Marta

Rodrigo de Bastidas, explorador sevillano y pionero de la conquista, llegó en 1525 a la bahía de Santa Marta, una joya natural que lo cautivó desde su primera visita.

Este encuentro con las tierras caribeñas, donde el sol bañaba una costa exuberante y montañas ancestrales, lo inspiró a fundar la primera ciudad moderna en Sudamérica, Santa Marta.

Al llegar, Bastidas fue recibido de forma pacífica por los pueblos tayronas, quienes ofrecieron una bienvenida

sorprendente en un momento marcado más por la convivencia que por el conflicto.

Este respeto mutuo, sin embargo, tuvo un final trágico cuando las ambiciones de algunos de sus hombres, en desacuerdo con su trato pacífico hacia los indígenas, llevaron a su asesinato.

Con su muerte, se desvaneció la esperanza de construir una sociedad justa y equilibrada.

Hoy, Santa Marta celebra ese espíritu de diálogo que intentó florecer en sus raíces y sigue honrando el legado de un pacto ancestral de convivencia y respeto.



Página 13

Figura 19. Artículo 13 - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 20. Fotografía bahía de Santa Marta - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 21. Fotografía grupo visitando el Museo del Oro Tairona - Revista. Elaboración Propia (2024)



Figura 22. Contraportada - Revista. Elaboración Propia (2024)

V. Fase Testear

VI. Testeo

En esta fase estaremos mostrando la pieza que era la finalidad de esta investigación: La revista. Lo anterior, con la finalidad de conocer la percepción de las personas acerca de ello y si es necesario corregir en base a sus opiniones.

Para ello, realizamos un focus group con 3 personas a las que le realizamos las siguientes preguntas:

- ¿Qué te pareció la revista? ¿Tienes algún cambio?

- ¿Qué te parecieron las fotos?
- ¿Qué te parecieron los vídeos que están dentro de la revista?
- ¿Qué te pareció el QR que redirecciona a otra revista?

Estas fueron sus respuestas:

Nallely Padilla:



Figura 23. Nallely Padilla - Elaboración Propia (2024)

1: ¿Qué te pareció la revista? ¿Tienes algún cambio?

R/ La revista me encanta, tiene muy buena información y no se siente pesada de leer.

2: ¿Qué te parecieron las fotos?

R/ Me gusta muchísimo la tonalidad que les dieron. ¡Santa Marta a través de su lente se ve preciosa!

3: ¿Qué te parecieron los videos que están dentro de la revista?

R/ Mi favorito es el del Hombre Murciélago, es muy “cinemático”. Todos los vídeos son preciosos; es algo que vería feliz en redes sociales y que seguro guardaría para mi trabajo. **(Nota: Nallely es Community Manager)**

4: ¿Qué te pareció el QR que redirecciona a otra revista?

R/ Está perfecto! Me permitió saber más del Museo del Oro y es una buena forma de atraer a la gente. Lo único es que yo pondría ese QR en la última página. Así me aseguro que las personas lean por completo la primera revista.

Hillary Llanes

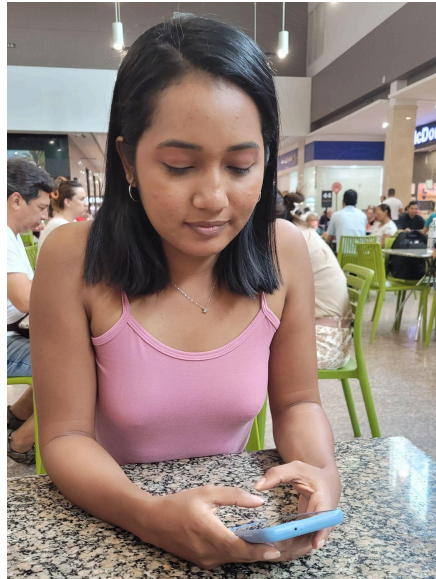


Figura 24. Hillary Llanes - Elaboración Propia (2024)

1: ¿Qué te pareció la revista? ¿Tienes algún cambio?

R/ ¡Corta pero muy estética!

2: ¿Qué te parecieron las fotos?

R/ Las fotos parecen Wallpapers para celular ¿Han pensado en venderlas como postales? ¡Están muy lindas!

3: ¿Qué te parecieron los videos que están dentro de la revista?

R/ Me gustaron muchísimo. De hecho, me hubiese gustado que la revista tuviera más elementos como este.

4: ¿Qué te pareció el QR que redirecciona a otra revista?

R/ Cool, de hecho se que no pensaron en la otra revista como un Souvenir, pero sería chévere poder dárselo de regalo a la gente que viene de afuera. Cuando la impriman, ¿Me regalan una copia? A mi hermanita le serviría muchísimo para sus tareas.

Eduardo Maldonado



Figura 25. Eduardo Maldonado - Elaboración Propia (2024)

1: ¿Qué te pareció la revista? ¿Tienes algún cambio?

R/ Esta simpática, la foto de portada es una total locura!

2: ¿Qué te parecieron las fotos?

R/ Enseñenme! Yo quiero tomar fotos así, ¡Están muy bonitas!

3: ¿Qué te parecieron los videos que están dentro de la revista?

R/ ¿Eso es con cámara verdad? porque tienen demasiada calidad. Deberían estar publicados en redes sociales.

4: ¿Qué te pareció el QR que redirecciona a otra revista?

R/ Buen truco! Se sintió como un “2x1”. En vez de una revista pude ver dos, me gustó mucho.

Conclusiones

A través de esta investigación, se logró consolidar una propuesta que busca mejorar la percepción y la conexión de los jóvenes adultos de Santa Marta, entre 20 y 35 años, con el Museo del Oro Tairona. La creación de una revista interactiva especial, en el marco de los 500 años de la ciudad, ha permitido no solo resaltar la

importancia del museo, sino también aprovechar esta efeméride para revalorizar el patrimonio cultural de la región.

El uso de una metodología de diseño centrado en el usuario (DCU) y un enfoque mixto ha permitido captar las preferencias digitales y estéticas de este grupo, logrando una herramienta visual y de contenido adaptada a su consumo habitual. Los resultados no sólo subrayan la viabilidad de una revista interactiva como medio de comunicación efectivo, sino que también destacan su potencial para incitar una mayor participación cultural entre los jóvenes. Esta iniciativa aporta un modelo replicable que puede inspirar a otras instituciones culturales a innovar en sus estrategias de comunicación, conectando con las nuevas generaciones a través de plataformas digitales y adaptando su oferta cultural al entorno digital actual.

Referencias

- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2016). *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Editorial GG. Recuperado de: [Ebook de google](#)
- Canclini, N. G. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. *Sociología y cultura*, 5-40. Recuperado de: PDF academia.edu
- Cebrián Herreros, M. (2009). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 17(33), 15-24. Recuperado de: [Educa](#)
- Guardiola, A. (2019). Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras. *Revista espacios*, 40(6), 22.
- Gradstein, R., Morales, C., Negritto, M. A., & Duckett, J. G. (2016). New records of liverworts and hornworts from the Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Cryptogamie, Bryologie*, 37(4), 463-475. Recuperado de: [BioOne Digital Library](#)

- Kellett, P. (1997). Santa Marta. *Cities*, 14(6), 393-402. Recuperado de: [Science Direct](#)
- Julián, A. (1787). *La perla de la América provincia de Santa Marta*. por Don Antonio de Sancha. Recuperado de: [Ebook de Google](#)
- Llorente-Bousquets, J., & Francois Le Crom, J. (2013). Descripción de dos nuevos Dismorphiini (Lepidoptera: Pieridae) con reflexiones del endemismo en la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Revista Colombiana de Entomología*, 39(2), 276-280. Recuperado de: [Scielo Org](#)
- Lorente, J. P. (2013). Las revistas museológicas en la actualidad: una panorámica global. *MIDAS. Museus e estudos interdisciplinares*, (1)
- Ramírez-Roncallo, K., Gómez-Ramírez, H., & Negritto, M. A. (2020). New records of lichenized fungi in Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Check List*, 16(6).
- Sánchez, J. (2011). En busca del Diseño Centrado en el Usuario (DCU): definiciones, técnicas y una propuesta. *No Solo Usabilidad*, (10). Recuperado de: [No solo usabilidad](#)
- Wurdack, J. J. (1976). Endemic Melastomataceae of the Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Brittonia*, 28, 138-143. Recuperado de: [Springer Link](#)

Anexos

- Enlace al vídeo “Hombre Murciélago”:
<https://youtube.com/shorts/E9xNWkRL254>
- Enlace al vídeo “Modelado de Arcilla”:
https://www.youtube.com/watch?v=YBeE8jDnX5Q&list=PLJHUED1mR6VVcs1P5nSdW1Inm-f_tWI0m&index=2
- Enlace al vídeo “Descubre la cultura, la historia y el arte en el Museo del Oro Tairona - Casa de la Aduana”:

https://www.youtube.com/watch?v=TfbF4XhR3a8&list=PLJHUED1mR6VVcs1P5nSdW1Inm-f_tWI0m&index=3

- Enlace al vídeo “La historia de nuestros ancestros”:
https://www.youtube.com/watch?v=urgKj2L0u4I&list=PLJHUED1mR6VVcs1P5nSdW1Inm-f_tWI0m&index=4
- Enlace Carpeta con toda la documentación:
https://drive.google.com/drive/folders/13aQgcUn7oV8g6LRNJMsQWFGzdgN2qaEd?usp=drive_link
- Enlace revista Santa Marta, camino a los 500 años:
<https://www.yumpu.com/es/document/view/69086445/santa-marta-camino-a-los-500-anos>
- Enlace revista Museo del Oro Tairona - Casa de la Aduana:
<https://www.yumpu.com/es/document/view/68817156/museo-del-oro-tairona>
- Enlace Libro de producción:
<https://www.yumpu.com/es/document/read/69090825/libro-de-produccion-revista-santa-marta-camino-a-los-500-anos>
- Enlace Libro de Arte: <https://shorturl.at/Gghwb>