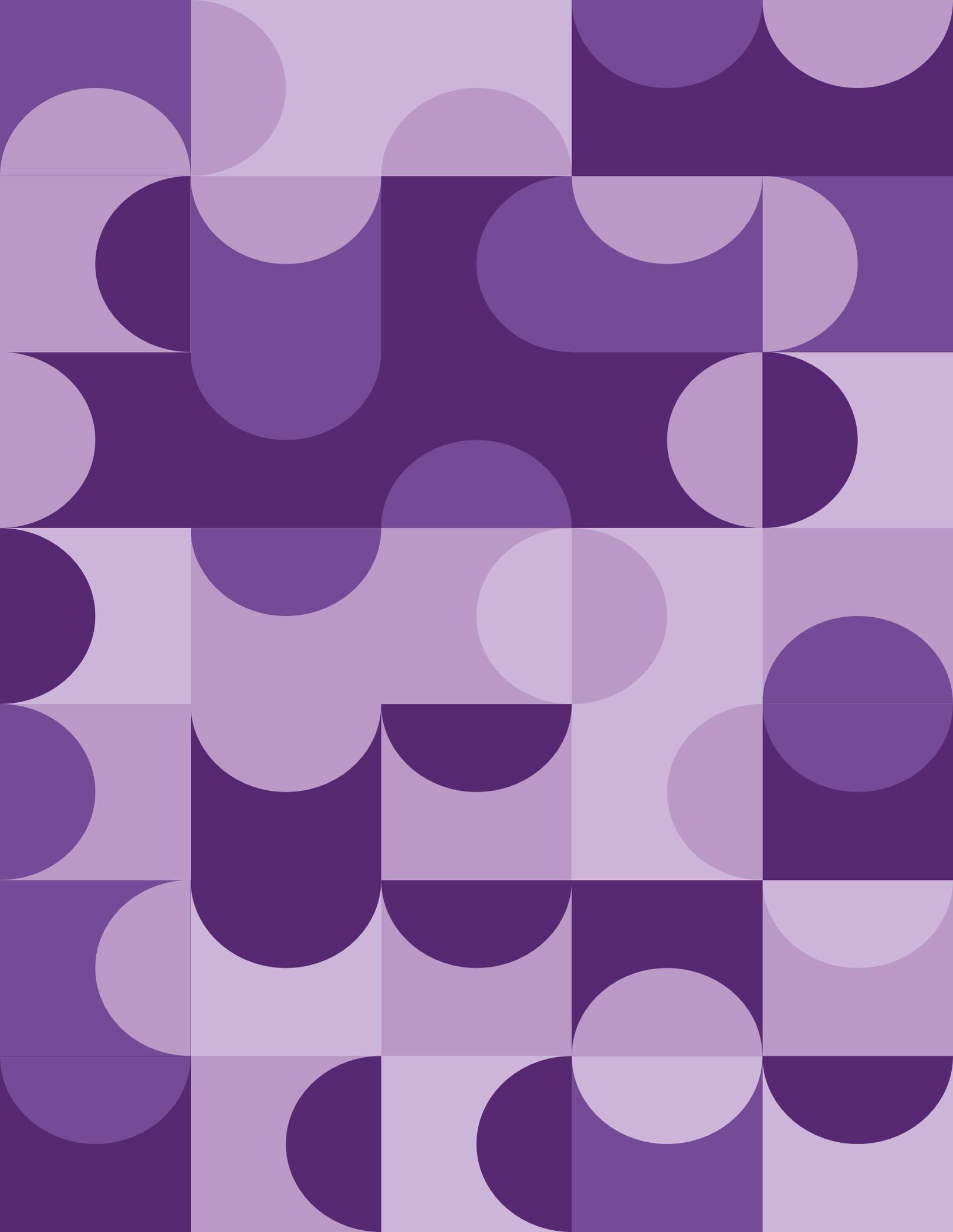


# REVISTA oblicua



Diciembre 2023 - ISSN 2256 - 179X (En línea)  
/ Circulación Anual / Cali - Colombia



La Revista OBLICUA (ISSN 2256- 179X) pretende ser una plataforma de actualización constante sobre las dinámicas del diseño, la comunicación y la creatividad en los ámbitos local, nacional e internacional. La frecuencia de publicación es anual, y se realiza bajo la política de acceso abierto (Open Access System). La recepción de propuestas es permanente. Las postulaciones que se reciben para publicación son:

<b>ARTÍCULOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN -CREACIÓN</b>	Comunica por primera vez los resultados de una investigación -creación. Su extensión mínima es de 5.000 palabras y máxima de 11.000 palabras.
<b>ARTÍCULOS DE REVISIÓN</b>	Documento que se desprende de una investigación finalizada. En este, a partir de la revisión mínima de cincuenta (50) o más referencias que sistematizan y relacionan resultados de investigaciones publicadas.
<b>ARTÍCULOS DE REFLEXIÓN</b>	Comunica los resultados de una investigación terminada desde un punto de vista analítico, interpretativo y/o crítico por parte del autor(es) o autoras.
<b>ENSAYOS</b>	Da cuenta de la contribución teórica y/o metodológica que un libro puede ofrecer a la disciplina y/o a la comunidad educativa.
<b>RESEÑAS DE LIBROS</b>	Documento utilizado para presentar el análisis y/o punto de vista debidamente argumentado de autores o autoras respecto a un tema de interés en un máximo de 3.500 palabras.
<b>MATERIAL GRÁFICO</b>	Fotografía, foto ensayo o ilustraciones que componen el total o parte de una obra, ejercicio y/o proyecto de diseño o comunicación, y se encuentra asociado a un proyecto productivo, creativo, social, proyección e intervención

---

Si desea más información diríjase a las Políticas para la Publicación de Artículos al final de esta publicación o en el enlace <https://www.fadp.edu.co/publicaciones/>

Edición No. 16 · Diciembre 2023 · ISSN  
2256 - 179X (En línea) Circulación Anual  
· Cali - Valle del Cauca - Colombia.

**Sandra Patricia Valencia**  
**Rectora**  
[rectoria@fadp.edu.co](mailto:rectoria@fadp.edu.co)

**Orfa Garzón Rayo**  
**Vicerrectora Académica**  
[vacademico@fadp.edu.co](mailto:vacademico@fadp.edu.co)

**Fabián Castro**  
**Vicerrector Administrativo**  
[vadministrativo@fadp.edu.co](mailto:vadministrativo@fadp.edu.co)

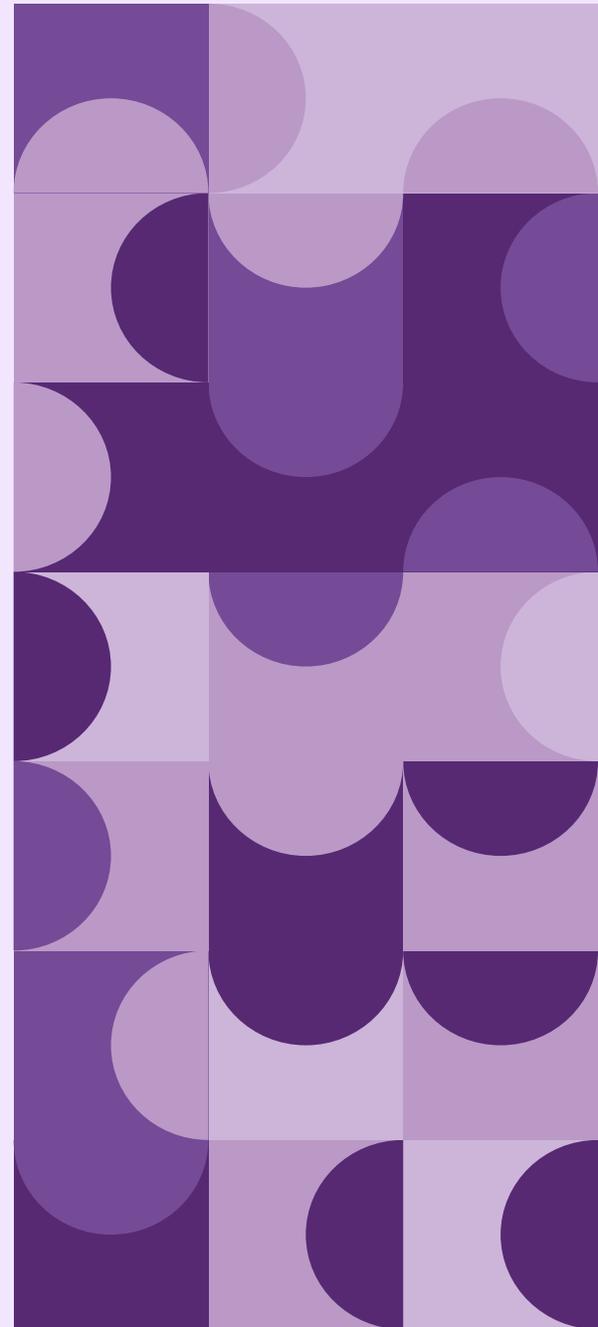
**Victoria Eugenia Rivas Ramírez**  
**Jefe de la Unidad de Investigación**  
[investigacion@fadp.edu.co](mailto:investigacion@fadp.edu.co)

**Carlos Andrés Arana Castañeda**  
**Apropiación Social del Conocimiento**  
[produccion.investigativa1@fadp.edu.co](mailto:produccion.investigativa1@fadp.edu.co)

**Jesús David Pino Montoya**  
**Diseño y diagramación**  
[diseño.investigacion@fadp.edu.co](mailto:diseño.investigacion@fadp.edu.co)

El contenido de esta publicación no compromete el pensamiento de la institución, por lo tanto, todos los artículos contenidos en esta revista son propiedad exclusiva de los y las autoras, y las ideas expuestas su responsabilidad.

© Derechos reservados de autor. El material publicado puede ser reproducido o traducido sin autorización, siempre y cuando se cite el título, el autor y la fuente.



# CONTE- NIDO

## 04

Editorial

Carlos Andrés Arana Castañeda

---

## 06

La sensibilización como estrategia de enseñanza – aprendizaje en la valoración del Patrimonio Cultural

Laura Flórez Cardona ; Ana Cristina Herrera Valencia; Gustavo Sevilla Cadavid

---

## 26

El diseño participativo como una herramienta generadora de una estrategia de visibilización autogestionada del Festival de la cosecha de Popayán

Lina Valentina Vargas Vargas; Daniel Antonio León Blanco

## 45

Talleres participativos como herramienta para el reconocimiento del patrimonio cultural de las nuevas generaciones.

Manuela Salazar Zabala

---

## 63

Ciudad, identidad y color imaginado

Yessenia García Ramírez

# EDITORIAL

Respaldada por cada una de las propuestas que desde el primer momento de su publicación han realizado diferentes autores y autoras, la Revista Oblicua llega a su Edición No. 16, la cual se suma al repositorio de ediciones que, permanentemente, han buscado ser plataforma de diálogo y divulgación de los principales avances que diversos proyectos enfocados en Diseño y Comunicación han obtenido en el ámbito regional, nacional e internacional. Desde entonces, la Revista Oblicua ha ofrecido a estudiantes, docentes, diseñadores, productores y demás actores e instituciones interesadas, una serie de artículos, reseñas o ensayos que divulgan sus principales hallazgos en el campo de la producción en diseño y comunicación, e incluso, del diálogo de estos con múltiples disciplinas, lo que refleja su carácter heterogéneo.

En esta ocasión, la comunidad interesada por la Revista Oblicua, tendrá acceso a cuatro nuevas propuestas donde autores y autoras de diferentes regiones de Colombia, y una propuesta de México, país que cada vez tiene mayor presencia en las publicaciones de la Fundación Academia de Dibujo Profesional (FADP), exponen sus ideas y argumentos en relación al patrimonio cultural, la comunicación autogestionada, nuevas generaciones y el color imaginado. Por medio de estas propuestas, lectores y lectoras lograrán evidenciar la manera como en los contextos urbanos y rurales, el diseño y la comunicación se unen al llamado por proteger, conservar y apropiarse lo que, en pertinencia con el habitar de los espacios, se debe reclamar como propio, como natural a la realidad de los sujetos que permanentemente

habitan un espacio el cual, a causa de las aceleradas modernizaciones, tiende a transformarse.

En este sentido, el artículo "La sensibilización como estrategia de enseñanza – aprendizaje en la valoración del Patrimonio Cultural," de Laura Flórez Cardona, Ana Cristina Herrera Valencia y Gustavo Sevilla Cadavid, aborda la importancia de la sensibilización en los procesos de enseñanza y aprendizaje relacionados con el patrimonio cultural. Los autores argumentan, apoyándose en la Educación Patrimonial y la Investigación Acción Participativa, que la sensibilización es una herramienta fundamental para fomentar la reflexión y la formación de competencias en la conservación y valoración del patrimonio cultural, lo que la erige como una estrategia valiosa para entender cómo los jóvenes perciben su patrimonio. De la misma forma, los autores plantean que la educación patrimonial es un eje estructural de los talleres de sensibilización, y hacen especial énfasis en la metodología propuesta por Olaia Fontal, centrada en el proceso de "conocer para comprender".

Paso seguido, Lina Valentina Vargas Vargas y Daniel Antonio León Blanco, por medio de su artículo "El diseño participativo como una herramienta generadora de una estrategia de visibilización autogestionada del Festival de la cosecha de Popayán", se enfocan en los desafíos comunicativos que enfrentan comunidades dedicadas a la cosecha en Popayán, Colombia. Se relata la experiencia de una organización que reúne a productores y productoras de orgánicos y agroecológicos, la cual carece de una

estrategia de comunicación efectiva y por lo tanto enfrenta dificultades de visibilidad afectando significativamente sus ventas y la economía de la organización. Utilizan el diseño participativo como una metodología para abordar estas problemáticas comunicativas, dividiéndolo en tres etapas: (i) la fase de Descubrir, que involucra a los productores en la conceptualización de la estrategia de comunicación; (ii) la fase de Idear, que implica la definición de objetivos y enfoques de la organización, mientras que (iii) la fase de Prototipar se enfoca en dar forma a los elementos ideados para ajustarlos según las necesidades y objetivos del festival de la Cosecha.

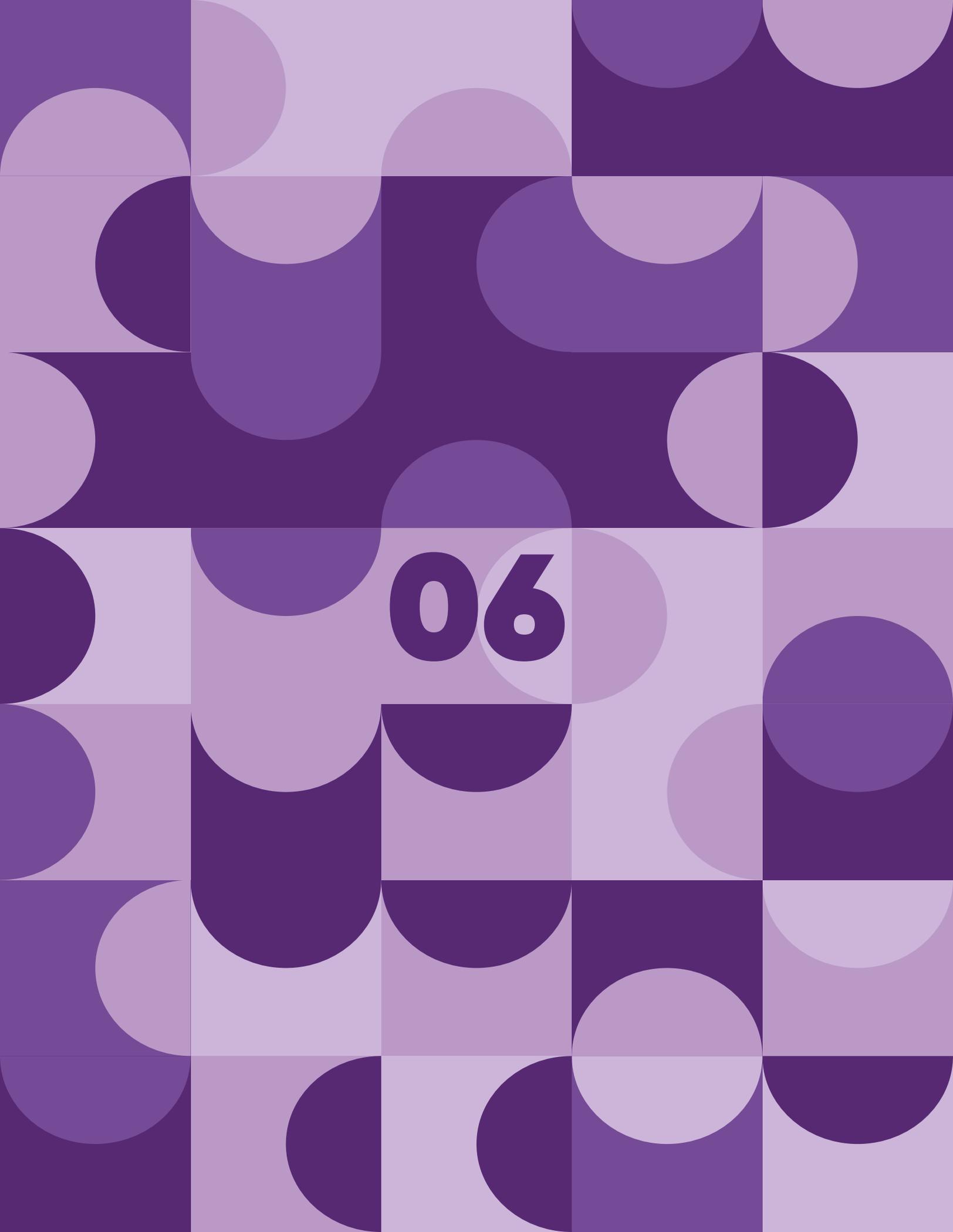
Posteriormente, en el artículo "Talleres Participativos: Reconocimiento del Patrimonio Cultural de Nuevas Generaciones", Manuela Salazar Zabala explora la importancia del patrimonio cultural como una construcción social que conecta a individuos a través de afinidades y prácticas compartidas. Propone el proyecto LuPa (Lúdicas para el Patrimonio Cultural) en respuesta a la pérdida de identidad cultural en las nuevas generaciones, a partir del cual busca desarrollar un recurso educativo digital lúdico que facilite la identificación y valoración del patrimonio cultural mediado por la implementación de talleres participativos para co-crear contenido relacionado con el patrimonio. Plantea la autora que el patrimonio cultural incluye tradiciones orales, artes escénicas, rituales y conocimientos transmitidos de generación en generación, elementos que desempeñan un papel importante en la preservación de la diversidad cultural en un mundo globalizado. Asimismo, este trabajo

permite evidenciar como los talleres participativos son esenciales para la activación de la sensibilidad y la valoración del patrimonio cultural, que en este caso concreto se respalda en la creación de guías y narrativas sobre el territorio.

Finalmente, el análisis de Yessenia García Ramírez en su trabajo titulado "Ciudad, identidad y color imaginado" se centra en el concepto de "color imaginado" en el contexto de ciudades como Cali, Colombia, y Guadalajara, México. La autora describe como en estas urbes, se enfrentan desafíos significativos como la delincuencia, el desempleo, la falta de servicios básicos y desigualdades sociales; y pone de relieve la posibilidad de que el diseño urbano basado en el "color imaginado" pueda ser una herramienta valiosa para crear una identidad distintiva en una ciudad y fomentar la sostenibilidad, al tiempo que advierte sobre el peligro de que las ciudades, al centrarse en atraer turistas, descuiden las necesidades de sus habitantes. En última instancia, subraya la importancia de utilizar el análisis del "color imaginado" como un medio valioso para comprender y abordar los problemas urbanos y para promover ciudades más auténticas y respetuosas con la diversidad cultural y social de sus habitantes.

### **Carlos Andrés Arana Castañeda**

Magister en Estudios Sociales y  
Políticos (Modalidad Investigación)  
Comité de publicaciones

The background is a complex, abstract pattern composed of overlapping squares and circles in various shades of purple, from light lavender to deep, dark violet. The shapes are arranged in a grid-like fashion, with some circles partially overlapping the squares. The overall effect is a textured, layered geometric design.

**06**

# La sensibilización como estrategia de enseñanza - aprendizaje en la valoración del Patrimonio Cultural

## Awareness-raising as teaching-learning strategy in the assessment of Cultural Heritage.

Laura Flórez Cardona<sup>1</sup>; Ana Cristina Herrera Valencia<sup>2</sup>; Gustavo Sevilla Cadavid<sup>3</sup>

### Introducción

Los procesos de sensibilización sobre el patrimonio cultural son una herramienta que permite la generación de espacios de reflexión, intercambio y formación de competencias para la conservación y valoración del patrimonio cultural a través del reconocimiento social: También sirven como herramienta de diagnóstico para entender cómo los jóvenes perciben su territorio cultural a través de las manifestaciones materiales e inmateriales que ahí se desarrollan. Para ello, la Educación Patrimonial y la Investigación Acción Participativa se utilizan como marco de referencia para dar a conocer pautas y motivos por los que desarrollar una correcta conservación de nuestros bienes culturales.

Para el desarrollo de espacios de sensibilización se debe apoyar en el conocimiento de las nuevas pedagogías relacionadas con el uso de metodologías activas que fomentan el meta aprendizaje, la reflexión, el debate y las preguntas abiertas. Para su implementación se deben utilizar recursos pedagógicos como el co-diseño, el pensamiento visual, el pensamiento

crítico y el aula invertida. Se le debe dar énfasis al trabajo por proyectos. Esto se relaciona con la implementación de un enfoque de educación transversal y globalizada, que tiene en cuenta los objetivos pedagógicos individuales y grupales, el trabajo en grupo y el aprendizaje cooperativo.

El concepto central que sustenta la reflexión sobre los espacios de sensibilización como estrategia de enseñanza - aprendizaje en la valoración del patrimonio cultural fue exponer el patrimonio como un corpus vivo que crea una sociedad que lo considera como tal, y plantea un procedimiento a través del cual el público se identifica con los elementos patrimoniales de su entorno para entender su importancia.

Este artículo, toma como insumo para la reflexión los espacios sensibilización que se generaron en el marco del proyecto de investigación "LuPa (Lúdica para el patrimonio). Estrategia lúdica digital de M-Learning como apoyo a la educación patrimonial", de la convocatoria Investigarte 2.0 del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Colombiano. Una de

---

<sup>1</sup>Arquitecta. Docente de cátedra de la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín. Arquitecta Líder área Arquitectura Comercial e Interiorismo Oficina Vicaría Arquitectura. [lauraflorezc96@gmail.com](mailto:lauraflorezc96@gmail.com)

<sup>2</sup>Arquitecta, Magister en Urbanismo. Docente interna. Investigadora de la Facultad de Arquitectura de la UPB. Adscrita al grupo de investigación en Arquitectura, Urbanismo y Paisaje GAUP. [anacristina.herrera@upb.edu.co](mailto:anacristina.herrera@upb.edu.co)

<sup>3</sup>Diseñador Industrial de la PUJ - Bogotá, Especialista en Ergonomía de la Universidad de Antioquia, Magister en Discapacidad e Inclusión Social de la Universidad Nacional -Bogotá y estudiante del Doctorado en Educación de la UABC - México. Docente Investigador de la Facultad de Diseño Industrial de la UPB - Medellín [gustavo.sevilla@upb.edu.co](mailto:gustavo.sevilla@upb.edu.co)

sus etapas se orientó al diseño y ejecución de talleres de sensibilización patrimonial con el objetivo de entender cómo los jóvenes valoran el patrimonio cultural. Para su desarrollo se integró el concepto de educación patrimonial, pues se considera como una herramienta pedagógica que contribuye a desarrollar las capacidades de sensibilización y valoración en las personas, y fomenta un mayor sentido de pertenencia e identidad territorial.

El documento contiene las reflexiones sobre la importancia de la sensibilización en los procesos de enseñanza – aprendizaje del patrimonio cultural derivadas de tres (3) talleres realizados con los grupos de jóvenes de Editores de ciudad – Casa Morada” del Barrio San Javier, Medellín; los Vigías del patrimonio del Municipio de Titiribí, Antioquia y con un grupo de estudiantes del Colegio – Universidad UPB de la ciudad de Medellín.

### **La educación patrimonial como eje estructural de los talleres de sensibilización**

La educación patrimonial (EP) como concepto pedagógico es relativamente nuevo, en las últimas dos décadas se logró instaurar y hablar de la educación patrimonial como una disciplina educativa, ya que cuentan con bases teóricas propuestas por organizaciones internacionales y adicionalmente se inicia una corriente de investigación que, tomando referentes de didáctica del patrimonio y la educación en los museos, plantea una amplia revisión de la EP recogiendo una visión más completa de este ámbito de conocimiento hasta configurarla como una disciplina educativa. Para este momento se tiene apoyo de

instituciones de educación superior, de las cuales han salido las primeras tesis doctorales y publicación de artículos sobre EP, adicionalmente se conocen los autores que se serían hoy grandes contribuyentes en el desarrollo bibliográfico de esta disciplina como Olaia Fontal, una de las principales expositoras sobre la EP. Además de lo anterior, se crean proyectos competitivos en convocatorias nacionales de Investigación Desarrollo e Innovación (Fontal, 2016).

Según Olaia Fontal la educación patrimonial se establece como un medio capaz de trabajar por y para la sensibilización de las personas y sus comunidades; buscando desarrollar a través de estrategias de enseñanza – aprendizaje la capacidad de atribución de valor al patrimonio a partir del conocimiento secuencial que inicia en el conocer para comprender, comprender para respetar, respetar para valorar, valorar para cuidar y cuidar para disfrutar (Fontal, 2020).

El patrimonio se ha convertido en una realidad que ha alcanzado entidad social, formado a partir de la historia, que ha adquirido peso con el transcurso del tiempo, y que se presenta como uno de los grandes ámbitos que define la cultura de cada individuo (Merillas, 2003); ya que esta es la herencia cultural creada a través del tiempo, la cual contribuye a conformar y consolidar la identidad de un lugar, un individuo o un grupo social, a partir de diversos contextos, los cuales son relativos y versátiles ante cualquier punto de vista; pero ¿qué pasa cuando consideramos el patrimonio no solo como un conjunto de bienes, sino también, una agrupación de valores de carácter personal en relación con diversos objetos o contextos?.

El conocimiento integral de dichas variables logra formar una ciudadanía crítica, activa en el proceso de patrimonialización democrática para la toma de decisiones relacionadas a su identidad y memoria colectiva, ya que “El patrimonio permite evidenciar continuamente procesos de deconstrucción y construcción sin llegar a constituirse en un dispositivo para conocer o hacer historia. El valor es otorgado desde la interpelación, que desde el presente se le realiza a ese pasado escogido”. (Hernández, 2003, como se citó en Careaga, A, 2015).

Se profundiza entonces en uno de los objetivos del proyecto de investigación, entender el proceso de aprendizaje del patrimonio cultural a través de la sensibilización vinculado con los recursos digitales como estrategia de enseñanza-aprendizaje para contrarrestar la amenaza de la sostenibilidad del patrimonio, la pérdida de la memoria, historia y cultura; la cual permite enseñar y aprender de manera cercana, emocionante y divertida a los Jóvenes (grupo de interés en el proyecto), logrando que ellos como agentes activos se conviertan en ciudadanos críticos de la sociedad, conozcan el valor y potencial de su patrimonio.

Es por esto que a través de la investigación realizada sobre los diferentes componentes de la educación patrimonial, se encuentra la metodología de sensibilización propuesta por Olaia Fontal, en especial su primer paso, el cual es conocer para comprender, generando respeto hacia el patrimonio por parte de los ciudadanos, como punto de inflexión para velar por la premisa del patrimonio como elemento que conforma la identidad cultural, la

cual se encuentra en construcción continua, que tiene origen, desarrollo y en ocasiones, lastimosamente, un final.

La sensibilización cobra importancia dentro del proceso de educación patrimonial. Esto se hace evidente en la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005 de la Unesco, que en su Artículo 10 – Educación y sensibilización del público, declara:

“Las Partes deberán: (a) propiciar y promover el entendimiento de la importancia que revisten la protección y fomento de la diversidad de las expresiones culturales mediante, entre otros medios, programas de educación y mayor sensibilización del público (...) (c) esforzarse por alentar la creatividad y fortalecer las capacidades de producción mediante el establecimiento de programas de educación, formación e intercambios en el ámbito de las industrias culturales. Estas medidas deberán aplicarse de manera que no tengan repercusiones negativas en las formas tradicionales de producción (UNESCO, 2005).

### **La sensibilización como estrategia pedagógica**

El patrimonio no se puede ver exclusivamente desde las vidrieras de los museos, alejado de las percepciones, vivencias y valoraciones de los habitantes de la localidad. (Prats, s/f). Pues la valoración del patrimonio está sujeta al uso, vivencias y apropiación que hacen los habitantes en cada generación (Valecillo, 2007).

Entendemos la sensibilización como aquel proceso cuya finalidad es impactar sobre el comportamiento de un individuo o comunidad para

reforzar las buenas prácticas sobre algún tema en particular (para el caso del proyecto LUPA, se profundizará está en relación con la educación del patrimonio a jóvenes), esta forma parte directa o indirectamente de la cotidianidad de cada individuo y la conciencia de una ciudadanía global, ya que cada uno donde quiera que viva o desarrolle su vida hace parte de una sociedad global, donde cada uno es responsable de las acciones o maneras como se vinculan entre sí, con su entorno y toda la cultura e historia que se albergan allí.

La sensibilización entonces busca promover la creación de actitudes positivas, tales como, respeto, solidaridad, valoración y tolerancia frente a aspectos de importancia para cada individuo, con el fin de fomentar la convivencia en comunidad, para desarrollar empatía, favoreciendo la aceptación de las diversas formas de pensar y vivir de cada uno, logrando evitar la aparición de barreras o limitaciones para el libre aprendizaje o gusto hacia algo en específico.

Con el fin de impactar sobre la concienciación de los individuos, desde la sensibilización se logran implementar acciones de diverso carácter y por diferentes canales, como: charlas, conferencias, exposiciones, talleres, formación de grupos, concursos, juegos digitales, ferias, eventos sociales públicos o acciones directas en diferentes territorios, todas estas acciones se pueden desarrollar en ámbito tanto formales como informales.

La sensibilización conlleva a generar conciencia por el otro y su entorno, permitiendo establecer procesos de formación educativa, aprendizaje,

reconocimiento y aceptación de los vínculos que cada individuo decide formar en relación con lo que consideran su patrimonio, dejando en evidencia como el identificar la diferencia se convierte en una riqueza desde todas sus dimensiones, esta busca crear un ambiente donde se evidencie que el cambio social es alcanzable, sin embargo para hacer un cambio real, es necesario establecer acciones concretas en las que se pueda tener una participación activa, por ende, se podría afirmar que la sensibilización es una metodología participativa caracterizada por tener contenidos tanto informativos como transformativos, dentro de esta metodología de deben incluir acciones donde se logra hacer del cambio algo deseable, se puedan expresar posibilidades del cambio e identificar actuaciones para hacer viable el cambio.

La sensibilización es un recurso utilizado en la educación, que se basa en las teorías asociadas a la educación inclusiva que buscan “Educar es transmitir y compartir el conocimiento de las cosas, potenciando la creatividad, la sensibilidad y la imaginación. Es un proceso que incide en el desarrollo del ser humano dotándolo de la autonomía necesaria para evolucionar de forma óptima hacia su propia libertad” (MPLP, 2021).

Esta invita entonces a involucrar en el desarrollo mecanismos de acción participativa, para dejar en evidencia información directa de las diferentes problemáticas que son obstáculo, con el objetivo de conseguir que los individuos se sientan identificados con esas realidades para buscar posibilidades de participar, de plantear acciones, de pensar en cambios que transformen de forma

contundente la sociedad. Según el Movimiento por la Paz –MPDL (2021) la acción sensibilizadora está compuesta por 3 fases fundamentales, que son: Difusión de la información que permite mostrar las diferentes realidades sobre la problemática que se desea trabajar, posteriormente promover el debate y la reflexión crítica ya sea individual o colectivamente acerca de las realidades planteadas a transformar, para finalmente lograr plantear alternativas o soluciones concretas desde la participación activa logrando pasar del pensamiento crítico a la acción, a través de propuestas planteadas, o por medio de los individuos que se encuentran inmersos en el proceso o instituciones formales o informales que se encuentren involucrando la sensibilización como metodología educativa.

Al abordar el término “sensibilización” como recurso educativo, se establecen varios conceptos básicos para su comprensión y aplicación en los diferentes programas donde se implemente esta como metodología, estos son: igualdad, equidad, diversidad y aceptación. La igualdad se entiende como el principio que reconoce la equiparación de todas las personas en derechos y obligaciones. La equidad se refiere a entender el valor humano de buscar en todos los escenarios la justicia e igualdad de oportunidades respetando las características particulares para darle a cada uno lo que le corresponde o merece. A su vez la diversidad trata sobre la capacidad de reconocer la diferencia o distinción entre personas y sus múltiples elementos dentro de un sistema de valores común. Y, por último, se entiende la aceptación como la posibilidad de aceptar y adaptarse a la realidad.

Adicionalmente, se identifican aspectos significativos, los cuales permiten evidenciar el por qué es necesario entenderla como un elemento clave para la educación patrimonial, ya que permite:

1. Promover la creación de actitudes positivas de respeto, solidaridad, valoración y tolerancia frente a la memoria, la herencia, la identidad, bienes patrimoniales, la diversidad de pensamiento, etc.
2. Fomentar la convivencia, a desarrollar la empatía y la aceptación de las personas y los vínculos que puedan haber desarrollado en relación con los que consideran como sus bienes patrimoniales.
3. Facilita la colaboración con las comunidades para mejorar las formas de protección hacia lo que consideran su patrimonio cultural.
4. Fomentan actitudes positivas y solidarias basadas en el respeto a la diversidad, buscando desarrollar valores cívicos, éticos y afectivos en relación con la defensa y protección del patrimonio cultural.
5. Evitar la aparición de barreras para la participación y el aprendizaje, para que puedan valorar su diversidad cultural.
6. Transformar la percepción y el discurso social que se tiene sobre una problemática en específico, en este caso, se hace referencia a la falta de conocimiento y conciencia sobre el patrimonio cultural por parte de los jóvenes.

La sensibilización como estrategia para reconocer y a su vez como recurso educativo para la enseñanza del patrimonio, permite potenciar la valoración, conservación y disfrute

de los elementos culturales (arte, gastronomía, arquitectura, objetos, etc.) desde un nuevo punto de vista, donde se le da importancia a las relaciones o vínculos que establecen las personas con la cultura que los rodea, sean elementos culturales declarados o emergentes.

Según Fontal (2003) estas estrategias se concentran en el concepto de Educación Patrimonial (EP). Frente a realidades como el desconocimiento, irrespeto, olvido, abandono, vienen surgiendo inquietudes sobre cómo establecer estrategias y metodologías educativas que sirvan para potenciar participación activa, valoración, conservación y disfrute del patrimonio cultural desde una óptica más inclusiva, la cual permitirá ayudar a las comunidades a interpretar su entorno natural y cultural para descubrir el significado y las interrelaciones ecológicas, sociales y culturales existentes entre los bienes y las personas.

El poder de la concientización y el aprendizaje son dos de los principales conceptos claves que conducen a la sensibilización como estrategia educativa, los cuales posibilitan actitudes positivas que generan cambios a largo plazo en las comunidades, ya que permiten romper imaginarios en relación a ritos, creencias, historias y demás bienes culturales que hacen únicos cada cultura o territorio.

La sensibilización como recurso pedagógico promueve y se fundamenta en el aprendizaje significativo, permitiendo primero identificar la problemática que se pretende intervenir y aceptar por medio de la reflexión. Al respecto Enrique Andrés Barrera Gaviria dice:

“El proceso de sensibilización es arduo y extenso, mas es complejo debido a la escases de recursos para poner en práctica su contenido social, pues requiere capacitación humana la cual puede llevar a cabo la labor pertinentemente, por lo tanto implicaría un cambio, una evolución y una transformación social, cultural y educacional, mediante percepciones ya sedimentadas desde la formación, actitudes propias de los prejuicios del ser y estereotipos de los estamentos sociales” (Barrera, 2012).

La sensibilización como recurso en la educación patrimonial permite que los sujetos de aprendizaje lo conozcan, se apropien de este como suyo, comprendan y valoren. Todo este proceso pasa necesariamente por acciones educativas que deben ser ordenadas, para que cuenten con el suficiente poder de cautivar y atrapar a los jóvenes y perduren en el tiempo. De este modo, la sensibilización se concibe como elemento clave en la gestión del patrimonio, capaz de conseguir que la comunidad lo quiera custodiar y transmitir, pero además lo haga de manera respetuosa no sólo hacia el patrimonio sino también hacia las sociedades que lo han custodiado a través del tiempo.

### **La pérdida de conciencia sobre el valor del patrimonio cultural**

Entendemos el patrimonio como una construcción social, lo que quiere decir que es el resultado de procesos sociales específicos de tiempo y lugar, en el cual se evidencia el legado de cada momento cultural (de acuerdo a una selección propia) que se ha encargado a lo largo del tiempo de crear identidad, cultura e historia para individuos y comunidades, sin

embargo, es notorio como todo este legado en muchas ocasiones no es puesto en valor, principalmente por el desconocimiento hacia este, ya que conocer el patrimonio implica sentirlo y considerarlo como propio, por esto, durante las últimas décadas a través de diversas investigaciones sobre educación patrimonial, se han aclarado nuevas estrategias de relación con comunidades y procesos participativos principalmente en España, la cual se ha posicionado como uno de los principales referentes en la Educación Patrimonial.

España logró considerar la sensibilización como un elemento esencial e innovador que no solo incide en el conocimiento de los hechos, sino que ayuda a concretar compromisos, actitudes y acciones contundentes sobre el problema de la pérdida de conciencia sobre el patrimonio cultural.

Con el paso del tiempo, ha quedado en evidencia, que el principal enemigo del patrimonio cultural es la falta de conocimiento hacia este, generando adicionalmente aún más aspectos negativos como la pérdida de la memoria histórica y cultural. Esta problemática puede tener una causa directa y es la poca educación sobre los valores patrimoniales desde edades tempranas. Esto puede estar asociado al desconocimiento de los padres o adultos ya que no tienen la capacidad de transmitir la importancia de reconocer el patrimonio cultural como un elemento esencial de sus tradiciones.

Adicionalmente, otra de las problemáticas es el desconocimiento sobre las metodologías de enseñanza en esta área por parte de los entes gubernamentales que no incentivan la participación ciudadana en

programas de significación cultural. Y si los integran se perciben como programas complejos y excluyentes teniendo consecuencias graves para las comunidades en general, ya que empobrece la vida cultural y sin darse cuenta homogeniza las identidades, se pierden todos aquellos valores y bienes que los hacen únicos y reduce las proyecciones a futuro de los jóvenes en particular, pues se limita la capacidad de participar y nutrir significativamente la sociedad. Al respecto El Comité del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO determina:

“El patrimonio cultural y el patrimonio natural están cada vez más amenazados de destrucción, no sólo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más temibles” [...] “El deterioro o la desaparición de un bien del patrimonio cultural y natural constituye un empobrecimiento nefasto del patrimonio de todos los pueblos del mundo” (UNESCO, 1972)

Afortunadamente, en la actualidad organismos como la UNESCO ha visibilizado la falta de conocimiento y conciencia sobre el patrimonio cultural. Gracias a esto, ha aumentado la necesidad por parte de diferentes instituciones educativas y gubernamentales de apostarle a la creación de nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje con enfoques novedosos principalmente digitales, ya que estas son herramientas más cercanas, accesibles y las cuales logran captar la atención de todos. Estos recursos se han constituido en mediadores efectivos que apoyan procesos de pérdida, deterioro y destrucción del patrimonio cultural,

y permiten generar conciencia sobre la necesidad de conocer las raíces, la importancia de valorar la memoria histórica y cultura y transmitirla de generación en generación a través de su contenido e interacción.

Para comenzar con el proceso de "Reconstrucción de una identidad", es importante visibilizar por que se pierde el interés hacia estos bienes patrimoniales, que hace que pasen a un segundo plano para un grupo social, o cuales son los nuevos hechos o espacios que adquieren valor para cada individuo, que logran convertirse en su propio patrimonio y hacia los cuales se generan vínculos tan fuertes que permiten desarrollar nuevas formas de relación hacia estos, con lo que posteriormente establecen redes con seres más queridos. Los jóvenes toman un rol principal en esta problemática, ya que les corresponde tener la responsabilidad de preservar y proteger el patrimonio en el tiempo, como aquellas generaciones con la capacidad de respetarlo, protegerlo y transmitirlo.

Estas acciones se pudieron evidenciar en los espacios (talleres) de sensibilización realizados con un grupo de jóvenes de Editores de ciudad – Casa Morada del Barrio San Javier, Medellín; los Vigías del patrimonio del Municipio de Titiribí, Antioquia y con un grupo de estudiantes del Colegio – Universidad UPB de la ciudad de Medellín.

Algunos de los jóvenes participantes se vieron atentos e interesados a participar en la totalidad de las actividades planteadas dentro del taller y dar a conocer sus diferentes realidades, compartían los hechos o espacios a los que ellos y sus seres queridos han convertido en su propio

patrimonio, pues les han brindado tanto valor, tienen diversas historias por contar vividas allí en lo que consideran su territorio, que es evidente los diferentes vínculos creados con estos, las ganas de darlos a conocer a los demás, las estrategias que usan para cuidarlos, para continuar vinculando a más individuos a estos, concientizarlos de la diversidad de sus territorios propios, los cuales tal vez en la vida cotidiana pasaron desapercibidos. En concordancia con este hallazgo Olaia Fontal expresa:

El patrimonio forma parte del ser humano, de su entorno y su vida diaria, impregna el territorio en el que habita, por ello es necesario integrarlo en la sociedad. Así, siempre y cuando se establezca un vínculo afectivo tanto a nivel individual como colectivo generando relaciones de identidad entre una persona o comunidad, ese bien es considerado patrimonio (Fontal, 2013).

La sensibilización de una comunidad hacia lo que considera su patrimonio propio, se convierte en un factor de mucha importancia ya que brinda herramientas para que sea más sencillo atribuir valores al patrimonio que los rodea, se activan elementos afectivos del individuo hacia su entorno. Una comunidad que no conoce su patrimonio, no lo valora, no lo protege, por tanto, no podrá intervenir de una manera adecuada para buscar su conservación. Con la sensibilización se busca generar un aprendizaje situado y significativo a partir de 3 elementos afectivos claves, estos son: la motivación, la intención y el interés.

## El proceso de comprensión de la educación patrimonial

Como se ha determinado anteriormente, la sensibilización se establece como un medio eficaz para la generación de conocimiento alrededor del tema del patrimonio cultural. Olaia Fontal en su tesis doctoral "La educación patrimonial. Definición de un Modelo Integral y Diseño de Sensibilización" del 2003, establece una metodología educativa enfocada en la educación patrimonial para potenciar las dinámicas relacionales entre individuos y sus comunidades, a favor del conocimiento de sus propias raíces y en beneficio del entendimiento mutuo para quienes tienen culturas diferentes. Además, su tesis es clave para adelantar ejercicios de salvaguarda de los bienes patrimoniales que se encuentran en peligro de olvido, deterioro y mejorar la relación entre generaciones, y establece criterios para que no se pierda o se destruya por descuido o pérdida de información valiosa en medio del proceso de la globalización.

Según Olaia Fontal (2020), la secuencia de sensibilización está compuesta por 6 procedimientos claves, en los cuales se debe avanzar de forma cíclica, ya que cada uno se retroalimenta y depende del anterior (ver figura 1).

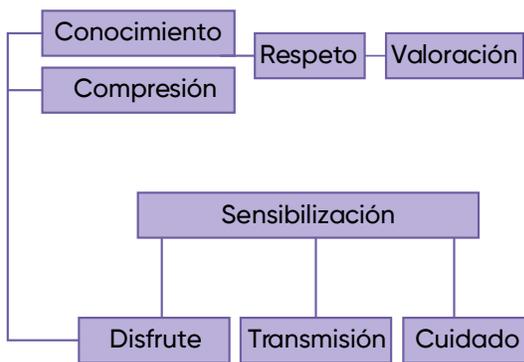


Figura 1. Secuencia de sensibilización

Esta secuencia que vincula personas y patrimonios parte del "conocimiento" como estrategia principal y más genérica, ya que supone que, sin conocimiento de la existencia no hay posicionamiento afectivo, adicionalmente, lo inexistente no nos afecta directamente.

Para conocer es necesario identificar y reconocer para poder conceptualizar; el conocimiento obtenido permite la "comprensión", segundo proceso de la sensibilización, hacia hechos u objetos (bienes patrimoniales) que tienen sentido, lógica, interés personal y/o importancia, lo que permite justificar los motivos que le relacionan con dicho bien, este proceso se compone del encontrar el significado de dicho bien y la justificación.

la comprensión nos permite e impulsa a "respetar", tercer proceso de la secuencia, todo aquello que comprendemos, se es capaz de dotarlo de importancia, más allá de la que pueda tener por el simple hecho de existir, pero gracias al vínculo establecido con las personas, puede llegar a ser muy importante.

El respeto obtenido nos ayuda a "valorar", cuarto proceso de la secuencia, debido a que valoramos aquello que comprendemos por que adquiere un significado personal. La valoración propia variará en función de las sensaciones y emociones que nos produce el patrimonio.

Una vez el sujeto adquiere la capacidad de valorar bienes patrimoniales, naturalmente se sentirá incentivado a "cuidarlo" protegerlo y conservarlo de factores externos negativos, quinto proceso de la secuencia. En este punto ya se han creado vínculos y se han atribuido valores hacia estos,

conservar es intervenir y puede ser material o físico, o inmaterial por conocimiento y sentimiento.

Una vez llegado hasta este paso de la secuencia de sensibilización hacia bienes patrimoniales y con la introspección a conciencia por parte de los individuos, se podría afirmar que estos se encuentran en la capacidad de "disfrutar" del patrimonio, sexto proceso de la secuencia, donde se recurre a los sentidos para obtener información que nos proporcione el placer y cariño de ver las cosas, saber leerlas y escucharlas, reconocer su importancia, recordarlas por su olor o imagen.

La sumatoria de todas las respuestas positivas hacia el patrimonio obtenidas en cada una de las etapas que componen la secuencia, finalizan con una respuesta tan positiva por parte de los individuos, que les da la capacidad adquirida para "transmitir" el patrimonio, de darlo a conocer.

Una persona que ya está sensibilizada o es sensible, tiende a cuidar, disfrutar y transmitir el patrimonio de generación en generación, por lo que se convierte en generadora de conocimiento, personaje clave dentro de una sociedad en continua construcción. De este modo, cobra sentido la organización circular de la secuencia: las personas sensibilizadas tienden a disfrutar y, como consecuencia del disfrute, reproducen las cadenas transmisivas para que otras personas puedan compartir o vivenciar el disfrute.

## Conocer + Comprender = Respetar

El proyecto LUPA se centró en el cumplimiento de los primeros objetivos educativos de la propuesta de Fontal, conocer para comprender, por considerarlos básicos para un aprendizaje significativo, además por el tiempo y recursos del proyecto. El conocer se ubica como el primero dentro de la secuencia de sensibilización propuesta por Olaia Fontal y dentro del proyecto de investigación, tal vez como uno de los más importantes para dar partida, ya que con el recurso digital propuesto como resultado final, se busca dar a conocer el patrimonio como un sistema, el cual se establecerá como foco de estudio y análisis de los diferentes referentes de recursos digitales sobre educación patrimonial, tanto formales en proyectos de carácter gubernamentales, en instituciones educativas y no formales como apps digitales que fomentan la educación patrimonial a través de la sensibilización como metodología educativa. Adicionalmente se toma como partida para definir los contenidos, propósitos, ayudar a determinar cuál es la realidad que se busca transformar y a la cual se desea contribuir basado en la experiencia educativa y lúdica, mediante el Recurso Lúdico Digital (RELD), objetivo principal del proyecto.

Se centran además los esfuerzos del proceso de investigación en la carencia del conocimiento hacia el patrimonio cultural por parte de los jóvenes, con el fin de rescatarlo, comprendiendo como los jóvenes se relacionan con la ciudad o territorio que habitan y las circunstancias bajo las cuales han decidido brindarle importancia a algunos bienes para ser rescatados del olvido e integrados a

su memoria colectiva, para finalmente darlo a conocer y compartir de forma atractiva proponiendo experiencias lúdicas digitales, ya que se encuentran en una edad donde pueden comprender la importancia de dichos bienes, resaltar sus raíces, antepasados e historias para posteriormente crear vínculos con estos y convertirse en agentes activos, donde se preocuparán por continuar transmitiéndolos, evitando la destrucción y deterioro de dicho legado.

Una de las claves para comprender el patrimonio y sentirse parte de este, es entenderlo como construcción social, bajo un determinado proceso en el tiempo, donde sus componentes están naturalmente dados a la sociedad, quienes seleccionan y deciden cuáles son los objetos que deben perdurar en la memoria colectiva, ya que es el presente quien interpela al pasado para preservarlo, de dicha afirmación, es que algunos bienes han sido guardados, ignorados y/o descuidados según los valores, concepciones o necesidades que los usuarios desean atribuirles a cada uno de dichos bienes, este proceso se evidencia a lo largo de toda la vida, ya que las personas son el centro de las acciones de patrimonialización, donde sus decisiones giran en torno al bien cultural, basadas en valores culturales con el fin de generar valores universales.

El conocimiento y la comprensión son los primeros procedimientos continuos dentro de la secuencia vista anteriormente, estos son inseparables en términos cognitivos, conocer tiene que ver con informarse sobre algo, tener el deseo por aprender, dar las claves de que es y cómo es, es decir, el proceso de conocer lleva de forma fluida y sorpresiva a la comprensión,

y es de esta manera, el sujeto va conociendo y comprendiendo un bien, respetándolo y poniéndolo en valor.

El proceso sobre cómo se puede dar a conocer el patrimonio es sumamente variado e innovador, el cual se ha convertido en un objetivo dentro de la investigación y los talleres presenciales realizados con diferentes grupos de jóvenes (Centro cultural Casa Morada en el Barrio San Javier, y los jóvenes pertenecientes al programa vigías del patrimonio en el Municipio de Titiribí, Antioquia); en estos se pudo evidenciar como el conocimiento hacia su propio patrimonio puede ser tan atractivo que disfrutan del transmitirlo y compartirlo entre habitantes de un mismo lugar o visitantes, logrando capturar la total atención de los sujetos a los que desean instruir. Igualmente se pudo evidenciar en una proporción menor la falta de interés y el olvido como factor presente hacia su patrimonio, dejando claro la cercanía e interés de los jóvenes hacia los recursos tecnológicos, lo cual nos ayudó a ratificar que este es el camino y recurso preferido, por el cual se debe dar a conocer al patrimonio, siempre fundamentado en criterios metodológicos de la educación expandida.

Adicionalmente, el conocer pretende generar procesos de aprendizaje basados en los conocimientos del patrimonio cultural, que irían desde conocimientos de carácter científico-académicos hasta las vivencias y conocimientos populares, los cuales en la actualidad son sumamente valorados. Será necesario abordarlos integralmente, desde varias disciplinas que permitan generar aprendizajes significativos para crear vínculos con los usuarios, donde posteriormente, el procedimiento de comprender, pone

su énfasis en los usos, significados y dinámicas sociales que apuntan a los bienes patrimoniales en una comunidad. De esta forma las prácticas educativas deberán orientarse a ayudar a los usuarios a conocer sus propias tramas sociales que han permitido y logrado conservar el patrimonio a lo largo de la historia.

## **La sensibilización por medio de recursos TICS**

De acuerdo a la amenaza de la pérdida del reconocimiento de valores patrimoniales en poblaciones jóvenes que se ha evidenciado en los últimos años, instituciones como la UNESCO han creado estrategias educativas como el proyecto “Educación y Patrimonio Mundial en América Latina y el Caribe”, (2023) que incluye una serie de aplicaciones móviles, a partir de los cuales han volcado su atención a interrogantes directamente relacionados con el papel que juegan los jóvenes en la conservación del patrimonio cultural, especialmente en cuanto al problema de la transmisión y construcción de valores entre generaciones y el territorio que habitan. Temas en los que se puede profundizar más desde instituciones formales y no formales, como: la enseñanza de oficios tradicionales, los cambios demográficos en las últimas décadas, diversidad cultural que enriquecen los territorios que se habitan, etc.

Sin embargo, para que esto sea una realidad, se debe contar con la preparación correcta de los docentes y que estos cuenten con herramientas innovadoras que logren captar la atención de niños y jóvenes. Las nuevas herramientas tecnológicas se

constituyen en fuente de conocimiento y motivación para alentar a los jóvenes a comprender y apreciar mejor su patrimonio, a participar y contribuir de manera significativa a su sociedad, entendiendo que en la actualidad los jóvenes se inclinan hacia la valoración de lo inmaterial como sus tradiciones, las cuales por decisión propia son rescatados del olvido para ser integrados en la memoria colectiva.

A partir del arduo deseo de crear herramientas para ayudar a los diferentes procesos educativos y atraer mayor público joven, se posicionan las TICS “Tecnologías de la información y la comunicación” como un recurso accesible por muchos y desde cualquier lugar del mundo.

Durante la segunda década del siglo XXI, se crearon nuevos recursos llamados “TICS”, los cuales se continúan implementando y han continuado evolucionando hasta la actualidad; estas han sido herramientas educativas claves hacia la valoración del Patrimonio Cultural, pues se instauraron como un complemento innovador para el proceso educativo, por la cercanía que logra obtener con los jóvenes, ya que permiten comprender la realidad social para formar en el usuario un pensamiento crítico y creativo, con el fin de intervenir socialmente transformando la realidad, en la medida que permitan alcanzar las competencias sociales y cívicas, y desarrollar novedosas formas de entender y dar a conocer la historia, el arte y el patrimonio con el cual se pueden sentir identificados y propios de un territorio, es decir, logran sensibilizar a sus usuarios de una forma divertida y pedagógica.

Estas se enfocan en el diseño de experiencias de aprendizaje desarrollando procesos cognitivos que posicionan el patrimonio como sistema; una forma de implementar las TICS en el campo del Patrimonio fue mediante el desarrollo de APPS sobre educación patrimonial, las cuales para ser aceptadas de la mejor forma en el medio por los usuarios deben ser sencillas, usables, atractivas y accesibles; dentro del uso de estas se trata de dejar como mensaje en el medio que el verdadero agente innovador son las personas mediadoras que utilizan las TICS como herramientas de enseñanza. En Colombia una de las más reconocidas es Machín Machón una aplicación móvil de patrimonio cultural para niños.

Los principios bajo los que estos operan, son los siguientes: Facilitar el acceso a la información fácil y rápida en cualquier formato, esto es posible a través de la inmaterialidad, es decir, de la digitalización de la información para tener acceso en dispositivos lejanos. La inmediatez ya que la información tiene la capacidad de ser compartida instantáneamente, permite la comunicación bidireccional entre varias personas, esto es utilizado cuando se trata de foros, mensajería instantánea, videoconferencias; con relación a estas en cuanto a la educación patrimonial se denominan 3 líneas de profundización que son:

1. Aprender a aprender: ya que "implica que el alumno desarrolle su capacidad para iniciar el aprendizaje y persistir en él, organizar sus tareas y tiempo, y trabajar de manera individual o colaborativa para conseguir un objetivo"

2. Las competencias sociales y cívicas: que hacen referencia a las "capacidades para relacionarse con las personas y participar de manera activa, participativa y democrática en la vida social y cívica"

3. La competencia digital: que muy entroncada con las dos anteriores, y muy transversal, implica el "uso seguro y crítico de las TIC para obtener, analizar, producir e intercambiar información" (Ibáñez-Etxeberria, 2016).

Actualmente, ya sea para una persona, empresa u institución, poder acceder a las TICS es un requisito importante para participar de una sociedad cada vez más dependiente de la tecnología desde edades tempranas. Las TIC serán un elemento dinamizador fundamental en la sociedad. Por consiguiente, el lograr colectivamente que utilicen estas de forma educativa, será un privilegio para quienes las desarrollan pues ya no serán netamente utilizadas con fines didácticos, tendrán mayor capacidad de decisión e influirán en la construcción del conocimiento.

### **Recursos digitales de educación patrimonial**

Dentro de los diferentes procesos educativos tanto formales como no formales, se evidenció el poder y alcance de sensibilización hacia jóvenes y niños que han logrado cumplir los nuevos recursos educativos lúdicos digitales para dar a conocer el patrimonio de una forma divertida y fácil, partiendo del juego como instrumento clave en esta relación. Los recursos digitales funcionan como un agente socializador que permite ver

el aprendizaje de una forma activa, el cual genera constantemente diversas emociones mientras se interactúa con el conocimiento, motivando al usuario a continuar involucrándose con este, haciendo del proceso de aprendizaje significativo y divertido específicamente en los jóvenes. La tecnología móvil se constituye en un nuevo agente clave para generar cambios en las nuevas generaciones a través de un mensaje contundente en el usuario, ya que son aquellos actores que siempre están intrigados sobre infinidad de temas, los cuales están abiertos a aprender y dejarse

guiar ya que evidencian mediante el juego que, si algo vale, significa que me importa y si me importa, merece ser cuidado y transmitido.

Con el fin de evidenciar dichos alcances en las apps relacionadas con la Educación Patrimonial que se han lanzado en los últimos años, se revisó el estado del arte determinando contenidos y componentes significativos en relación a los procesos de sensibilización como metodología educativa en general, algunas de las más importantes son:

### App La casita de artistas

<p>¿De qué se trata? Esta es una App gratuita enfocada en niños entre los 4 y 12 años, creada por El Banco Davivienda, con el propósito de preservar y difundir en edades tempranas la vida y obra de los grandes maestros de las artes plásticas más representativos de Colombia como: Ana Mercedes Hoyos, Carlos Rojas, Francisco Cano, Gregorio Cuartas, Eduardo Ramírez Villamizar, Débora Arango, Hugo Zapata, Ethel Gilmour, Omar Rayo y Manolo Vellojín. Además de estimular el desarrollo de talento y capacidad de expresión artística de sus usuarios mediante el juego, videos, libros interactivos y recorridos por talleres los diferentes mundos de los artistas para conocer sus principales obras y hacer sus creaciones propias y compartirlos con los demás usuarios de la App.</p>	
<p><b>App en función de la sensibilización como metodología educativa</b></p>	<p><b>App enfocada la secuencia de sensibilización propuesta por Olaia Fontal</b></p>
<p>La App Casita de Colores emplea la sensibilización como metodología educativa, ya que uno de sus propósitos es promover la creación de actitudes positivas de respeto, conocimiento, valoración y tolerancia frente a la memoria, la herencia, la identidad en este caso artística propia colombiana, la cual ha llevado el nombre del país en el ámbito internacional y merece ser conservada por su importancia dentro del mundo artístico; adicionalmente los usuarios interactúan con esta bajo la modalidad de aprender jugando de manera sencilla.</p>	<p>Con respecto al objetivo de aprendizaje de la App, esta se localiza dentro del primer procedimiento de la secuencia de sensibilización, el cual corresponde a Conocer para Comprender, ya que la App busca principalmente dar a conocer a sus usuarios los artistas colombianos dignos de conformar la memoria artística del país y que sus obras y las técnicas empleadas en estas, pertenezcan a la herencia colectiva del país y los usuarios puedan comenzar a involucrarlas en sus desarrollos artísticos.</p>

## Patrimonito-Unesco

¿De qué se trata? Patrimonito es un recurso educativo lúdico propuesto desde la Unesco, el cual fue creado en 1995 por un grupo de estudiantes durante un taller en el 1er Foro Juvenil del Patrimonio Mundial realizado en Bergen, Noruega. Los jóvenes estudiantes diseñaron Patrimonito sobre la base del Emblema del Patrimonio Mundial, que simboliza la interdependencia de los sitios culturales y naturales: el cuadrado central es una forma creada por personas y el círculo representa la naturaleza, los dos están íntimamente vinculados; el emblema es redondo como el mundo y al mismo tiempo símbolo de protección, ya que el personaje representa a un joven guardián del patrimonio y como se pueden combatir o evitar los diversos factores que son enemigos y generan destrucción hacia los bienes, Patrimonito ha sido adoptado como la mascota internacional del Programa de Educación del Patrimonio Mundial para jóvenes. El recurso presenta una serie de videos-episodios informativos y en varios idiomas, los cuales permiten dar a conocer y dejar en evidencia las amenazas, donde en su mayoría son provocadas por el hombre que presentan algunos bienes patrimoniales (bienes naturales, culturales) en diferentes países del mundo (Cuba, Noruega, Nueva Zelanda, Etiopía, Federación Rusa, República Democrática del Congo, Ruanda, Uganda, Australia, España, Perú, Líbano, China, República de Corea India y Camerún), y como se puede generar conciencia sobre la importancia de dichos bienes para contribuir a evitar su destrucción.

<b>App en función de la sensibilización como metodología educativa</b>	<b>App enfocada la secuencia de sensibilización propuesta por Olaia Fontal</b>
<p>Se puede evidenciar la sensibilización como metodología educativa empleada en el recurso mediante dos puntos claves, ya que logran enfocarse en fomentar acciones de respeto y conciencia por parte de sus usuarios hacia los bienes patrimoniales que rodean diversas culturas mostradas en los videos. Adicionalmente fomenta la sana convivencia y entendimiento hacia la diversidad para desarrollar empatía y contar con la adecuada aceptación de las personas y los vínculos que puedan haber desarrollado en relación con los que consideran como sus bienes patrimoniales.</p> <p>Facilita la colaboración con las comunidades para mejorar las formas de protección y reducir los enemigos o factores negativos que solo llevan al deterioro y olvido de dicho patrimonio.</p>	<p>Con respecto al objetivo de aprendizaje del recurso Patrimonito, se localiza dentro del segundo procedimiento de la secuencia de sensibilización que corresponde a comprender para respetar; ya que para tratar de evitar las acciones destructivas y negativas hacia los bienes patrimoniales que se encuentran en diversos territorios, que son un irrespeto a la memoria e identidad colectiva, actos que se ven respaldados por falta de comprensión e importancia sobre el bien patrimonial, buscando mediante el recurso que el usuario encuentre el significado de dicho bien y la justificación, el porqué de dicha elección, encontrando finalmente la razón que permite que el usuario respete y proteja dicho bien.</p>

## Malú y los acertijos

El juego permite conocer los objetos de la historia popular material colombiana y emprender el reto de recuperar la identidad cultural de las diferentes regiones a través de 10 niveles que presenta, de los cuales siempre tiene como prueba no dejarse derrotar por el olvido. Cada nivel tiene una temática diferente. El libro amuleto se inspira en el Atlas lingüístico-etnográfico de Colombia (ALEC)

“Malú y los acertijos es el primer videojuego de un museo en Colombia”

<b>App en función de la sensibilización como metodología educativa</b>	<b>App enfocada la secuencia de sensibilización propuesta por Olaia Fontal</b>
<p>Este videojuego involucra la sensibilización como metodología educativa dentro de su propósito, ya que a través de sus 10 niveles busca transformar la percepción que tiene el usuario sobre la historia popular colombiana, donde se busca dar a conocer sobre estos y generar conciencia sobre la falta de conocimiento, con el fin de aumentar el deseo por continuar indagando sobre los hechos vistos de manera superficial en el juego, además se muestra como una manifestación de respecto en pro de la salvaguardia de la identidad Colombiana.</p>	<p>Con respecto al objetivo de aprendizaje del videojuego se localiza dentro de los primeros procedimientos de la secuencia de sensibilización, que son conocer para comprender y comprender para valorar, ya que el juego ayuda en la adquisición de un conocimiento con el fin de remediar una situación desfavorable que es el poco o nulo conocimiento y conciencia sobre la historia popular colombiana, para valorarla, debido a que valoramos aquello que comprendemos por que adquiere un significado personal o social según sea el caso, la valoración propia variará en función de las sensaciones y emociones que genera dicho bien patrimonial.</p>

## Conclusiones

La sensibilización en la educación patrimonial, se realiza con el objetivo de promover un cambio de actitudes y comportamientos en la sociedad sobre el patrimonio cultural, que ayudan a consolidar conocimientos asociados a la memoria, historia, costumbres, etc. Desde esta perspectiva es importante que los procesos de sensibilizaciones de la identidad cultural no estén alejados de los procesos pedagógicos; es en los contextos educativos, formales y informales, donde, se consolida el sentido de pertenencia de los sujetos que habitan un determinado territorio.

En este sentido entendemos la sensibilización como un proceso que ofrece a las personas información directa sobre el patrimonio cultural de su territorio, con el objetivo de conseguir que la gente se sienta identificada con las realidades culturales y darles la posibilidad de participar en su gestión y salvaguarda.

Además de lo anterior, no debe desconocerse que la sensibilización va de la mano de la capacitación, y ambos se constituyen en elementos importantes de los procesos de enseñanza – aprendizaje del patrimonio cultural. Estos

dos conceptos mantienen relaciones de interdependencia e interinfluencia. En la medida en que sea mayor el conocimiento sobre el patrimonio cultural aumenta también la sensibilización con el tema.

En el desarrollo del proyecto LUPA, se identificaron algunos retos que se constituye en desafíos a sortear desde la educación patrimonial.

1. Es necesario visibilizar más, a través de un mayor número de recursos, información relacionada con la gestión y salvaguarda del patrimonio cultural, así como los elementos culturales presentes en un territorio. Esto facilitaría ampliar el conocimiento asociado en poblaciones específicas, a través del intercambio y la diversidad de perspectivas teóricas y metodológicas para su consecución.

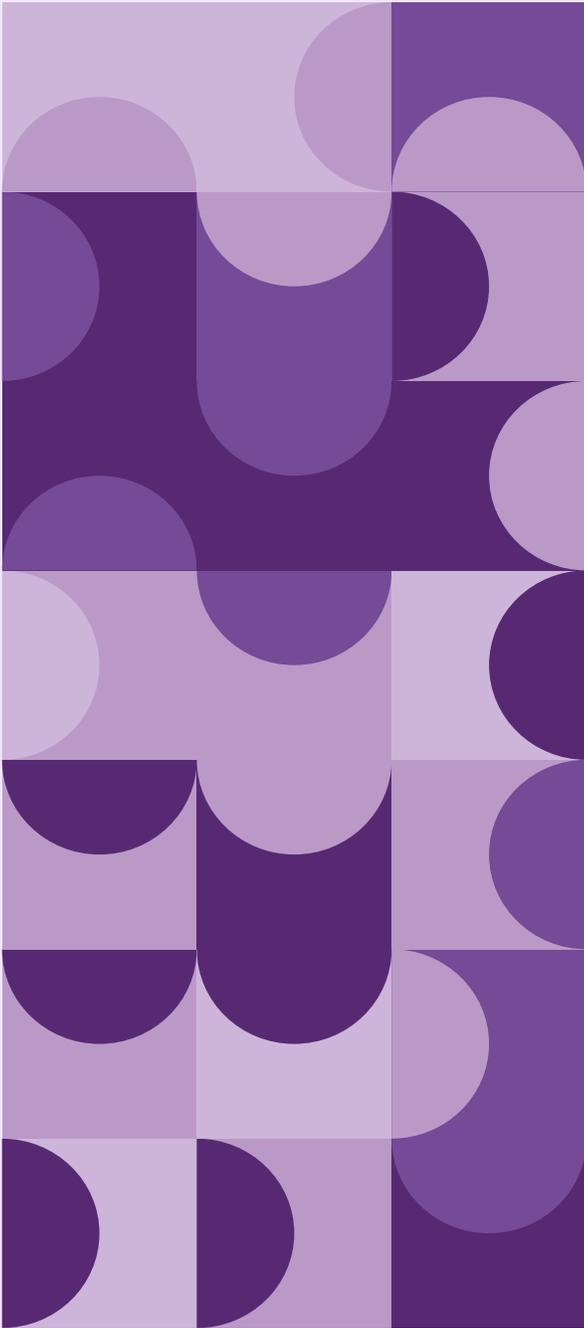
2. Aumentar la integración entre la Academia y las instancias que trabajan en pro del patrimonio cultural y las comunidades, con el fin de superar los procesos de socialización estrictamente académicos y lograr convertirlos en escenarios experienciales de construcción de saberes más dinámicos y activos.

3. Por último, se impone la necesidad de desarrollar aplicaciones en temas de patrimonio cultural ya que estas han experimentado una gran expansión en el sector educativo. Las experiencias analizadas anteriormente dan cuenta de la facilidad de uso en cualquier momento y lugar siendo una de las principales ventajas que estas aplicaciones pueden aportar a la educación. Mas aun cuando desde el ministerio de educación nacional impulsó en 2012 el diseño e implementación de la Estrategia Nacional de Recursos Educativos

Digitales Abiertos (REDA), como un programa de que busca potenciar las capacidades de las comunidades educativas en el uso de las TIC para enriquecer sus prácticas educativas y la calidad de la educación.

El uso de la tecnología ha dejado de ser una opción, para convertirse en un requisito en el mundo actual, por lo que es natural que se haya abierto paso en la configuración del modelo del entorno del sistema educativo.

El uso de la tecnología en la mediación de experiencias de sensibilización permite profundizar en sus fundamentos y evaluar la efectividad de las estrategias de enseñanza – aprendizaje en torno a la educación patrimonial.



## Referencias

Bajec, J. (2019). The Interpretation and Utilization of Cultural Heritage and Its Values by Young People in Slovenia. Is Heritage Really Boring and Uninteresting?. *Etnoloska Tribina*, 49 (42), pp. 173-193

Ballart, J. Fujola, J. Petit, M. (1996). "El valor del patrimonio histórico". *Complutum Extra*, 6 (2), pp. 215-224

Barrera, A. (2012). El proceso de sensibilización como metodología para la aceptación y reconocimiento del ser. *Revista Senderos Pedagógicos*, (3), pp. 59-70

Careaga, A. (2015). El Patrimonio cultural desde las voces de los jóvenes. Un punto de partida para la educación patrimonial. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 6 (1), pp. 51-70

Cuenca, J. (2002). El patrimonio en la Didáctica de las Ciencias Sociales: análisis de concepciones, dificultades y obstáculos para su integración en la enseñanza obligatoria. [Memoria para optar el grado de doctor. Universidad de Huelva].

Fernández, J. (2020). Ecosistemas de innovación social-patrimonial. Definición y estudio de casos PH. *Revista PH del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 99, pp. 64-97.

Fontal, O. Portolés, Á. Sánchez, A. Ballesteros, T. Ibáñez, Á. De Castro, P. (2020). *Cómo educar en el Patrimonio, Guía práctica para el desarrollo de actividades de educación. Comunidad de Madrid.*

Fontal, O. (2003). *La educación patrimonial. Teoría y Práctica en el aula, el museo e Internet. Trea*

García, S. (2007). Estrategias educativas para la valoración del patrimonio cultural en la educación básica en Venezuela. *EDUCERE*, (39), pp. 673-681

Hernández, F. (2003). El patrimonio como recurso en la enseñanza de las ciencias sociales. En Ballesteros, D.- Fernández, C.- Molina, J.A. - Moreno, P. (Coords.). *El patrimonio y la didáctica de las ciencias sociales* (pp. 455-466). Cuenca: AUPDCS-Universidad de Castilla La Mancha.

Ibáñez-Etxeberria, A. Kortabita, A. (2016). *Apps, redes sociales y dispositivos móviles en educación patrimonial. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*

Marín-Cepeda, S. Fontal, O. López, S. (2013). *La Educación Patrimonial, del patrimonio a las personas. Trea*

Mendoza, F. Terranova, J. Zambrano, V. Macías, M. (2014). *Estrategias de sensibilización y atención para*

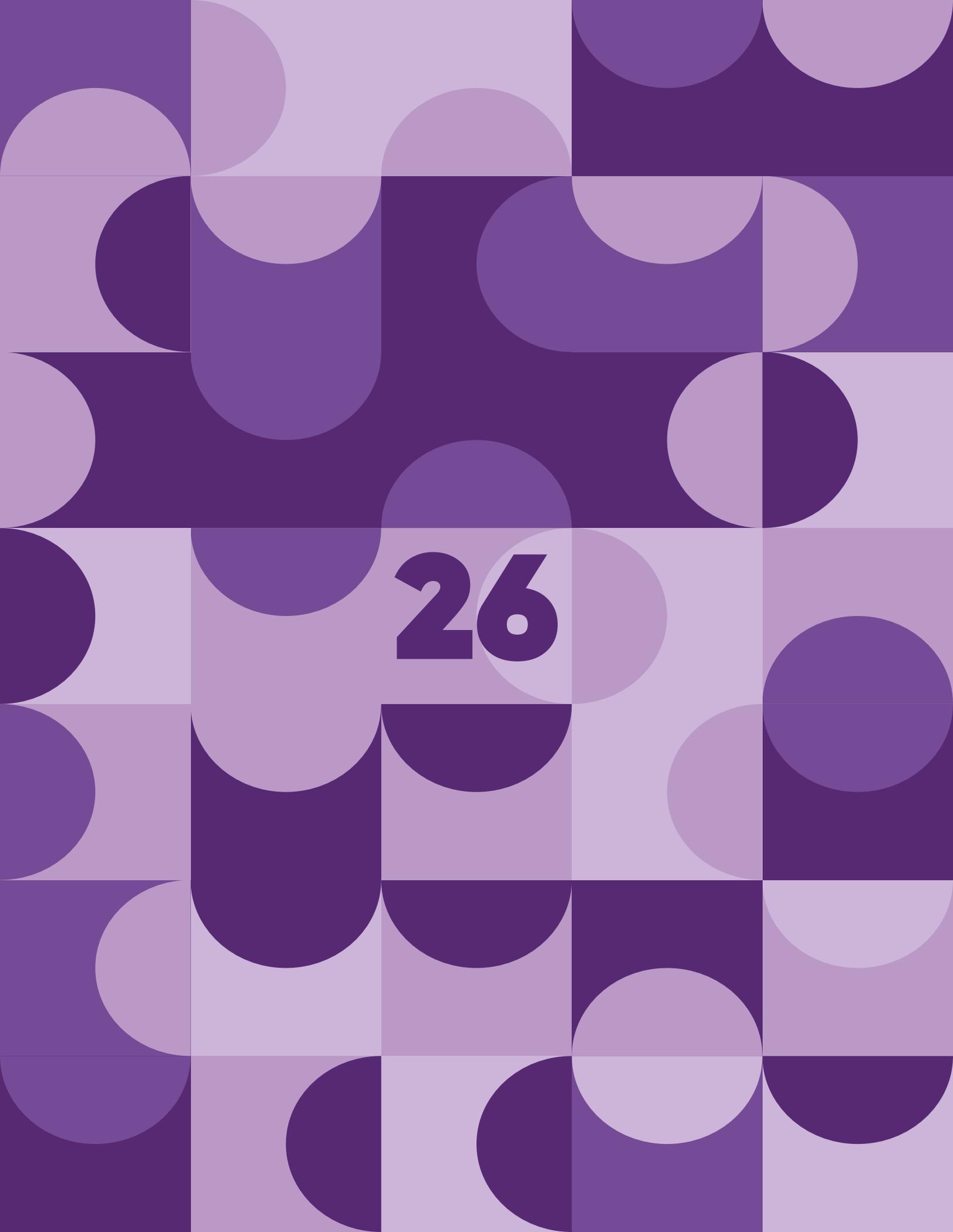
la generación de interés en el aprendizaje de lengua. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), pp. 17-3

MPLP. (2021). Plan estratégico área de sensibilización. <https://www.mpdl.org/sites/default/files/181211-plan-sensibilizacion.pdf>

Portolés, A. (coord.). (2017). *¿Qué es para ti una comunidad patrimonial? Las #comunidadesciep. En Memòria Viva. Publicación del proyecto Patrimonio del Programa de Extensión Universitaria 9* (pp. 53-60). Castellón: Universitat Jaume I.

Sánchez, A. (2013). "Restauración y metamorfosis de los valores del patrimonio cultural". *Espacio, tiempo y forma, Serie VII (Historia del Arte N. Epoca)*, pp. 347-372.

UNESCO. (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural.* <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

The background features a complex, abstract pattern of overlapping squares and circles in various shades of purple, from light lavender to deep, dark violet. The shapes are arranged in a grid-like fashion, with some circles partially overlapping the corners of the squares. The overall effect is a textured, layered geometric design.

**26**

# El diseño participativo como una herramienta generadora de una estrategia de visibilización autogestionada del Festival de la cosecha de Popayán

## Co-design as a tool to generate a self-managed visibility strategy for the Popayán Festival de la cosecha.

Lina Valentina Vargas Vargas<sup>1</sup>; Daniel Antonio León Blanco<sup>2</sup>

### Resumen

El Festival de la Cosecha es una organización a través de la cual productores de diferentes zonas del departamento del Cauca y del municipio de Popayán ofertan productos con una conciencia orgánica y agroecológica. Esta organización presenta múltiples carencias comunicativas al no contar con un plan de comunicación estratégica acorde a sus posibilidades, lo que a pesar de sus cinco años de existencia ha dificultado su visibilización y reconocimiento. En ese sentido, surge la necesidad de proponer un plan de comunicación autogestionado, construido desde un enfoque participativo incluyendo a los productores en un proceso de diseño abierto a interactuar a través de capacitaciones con miras hacia la autogestión con la finalidad de tener como resultado una estrategia de comunicación visual representativa y acorde a las necesidades comunicativas del Festival de la cosecha.

**Palabras clave:** Diseño participativo, Festival de la cosecha, Autogestión, empoderamiento.

### Abstract

El Festival de la cosecha is an organization through which producers from different areas of the department of Cauca and the municipality of Popayán offer products with an organic and agroecological conscience. This organization has multiple communication deficiencies because it does not have a strategic communication plan according to its possibilities, which despite its five years of existence has hindered its visibility and recognition. In this sense, the need arises to propose a self-managed communication plan, built from a participatory approach including producers in a design process open to interact through training with a view to self-management in order to have as a result a visual communication strategy representative and according to the needs of visibility of Festival de la cosecha.

**Keywords:** Participatory design, Harvest Festival, Self-management, empowerment.

---

<sup>1</sup> Lina Valentina Vargas Vargas, Joven investigadora, Colegio Mayor del Cauca, Diseñadora visual, lina.vargas@unimayor.edu.co.

<sup>2</sup> Daniel Antonio León Blanco, docente programa de Diseño Visual, Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, Diseñador Gráfico y Mg en Diseño y Creación Interactiva, leonblanco@unimayor.edu.co

## Introducción

El Festival de la cosecha es una organización con cinco años de trayectoria, sin ánimos de lucro, que agrupa a diversos productores y transformadores del Cauca enfocados en la elaboración de productos orgánicos, agroecológicos y artesanales, los cuales comercializan sus productos en un evento quincenal que se desarrolla los días viernes en la plazoleta de la Iglesia San Francisco en el centro de la ciudad de Popayán.

Esta iniciativa comenzó en el año 2018, cuando productores orgánicos de zonas rurales del Cauca con apoyo de la Corporación autónoma regional del Cauca decidieron agruparse para crear un mercado quincenal que ofrezca productos libres de químicos a la comunidad Payanesa.

La Corporación Autónoma regional del Cauca a través de su departamento de comunicaciones promocionaba el Festival de la cosecha en redes sociales a través de un afiche promocional quincenal que anunciaba la próxima versión del Festival de la cosecha, esta pieza gráfica se convirtió en un elemento de suma importancia ya que a través de ella fue posible dar a conocer al Festival de la cosecha especialmente en redes sociales, anunciando un próximo mercado y atrayendo así a una mayor cantidad de público a dicho evento, sin embargo al ser una tarea secundaria de la Corporación autónoma regional del Cauca la emisión de este afiche empezó a presentar inconvenientes como:

Debido a cambios administrativos, la Corporación Autónoma Regional del Cauca dejó de darle protagonismo al Festival de la cosecha a través de redes sociales.

El afiche promocional quincenal se emitía un día antes de que el Festival se llevara a cabo, lo que acortaba el tiempo de promoción del evento haciéndolo casi nulo.

Esto generó un gran problema de visibilización que se acentuó aún más cuando el Festival de la cosecha empezó a desarrollarse en otro sector, puesto durante cuatro años el mercado se llevaba a cabo en el puente del humilladero, en el centro de Popayán y a partir del año 2022 cambió su ubicación a la Plazoleta de la Iglesia San Francisco, lo que “despistó” a los clientes fieles que al desconocer el nuevo paradero del Festival llegaron a pensar que esta iniciativa había llegado a su fin.

Las problemáticas comunicativas comunitarias como una oportunidad para el diseño participativo

Frente a las problemáticas comunicativas anteriormente descritas los productores del Festival de la cosecha se vieron sumamente afectados, puesto que, al disminuir considerablemente el número de clientes, no había ventas y los productos se echaban a perder, afectando su economía familiar.

A pesar de dichos inconvenientes, los productores no pudieron hacer nada al respecto debido a sus nulos conocimientos en temas comunicativos y en el desarrollo de piezas gráficas, lo que derivó en que la visibilización y reconocimiento del Festival de la cosecha

se viesen afectados dada la falta de un plan de comunicación estratégica resultado de múltiples carencias de recursos como: conocimientos y equipos que faciliten la labor comunicativa y “promocional” del evento, de esta problemática surge

Dado lo anterior, surge la necesidad de empoderar a los productores del Festival de la cosecha a través del diseño como una guía que le permita a los participantes generar una estrategia de comunicación autogestionada construida desde un enfoque participativo dado el carácter comunitario de la organización, incluyendo a los productores en un proceso de diseño abierto que permita la obtención de conocimientos y productos de diseño representativos y acordes a las necesidades del mercado haciendo uso de las tecnologías y recursos disponibles actualmente.

Enfocándose en la obtención de información tanto interna como externa con el fin de conocer las aptitudes y actitudes de algunos productores interesados en conformar un “comité de comunicaciones” además de conocer los conceptos que podrían y de adelantar procesos participativos de capacitación que impulsen el propósito de autogestión estratégica planteada, desde una perspectiva en la que el diseño participativo es un facilitador de procesos de empoderamiento comunitario ajustándose al contexto de los participantes a través de un planteamiento estratégico que permita llegar a soluciones concretas y precisas en conjunto con los afectados por la problemática.

A través de la utilización del diseño participativo como metodología podemos considerar al diseño como una serie NO lineal de tomas de

decisiones que definen la forma de algún objeto, desde una perspectiva convencional dichas secciones son tomadas por personas especializadas en la producción de los objetos y las cosas (diseñadores) desde otra perspectiva se propone que entre más participen voces “no especializadas” los resultados serán más apropiados para las personas a quienes van dirigidos.

El diseño participativo es definido por Sanders (2002) como: “Un proceso en el que la creatividad de los diseñadores y de personas sin formación profesional en el campo del diseño trabajan simultáneamente en el proceso de creación. En esta metodología existe la idea de fondo de que todas las personas tienen la capacidad de diseñar y de ser diseñadores entendiendo el al diseño como un proceso explícito y abierto donde muchas personas pueden hacerse partícipes del desarrollo y los resultados”.

El diseño participativo no es solo la intervención de los implicados, se trata de investigar, reflexionar, comprender, proponer y apoyar los procesos junto a los participantes durante todo el proceso del proyecto. Según Begoña Gros, existen tres etapas en la metodología de co-diseño:

Descubrir: Esta es una fase de contextualización donde los diseñadores se familiarizan con las formas de trabajo de los usuarios, se conoce su entorno y su comportamiento a través de métodos como: la observación, entrevistas, encuestas y la exploración de elementos empleados por el mismo. También se identifican quienes son los usuarios con más probabilidad de participación.

Idear: En esta etapa se esclarecen los objetivos, el enfoque y el resultado al que se quiere llegar con el proyecto.

Este paso es completamente interactivo entre el grupo de co-diseñadores. Como técnicas, se pueden incluir: talleres de creación, juegos de rol, guiones gráficos (story boards), sesiones de interpretación, mapas mentales, lluvias de ideas entre otros.

Prototipar: En esta última fase, se da forma a los elementos que se idearon en el paso anterior. Se ajustan las veces que sea necesario para llegar a la solución deseada. Aquí se aplican distintas técnicas de forma repetitiva con el objetivo de mejorar el producto, como la creación de maquetas, prototipo en papel, modelado en arcilla o plastilina entre otras. Es de vital importancia reiterar en esta fase para poder lograr los resultados deseados e imaginados, los cuales se difundirán al finalizar el proyecto, mediante presentaciones o exposiciones que todos los participantes puedan comprender, y puedan valorar para luego compartir sus impresiones.

El objetivo de este proyecto es visibilizar el festival de la cosecha de los productos orgánicos y agroecológicos por medio del aporte articulador del diseño visual transmitiendo los valores constitutivos y compromiso social del evento, a través del empoderamiento de los productores para la generación de estrategias y herramientas de comunicación autogestionadas con la finalidad de lograr el reconocimiento del mismo en la comunidad payanesa.

El desarrollo de este proyecto se ha dividido en las fases metodológicas descritas en la práctica del diseño

participativo: descubrir, idear y prototipar ajustándolas al contexto dado durante el desarrollo de este proyecto.

## **El contexto: una herramienta generadora de conceptos de diseño**

Para esta primera fase se llevaron a cabo dos actividades de contextualización que derivaron en conceptos de diseño claves para el planteamiento de una estrategia de comunicación visual, las cuales se describen a continuación:

**Taller participativo “El brote del Festival de la cosecha”:** buscó involucrar a las y los productores en la construcción conceptual de la estrategia de comunicación, en esta dinámica los diseñadores que guiamos este taller participativo nos familiarizamos con las formas de trabajo de los productores a través de una serie de preguntas que permiten diagnosticar el estado comunicativo actual del Festival de la cosecha y los conceptos con los que los participantes de la organización desean ser representados, ya que como afirman Sanders y Simonds (2009) “la co-creación pone herramientas de comunicación y creatividad en manos de las personas que se beneficiarán directamente de los resultados”.

Esta recolección de información del entorno y la visión de los productores son de suma importancia para determinar a qué piezas gráficas se les puede dar un posible enfoque y determinar objetivos más claros para desarrollar en la fase de ideación.

A través de una serie de preguntas orientadoras durante el taller “El brote del festival de la cosecha” se recopiló información sobre lo que el Festival

significa para las personas: productores y público en general. Además, se buscó abrir un espacio para compartir ideas sobre la importancia social del Festival con el fin de identificar los valores organizacionales que se pretenden proyectar en la comunicación usando como herramienta el co-diseño o diseño participativo.

La inclusión de los productores del festival de la cosecha en la creación de conceptos que guíen una estrategia de comunicación a través del taller participativo “El brote del festival de la cosecha” no solo deriva del propósito de autogestión si no que a que también desde el punto de vista del diseño, existe la idea de fondo de que todas las personas tenemos la capacidad de diseñar y de ser diseñadores, como lo plantea Manzini, (2015) “Se trata de una habilidad propia del ser humano, surgida debido a la necesidad de encontrar soluciones a los problemas que pueden surgir tanto a corto como a largo plazo” por lo que no es una actividad exclusiva de “especialistas”, para lograr que esto ocurra de manera práctica en el mundo contemporáneo los diseñadores expertos tenemos que entender el proceso de diseño no como algo aislado, sino como algo explícito y claro donde los participantes pueden sumar al mismo.

**Datos del taller:** Este taller de aproximadamente 2 horas de duración, se realizó con la participación de 8 productoras, 1 productor y 3 participantes de la Corporación Autónoma Regional del Cauca, con edades comprendidas entre los 26 a 70 años de edad.

Este taller se elaboró con el esquema de un árbol de tomate a modo de

“mapa de actores” con la intención de relacionar la dinámica del taller con el contexto del festival (figura 1):

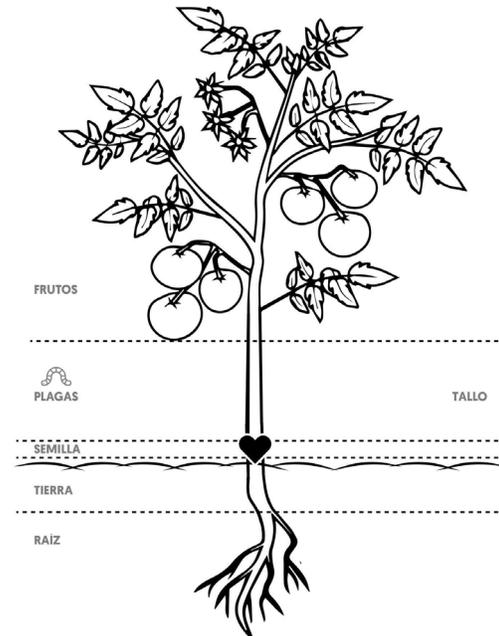


Fig. 1. Esquema del árbol de tomate para el taller participativo “El brote del festival de la cosecha”. Fuente: elaboración propia.

**La semilla:** representa los orígenes del festival y las motivaciones personales que lo llevan a ser parte de esta iniciativa.

- El tallo: representa aquello que sostiene al festival.
- Los frutos: esta sección buscó identificar con el grupo las expectativas y el futuro del festival.
- Los gusanos o las plagas: a través de este recurso el grupo ayudó a diagnosticar los retos de comunicación y a plantear posibles soluciones.
- La tierra: representa aquello que hace crecer al Festival de la cosecha.

- La raíz: Es la representación del origen del festival y su importancia a nivel local.

Los participantes contestaron las preguntas a través de post its amarillos si la respuesta se relacionaba con el festival; magentas si correspondía a su emprendimiento particular. Después de contestar las preguntas se dio paso a la sección “vamos a cosechar”, un grupo de discusión sobre los resultados del taller. En esa sección fue importante promover una reflexión sobre aquello que les interesa comunicar como organización.

Finalmente, las declaraciones de las y los asistentes se organizaron en una matriz temática de la cual se extrajeron insumos para la construcción conceptual de la estrategia de comunicación.

**Resultados:** Durante el desarrollo del taller participativo “El brote del Festival de la cosecha” se plantearon las siguientes preguntas claves según las partes del esquema del árbol de tomate para el desarrollo del taller:

- La semilla: ¿Qué significa el festival de la cosecha para mí? ¿Por qué quiero hacer parte del festival?
- El tallo: ¿Cuáles son los canales de comunicación del festival de la cosecha actualmente? ¿Cuáles son los canales que utilizo para mi emprendimiento actualmente?
- Los frutos: ¿Qué me gustaría que pasara con el festival y con mi emprendimiento a futuro?

- Los gusanos o las plagas: ¿Qué dificultades o problemas he encontrado en esos canales de comunicación tanto a nivel del festival como a nivel de mi emprendimiento?
- La tierra: Nuestro suelo es la gente que siempre viene ¿Por qué creo que las personas vienen al festival? ¿Qué he visto, leído o escuchado?
- La raíz: ¿Por qué es importante el festival de la cosecha a nivel local?

Durante el desarrollo del taller los y las participantes respondieron a las anteriores preguntas planteando conceptos claves como:

Interacción: García (2005) afirma que “la creación de vínculos entre personas deriva en elecciones de consumo.” En concordancia con ello, los participantes manifestaron que la importancia del Festival de la Cosecha es que se trata de un espacio que propicia la interacción directa entre clientes y emprendedoras asimismo la interacción entre emprendedores que comparten una misma visión en torno a la producción limpia. Adicionalmente los productores enfatizaron la importancia que han tenido las redes sociales entorno a la interacción entre el Festival y los clientes como una herramienta de creación de vínculos entre ambos ya que manifiestan que muchos usuarios conocieron el mercado a través de redes sociales.

Comercio Justo: Relacionándose con el tema de la interacción se

exaltó que el Festival es también un espacio de comercio justo ya que es el productor quien recibe la mayor parte de las ganancias a comparación de otros sistemas de venta.

Salud y bienestar: Los productores concuerdan en que el festival de la cosecha es un espacio en el que el consumidor puede tener la confianza de que obtendrá un producto libre de agentes químicos o perjudiciales para la salud.



Fig. 2. Productora del Festival en el taller participativo "El brote del festival de la cosecha."

Fotografía: Lina Vargas.

Tabla 1. Temáticas declaradas durante el taller  
"Brote del Festival de la Cosecha"

CONCEPTOS		
TEMA	DESCRIPCIÓN	DECLARACIONES DE LOS PARTICIPANTES
<b>Interacción</b>	Los productores resaltaron la importancia del festival de la cosecha como un espacio de interacción entre clientes y productores con los que se comparte la misma visión en torno a un estilo de vida que aporte salud y bienestar como un deber social a través del apoyo a los emprendimientos.	<p>-“Es importante porque agrupa a productores locales y se llega a los consumidores directamente”</p> <p>-“La relación directa entre el productor y el cliente le posibilita al comprador un mayor entendimiento del producto que adquiere ya que al ser el emprendedor quien lo produce conoce todo el proceso y la calidad que conlleva su fabricación”</p> <p>-“Los usuarios que se fidelizan con el Festival de la cosecha comparten una visión en torno a la producción limpia y la alimentación saludable”</p>
<b>Comercio justo</b>	Se resaltó la importancia del festival como una vitrina de <b>comercio justo</b> , sin intermediarios donde es el productor quien pone los precios de sus productos y es el productor quien recibe la mayor parte de las ganancias a través de la confianza y el apoyo a los emprendedores por parte del consumidor.	<p>-“El festival de la cosecha reconoce las oportunidades comerciales justas, sin intermediarios y es importante porque aporta a la economía familiar”</p> <p>-“Se debe sembrar en el cliente la idea de que al comprar en el festival de la cosecha el usuario además de adquirir productos beneficiosos para su salud y apoyar la economía local, apoya también al núcleo familiar del productor”</p> <p>-“El festival de la cosecha es un espacio en dónde se construyen relaciones comerciales, basadas en diálogo, transparencia y respeto, a través de equidad y sostenibilidad ambiental.</p>

<p><b>Salud y bienestar</b></p>	<p>Los productores valoran la incidencia del festival de la cosecha como un espacio en el que el consumidor puede confiar en que obtendrá un producto libre de agentes químicos.</p>	<p>-“El festival de la cosecha se planteó desde un principio y hasta ahora como un espacio de comercio que procura la comercialización y consumo de productos libre de agentes tóxicos”</p> <p>-“El cliente puede estar seguro de que en el Festival solo encontrará productos conscientes libres de agentes tóxicos que aportan a su salud y bienestar ya que todo lo que se oferta atraviesa un proceso de verificación agroecológica”</p> <p>- “Procurar llevar salud y bienestar a los hogares payaneses es el propósito con el cual muchos de los productores participantes empiezan a emprender”</p>
---------------------------------	--	--

Los productores participantes del taller hicieron sus declaraciones basándose en tres temáticas claves como lo son: la interacción, el comercio justo, la salud y el bienestar, según dichas declaraciones en cada uno de estos temas se llegó a la conclusión de que pueden agruparse en torno al concepto de confianza ya que es según la RAE f. 1 dicho concepto involucra la “esperanza firme que se tiene de alguien o algo” y la f.2 “familiaridad en el trato”. Definición que podría agrupar perfectamente los temas expuestos por los productores durante el taller.

Se pretende ligar el concepto de confianza al desarrollo de la estrategia comunicativa como la representación de la transparencia y cercanía tanto en las relaciones entre clientes y productores, como en la seguridad de que existe una producción limpia que aporta al bienestar del comprador

y del emprendedor tras la oferta y demanda de los productos. Tomando las palabras de Morín (1998), “en las organizaciones se generan una serie de eventos, acontecimientos, que marcan una dinámica, una personalidad, una esencia.”, así a través de la realización del taller “Brote del Festival de la Cosecha” surge la primera hipótesis en torno al concepto de la “CONFIANZA” como la esencia del Festival, representada en la calidad de las relaciones que se establecen en el interior de la organización.

El concepto de “confianza” que arrojó el taller participativo abre paso a una posible a la construcción visual del Festival que sugiere la “humanización” de la marca como una propuesta gráfica para la estrategia de comunicación en desarrollo. Garcia (2005) menciona que: “a través de la publicidad se transmiten narraciones que asocian

valores y significados a la marca, listos para ser compartidos y difundidos por los usuarios” lo que convierte a la confianza en eje significativo sobre el cual los productores del Festival de la cosecha quieren ser reconocidos y representados como organización.

Segmentación de mercado: La segmentación de mercado del Festival de la cosecha se llevó a cabo con la intención de comprender mejor el contexto del lado de los clientes.

A través de encuestas físicas realizadas por los y las productoras del Festival de la cosecha durante sus interacciones con los clientes, como digitales (en redes sociales) se pretende conocer más de cerca al público objetivo y potencial del festival de la cosecha, con el fin de perfilar al público objetivo y potencial, además de determinar el concepto con el cual dicho Festival es reconocido por sus usuarios, planteándose a los clientes las siguientes preguntas:

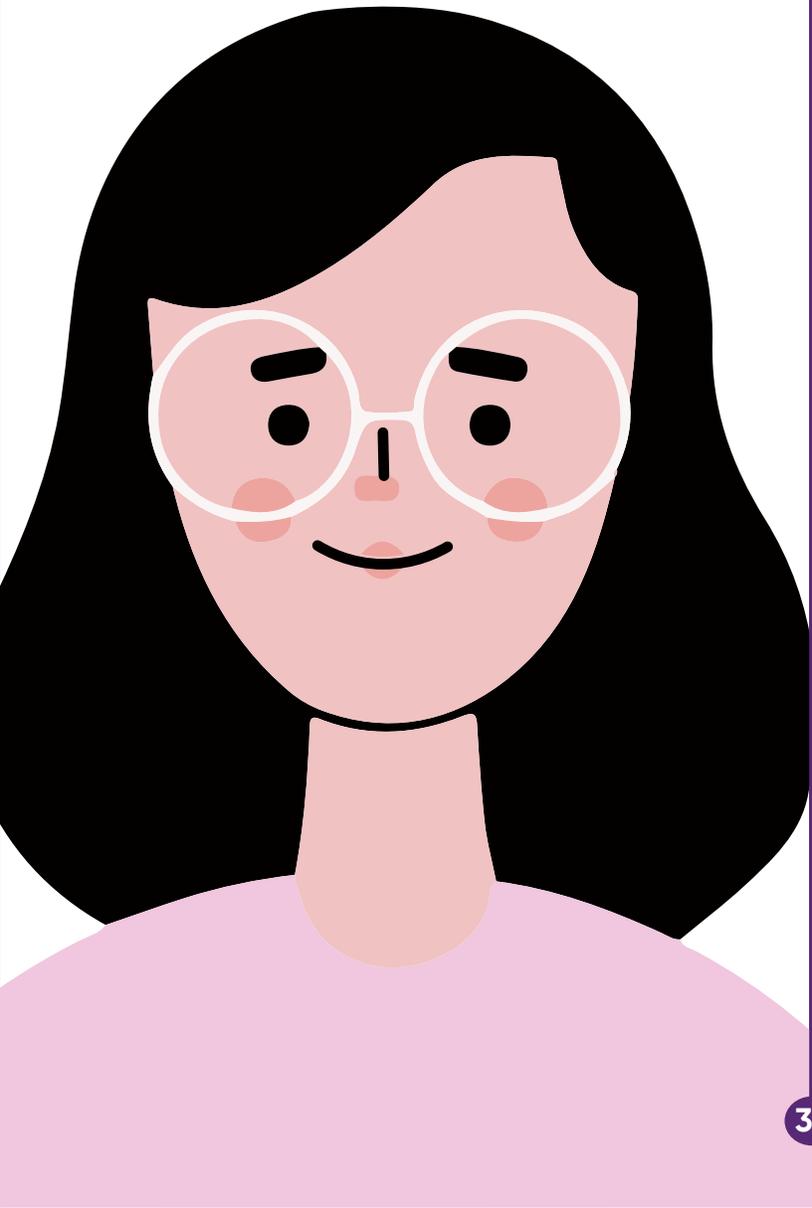
- ¿Con qué género te identificas?
- ¿Cuál es tu rango de edad?
- ¿Llevas algún estilo de vida en particular?
- ¿Nos ha recomendado con alguien más? ¿Por qué?
- ¿En qué comuna de Popayán vives?
- ¿Aproximadamente cuánto dinero sueles gastar en el festival?
- ¿Tus compras son?
  - Solo para mí.
  - Para mí y mi familia.
  - Para mi negocio.
  - Para obsequiar.

- Califica de 1 a 5 ¿Con qué concepto relacionas más al Festival de la Cosecha?
  - Siendo 1 el que menos se relaciona y 5 el que más se relaciona.
  - Salud y bienestar.
  - Confianza.
  - Calidad.
  - Comercio justo.
  - Buen servicio al cliente.
- ¿Por qué adquieres nuestros productos?
- ¿Qué es lo que más te gusta del Festival de la cosecha?
- ¿Cómo conociste al festival de la cosecha?
  - Por casualidad.
  - Por redes sociales.
  - Por recomendación.
  - Porque sigo a un emprendimiento.
- ¿Hace cuánto conoces el Festival de la cosecha?
- ¿Con qué frecuencia nos visitas?
- ¿A qué se debe la frecuencia de tus visitas?
- ¿Cómo te enteras de cada nueva versión del Festival de la cosecha?
- ¿Nos sigues en alguna de nuestras redes sociales?
- ¿Qué te parece la puesta en escena del Festival de la cosecha en la plazoleta de la iglesia San Francisco?
- ¿Qué opinas de nuestras imágenes promocionales?
- ¿A través de qué medios te gustaría recibir información sobre el Festival de la Cosecha?

A través de la encuesta fue posible cuestionar y entender el estilo de vida y dinámicas de compra de los usuarios del festival de la cosecha.

Derivado de los resultados de la encuesta de segmentación de mercado se elaboró un perfil persona agrupando las respuestas del público encuestado junto con los productores del Festival de la cosecha a través de una dinámica de storytelling que nos sitúa en las vivencias del usuario y nos ayuda a comprenderlo mejor.

**Público objetivo:** A través de la encuesta de segmentación de mercado fue posible identificar al público objetivo del Festival de la cosecha, es decir, aquellas personas que tenemos claro que son clientes que van a poder y querer comprar los productos del festival de la cosecha.



## Tabla 2. Perfil persona público objetivo Festival de la cosecha

**Nombre:** Ana Pérez

**Edad:** 40 años

**Estilo de vida:** Deportista

**Comuna 2**

Popayán, Cauca.

### Público objetivo storytelling

Mi nombre es Ana Pérez, vivo en la ciudad de Popayán y tengo 40 años. Estoy felizmente casada hace 15 años y tengo 2 hijos de 10 y 7 años.

No solo me gusta cuidar mi salud sino también la de mi familia, es por eso que consumimos productos orgánicos y agroecológicos que aporten a nuestro bienestar y el del planeta, tanto en la alimentación como en el cuidado personal.

Me encanta realizar cualquier tipo de actividad física, de hecho, todas las mañanas (5:30 am) antes de entrar a trabajar corro tres kilómetros alrededor de mi localidad (comuna 2). A eso de las 6:10 am vuelvo a mi casa y me preparo para ir a trabajar.

Mi familia y yo desayunamos con huevos de "gallina alegre", espinacas, aguacate y pan de maíz. Mi esposo lleva a los niños al colegio y yo me voy a trabajar, mi jornada laboral empieza a las 8:00 am trabajo en una oficina ubicada en el centro de la ciudad de Popayán.

Aproximadamente a eso de las 7:45 am paso por la Iglesia San Francisco, donde los viernes cada quince días está el festival de la cosecha de los productos orgánicos y agroecológicos, sin embargo me enteré con anticipación

de este evento gracias a los afiches publicitarios publicados en su facebook y a que hago parte de su grupo de difusión en WhatsApp, aprovecho ese momento para comprar algunos productos indispensables para mí y mi familia como lo son: el pan de maíz, espinaca, el jabón de sábila y huevos, suelo gastar en Festival entre \$20.000 y \$50.000, conozco al festival de la cosecha hace más de 4 años y doy fe de la calidad de sus productos.

Lo que más disfruto del festival de la cosecha es poder hablar e intercambiar experiencias y saberes con los productores de los artículos que adquiero sin intermediarios, ya que son ellos quienes conocen bien sus productos y por lo tanto sus beneficios.

Me gustaría comprar más productos, como variedad de frutas, verduras, yogurt y queso, sin embargo, se me dificulta almacenar todos esos productos en mi oficina hasta el fin de la jornada laboral, también me gustaría pasar más tiempo interactuando con los miembros del Festival sin embargo por su horario (7:00am – 1:00 pm) no me es posible, por eso lo visito de vez en cuando.

Al llegar a mi trabajo muchos de mis compañeros se antojan del delicioso pan de maíz, por lo que les recomiendo a ellos y a todos mis allegados que pasen por el Festival de la cosecha a comprar no solo ese producto, si no a disfrutar de la gran variedad allí disponible. Al finalizar mi jornada laboral me dirijo a casa y a eso de las 7:30 pm toda mi familia y yo disfrutamos de los deliciosos productos que compré en el Festival en horas de la mañana.

Público potencial: A través de la encuesta de segmentación de mercado fue posible identificar al público potencial del Festival de la cosecha, es decir, aquellas personas que aún que son compradores poco frecuentes pueden convertirse en consumidores frecuentes de los productos del Festival de la cosecha.

### **Tabla 3. Perfil persona público potencial Festival de la cosecha**

**Nombre:** Juan López

**Edad:** 28 años

**Estilo de vida:** Ninguno en particular.

Comuna 4

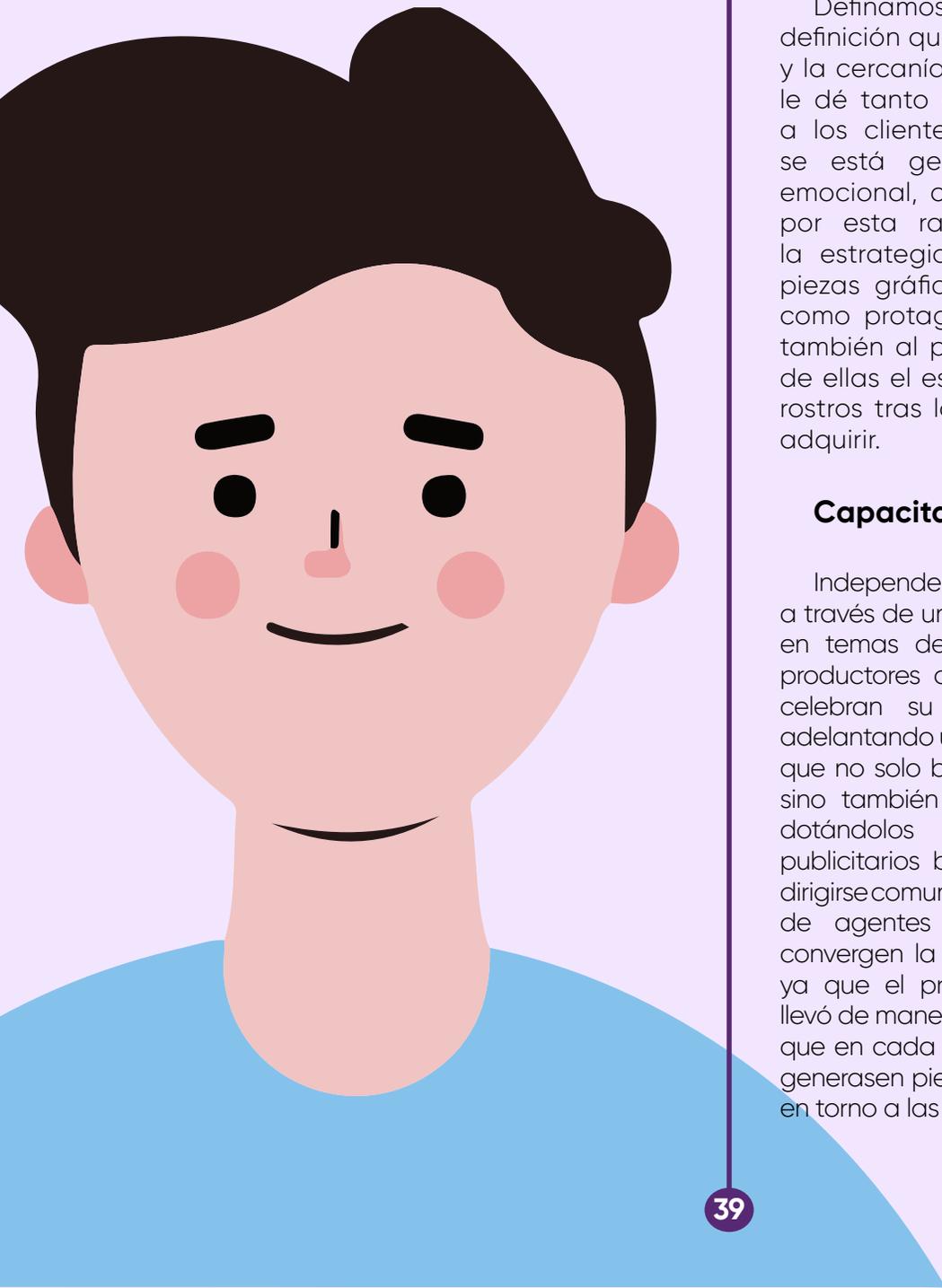
Popayán, Cauca.

#### **Público potencial story telling**

Mi nombre es Juan López, vivo en la ciudad de Popayán, soy soltero y tengo 28 años. Vivo solo y tengo un local de ropa juvenil en el centro de la ciudad de Popayán.

Llevo un estilo de vida relajado, como de todo y soy muy “amigüero” de hecho conocí al Festival de la cosecha hace aproximadamente un año, cuando Paco, mi amigo emprendedor me contó estaba participando como productor vendiendo café orgánico, decidí visitar el Festival ya que queda cerca de mi localidad (comuna 4), desde entonces voy casi siempre, además me hice amigo de otros productores participantes. Me entero de cada versión del festival ya que mis amigos productores me avisan a través de WhatsApp o veo sus afiches publicitarios en Facebook e Instagram. En mis visitas al Festival de

la cosecha gasto menos de \$50.000 ya que disfruto de probar snacks nuevos y productos poco comunes porque me gusta probar cosas nuevas. Siempre recomiendo al Festival con mis amigos, clientes y allegados, porque me parece un espacio super agradable para probar cosas nuevas y hacer amigos.



**Resultados:** Es importante resaltar que los usuarios reconocen al festival de la cosecha bajo la premisa de "salud y bienestar" por otra parte resaltan que lo que más les gusta del Festival de la cosecha es la interacción directa con el productor sin intermediarios, siendo este un tópico que refuerza un concepto humanizador de la marca a través del cual encaminar la estrategia comunicativa.

Definamos "humanizar" como la definición que conjuga a la confianza y la cercanía como un concepto que le dé tanto a los productores como a los clientes la sensación de que se está generando una conexión emocional, casi personal entre ellos, por esta razón se propone dirigir la estrategia hacia la creación de piezas gráficas que no solo tengan como protagonista al producto sino también al productor y que a través de ellas el espectador conozca a los rostros tras los productos que desea adquirir.

### Capacitar para empoderar

Independencia es empoderamiento, a través de una serie de capacitaciones en temas de comunicación visual los productores del festival de la cosecha celebran su "autonomía publicitaria" adelantando un proceso de auto gestión que no solo beneficia a la organización sino también a cada emprendimiento dotándolos de los conocimientos publicitarios básicos como para poder dirigirse comunicativamente sin depender de agentes externos. En esta fase convergen la ideación y el prototipado ya que el proceso de aprendizaje se llevó de manera práctica, lo que permitió que en cada sesión de capacitación se generasen piezas gráficas o "prototipos" en torno a las temáticas tratadas.

Durante la primera fase del desarrollo de actividades propias del diseño participativo (descubrir) los productores determinaron la importancia de las redes sociales como un factor visibilizador del Festival de la cosecha, por esta razón es de suma importancia capacitar a los productores en la elaboración de piezas gráficas útiles para dichos medios como: Afiches, videos, manejo básico de redes sociales y fotografía básica que aporten a la labor de "humanización" de la marca.

Actualmente una gran porción de la población cuenta con un smartphone y este es también el caso de los productores del Festival de la cosecha. Para la planeación y desarrollo de los talleres participativos de capacitación se hizo uso de aplicaciones móviles que facilitan la creación de elementos gráficos contribuyendo al propósito estratégico de auto gestión a través de su manejo "intuitivo" y gratuito.

Tras la observación de las aptitudes y actitudes en temas gráficos y comunicativos de algunos productores en favor del propósito de autogestión, es aquí donde el diseño experto se convierte en un "puente" que guía al diseño difuso. Manzini (2015). Afirma que cualquier talento humano puede transformarse en una habilidad y alguna vez en una disciplina. Plantea como ejemplo que cualquier persona puede correr, pero no todos pueden correr una maratón y mucho menos convertirse en atletas profesionales "Todo el mundo tiene la capacidad para diseñar, pero no todos son diseñadores competentes y pocos se convierten en diseñadores profesionales" (Manzini, 2015). En esto radica la definición de un abanico de alternativas para aquellos que diseñan, entre los dos polos del diseño difuso y del diseño

experto, en el que el diseño difuso es puesto en marcha por inexpertos, que hacen uso de su capacidad natural para el diseño, mientras que los expertos en diseño son personas formadas para actuar como tales de manera competente y se proponen a sí mismos como profesionales de cada disciplina además que se convierte en un espacio de retroalimentación que permite ampliar la vista del diseño dentro de la organización y generar soluciones puntuales.

Durante estos talleres solo participó una parte de los productores del Festival de la cosecha cuyo interés reside en aprender acerca de temas comunicativos y piezas gráficas además apoyar al Festival en la estructuración de una estrategia comunicativa que visibilice a la organización, estas capacitaciones han contado con la participación de doce productores de los cuales nueve hacen parte de la tercera edad, un aspecto muy importante a resaltar teniendo en cuenta que no solo habría que enfocarse en aspectos teóricos de la elaboración de piezas gráficas sino a que también hay que darle especial énfasis al desarrollo de habilidades a nivel tecnológico.

A través de estos talleres participativos de capacitación se fomentan grupos de discusión que permiten a los productores expresar su opinión, aprender y debatir acerca del proceso de creación de piezas gráficas y al investigador obtener insights que permitan estructurar una solución estratégica pertinente.

Este apartado agrupa las experiencias dadas en torno a dos talleres de capacitación de los productores del Festival de la cosecha.

**Taller de capacitación “Crea afiches en tu celular”:** Durante este taller se hizo una introducción a los productores y productoras acerca de las nociones teóricas básicas para la creación de un afiche publicitario los cuales fueron los siguientes:

- Jerarquía de la información.
- Premisa llamativa.
- Legibilidad.
- Dimensiones.

Adicionalmente se hizo uso de la aplicación CANVA como herramienta para la elaboración de los afiches, explicándole a los productores el manejo de la aplicación y guiando paso a paso la creación de un afiche individual acerca de su emprendimiento con el fin de entender el manejo de la aplicación y otro grupal cuyo desarrollo fue guiado por una diseñadora, utilizado para la promoción de la celebración del quinto aniversario del Festival de la cosecha.



Fig. 3. Afiche “Productos de conejo”.  
Fuente: Liliana Chalá.

**Resultados:** Durante este taller los productores fueron asimilando las nociones teóricas que comprenden la elaboración de una pieza gráfica, no es de extrañar que en un inicio se obtuvieron resultados carentes de calidad gráfica, lo cual es comprensible al ser el primer acercamiento de los participantes especialmente en la utilización de las paletas de color este primer acercamiento fue clave para la comprensión del uso de la aplicación, apreciamos uno de los resultados a continuación:

Sin embargo, durante la segunda parte del taller en el cual se desarrolló un afiche de forma grupal con la guía de los diseñadores guía facilitando la comprensión de la utilización de elementos gráficos que aportaran a la estética de la pieza gráfica. Manzini declaró en una entrevista realizada por Cambariere: El diseñador asume cada vez más el papel de facilitador en el proceso de aprendizaje, y de apoyo de las habilidades del diseño. En otras palabras, su campo de acción se aleja cada vez más de la figura del diseñador tradicional en favor de la de un agente que trata de hacer que una serie de actividades orientadas sucedan y de asegurarse de que las personas interesadas participen en ellas, y lo hagan creativamente (2015).

El diseñador y los participantes desarrollaron en conjunto una pieza gráfica que aporta a un concepto de humanización de la marca ya que anteriormente los afiches promocionales del Festival presentaban fotografías únicamente de los productos, lo que a pesar de no ser erróneo no era un factor diferenciador de la marca haciéndola una más y alejándola de su propósito de visibilización.

Tanto en el taller “El brote del festival de la cosecha, como en la segmentación de mercado los participantes demostraron su interés por la creación de vínculos cercanos entre el productor y los usuarios, es por eso que a través de la estrategia de comunicación planteada se propone no solo hacer protagonistas a los productos que se ofertan durante el Festival si no de darles un papel principal a los productores, generando así un vínculo “emocional” que cumple con el propósito de transmitir “confianza” y a su vez aporta al atractivo principal para los usuarios: la interacción con el productor.

El resultado del afiche desarrollado de forma grupal, a continuación:



Fig. 4. Afiche “5º cumpleaños”. Fuente: Elaboración propia.

Este afiche desarrollado de manera grupal es un claro ejemplo de la humanización que se busca representar a través de la estrategia de comunicación visual autogestionada, dándole protagonismo a las productoras y no solo al producto, generando conexiones emocionales que crean una sensación de interacción, cercanía y confianza.

Es importante resaltar que a través de estas “capacitaciones participativas” se empiezan a generar soluciones comunicativas para la organización, empezando por el afiche de la celebración del quinto aniversario del Festival introduciendo a su vez a los participantes en el “estilo gráfico” de la organización.

A partir del taller participativo “Crea afiches es tu celular” se le da inicio a la conformación de un “equipo” de comunicaciones de doce participantes que empieza a elaborar piezas gráficas que aporten a la visibilización del Festival de la cosecha.

Taller de capacitación “Edita videos en tu celular”: Durante este taller se hizo una introducción a los productores y productoras acerca de las nociones teóricas básicas para la creación de un video publicitario, los cuales fueron los siguientes:

- Duración de los videos.
- Premisa llamativa.
- Utilización de la música correcta.
- Cuidar la calidad del sonido.
- Cuidar la calidad de la imagen.
- La importancia de planear el contenido del video.

Adicionalmente se hizo uso de la aplicación CapCut como herramienta para la elaboración de los videos, explicándole a los productores el manejo de la aplicación y guiando paso a paso la creación de un video individual acerca del festival de la cosecha titulado "Tres razones por las que debes visitar el festival de la cosecha" con el fin de entender el manejo de la aplicación y elaborar un video que hiciera parte del contenido de las redes sociales de la organización, para el desarrollo de esa pieza audiovisual se les dieron a los productores una serie de clips grabados durante algunas versiones del Festival de la cosecha y se les pidió que realizaran un guion que uniera el concepto entorno al cual debía ser elaborado el video que adicionalmente tuviera coherencia con los clips dados.

Durante el taller los participantes tuvieron un acercamiento teórico sobre la elaboración de un video publicitario, entre dichas recomendaciones se hizo énfasis en la planeación del video a través de un guion dejándoles en claro que la premisa y el discurso de sus videos debe ser llamativa y generar una conexión con el espectador, además de que todos los elementos (video, música y discurso) deben guardar coherencia entre sí.

Los productores propusieron la creación de un segmento para redes sociales llamado "Conoce a nuestros emprendimientos" una serie que se publicará cada quince días en la que los productores y las productoras son nuevamente protagonistas y nos cuentan un poco acerca de su historia de emprendimiento, sus produc-

tos y como el Festival de la cosecha ha impactado positivamente en sus vidas, una vez más generando piezas gráficas en torno a un concepto humanizador de la marca, donde el usuario interactúa con el productor y a su vez desarrolla componentes emocionales que generan confianza a través de la sensación de cercanía con el productor.



Fig. 5. Afiche "Taller de capacitación "Edita videos en tu celular". Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones y recomendaciones

El diseño cobra especial relevancia en un ambiente de emprendimiento, en donde una buena estrategia comunicativa puede cambiar el curso de un negocio, es por eso de suma importancia empoderar a los emprendedores a través de conocimientos básicos de comunicación visual que garantizarían en cierta medida el éxito de sus iniciativas.

La importancia de este artículo reside en demostrar que el diseño participativo es una herramienta eficaz para la estructuración de estrategias comunicativas aportando a un propósito de la autogestión a través de su premisa "comunitaria", esto demuestra que los resultados de un proceso de diseño son más concretos y eficaces a través de un proceso que involucra a los usuarios.

Es de resaltar que este proyecto sigue en desarrollo y se espera seguir con los procesos de capacitación con miras hacia la auto gestión en temas como manejo básico de redes sociales y fotografía de productos básica, además de fortalecer conceptos humanizadores de la marca arrojados durante la investigación: "confianza" representativo de los productores e "interacción" desde la perspectiva de los usuarios del Festival de la cosecha.

Los espacios de capacitación continua dados durante el desarrollo del proyecto han generado soluciones gráficas para las necesidades del Festival de la cosecha, pero también se han convertido en espacios a través de los cuales los productores poco a poco integran a miembros de su círculo cercano (familia y amigos) lo que no solo amplía el "equipo de comunicaciones" de la organización que se está conformando sino que es una posible ventana para el interés

de los "diseñadores difusos" de convertirse en "diseñadores expertos" a través de la academia empoderando no solo a un productor o productora en temas comunicativos sino también beneficiando a su círculo cercano.

## Referencias bibliográficas

Morín, E. (1998). La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones. Revista razón y palabra.

Sanders, E. (2000). Generative tools for co-designing. In Collaborative design (pp. 3-12). Springer, Londres

García, P. (2005). Comunidades de marca. El consumo como relación social. Política y sociedad

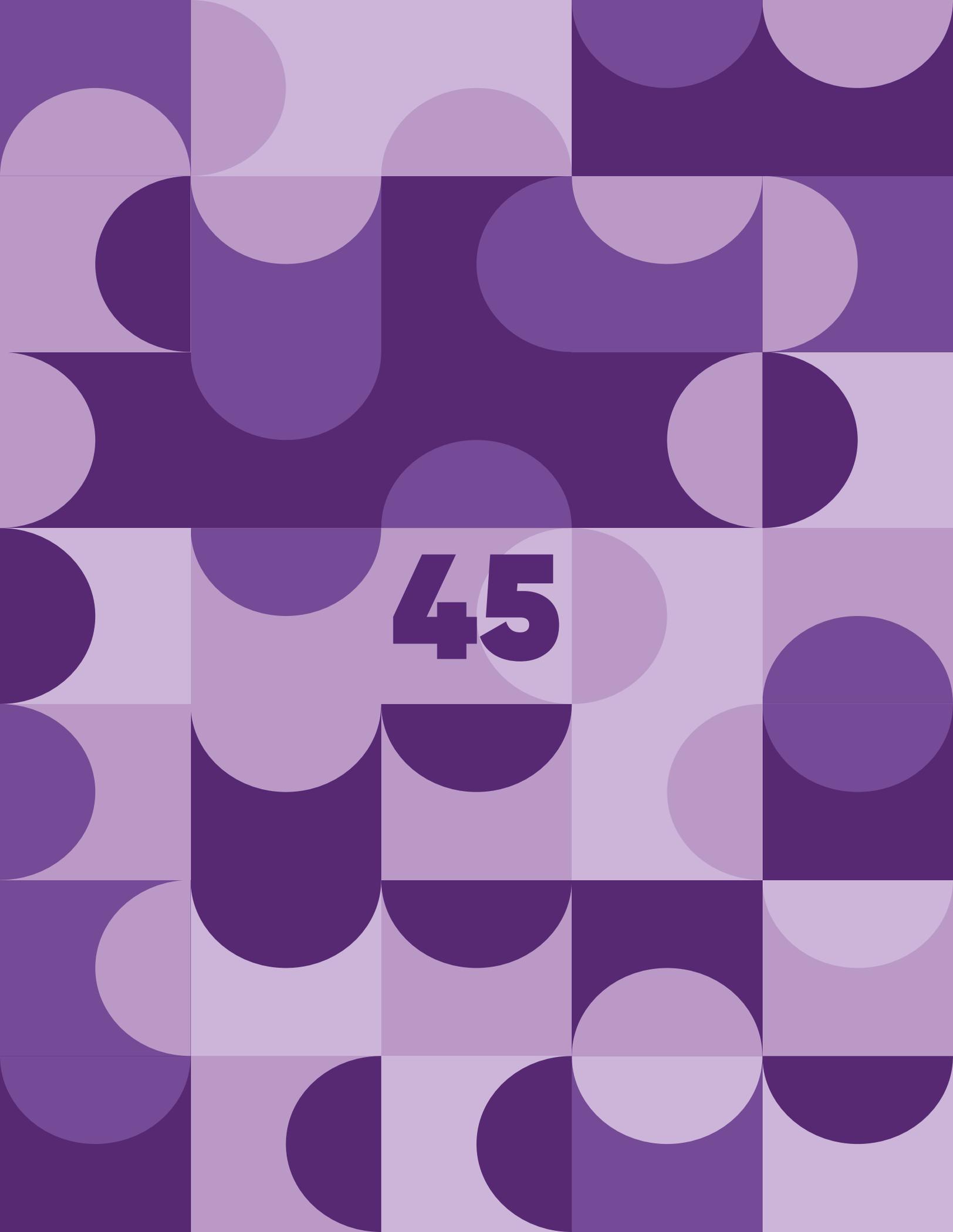
Sanders, L., Simonds, G. (2009). A Social Vision for Value Co-creation in Design. Technology Innovation Management Review

Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires. Innovation. Nueva York: HarperBusiness.

Brown, T. (2010). Design Thinking for Social Innovation. Stanford Social Innovation Review. Recuperado de: [http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010\\_SSIR\\_DesignThinking.pdf](http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/2010_SSIR_DesignThinking.pdf)

Manzini, E. (2015). Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social.

Avendaño, S. (2017). Creación de un plan participativo de comunicación del Instituto Monteverde con la comunidad.

The background features a complex, abstract pattern of overlapping squares and circles in various shades of purple, from light lavender to deep, dark violet. The shapes are arranged in a grid-like fashion, with some circles partially overlapping the corners of the squares. The overall effect is a dense, textured composition.

**45**

# Talleres participativos como herramienta para el reconocimiento del patrimonio cultural de las nuevas generaciones

## Participatory workshops as a tool for the recognition of the cultural heritage of the new generations

Manuela Salazar Zabala<sup>1</sup>

### Introducción

El patrimonio cultural como construcción social, es un espacio común para un grupo de individuos que comparten afinidades y prácticas a las que le atribuyen valores y sentidos especiales, significados, importancia y trascendencia en la configuración de la memoria comunitaria. Por lo anterior, este necesita una reafirmación permanente, ya que su significado es cambiante y se encuentra en construcción constante. El patrimonio cultural al ser una construcción colectiva ayuda a mantener una cohesión social y el sentido de pertenencia que puede ser difundido a los integrantes de la comunidad.

Es importante que el patrimonio cultural sea conservado y salvaguardado, por esta razón, en el marco de la convocatoria investigarte 2.0 de Minciencias, se conforma el proyecto LuPa (Lúdicas para el Patrimonio Cultural), un equipo de investigación compuesto por un grupo docentes con experiencia en investigación y 2 jóvenes investigadoras de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia), la Fundación Erigaie (Bogotá, Colombia) y su grupo de investigación Herencia Cultural; y la Corporación Proyecto NN (Medellín, Colombia). El equipo reúne un grupo de profesionales de diferentes áreas

con especial interés y sensibilización en el patrimonio cultural, además de formaciones profesionalizantes y transversales al mismo, como la arquitectura, el urbanismo, el diseño gráfico e industrial, la historia, entre otros.

Su objetivo principal es desarrollar un recurso lúdico digital que ayude a la identificación, valoración y resignificación del patrimonio cultural, ya que hoy en día la falta de oportunidades para valorarlo y preservarlo, hace que quede en riesgo de desaparecer, causando en las generaciones más jóvenes la pérdida del sentido de identidad y pertenencia dentro de su respectivo contexto sociocultural, limitando su capacidad para contribuir significativamente a la sociedad en general.

En una de las primeras etapas de la investigación se propone la implementación de los talleres participativos como metodología para la co-creación de los contenidos temáticos del recurso educativo digital, razón por la cual este artículo busca socializar la experiencia vivida por el equipo del proyecto LUPA con esta herramienta de participación.

No se busca generalizar la búsqueda o estandarizar los elementos o prácticas sociales y culturales a las que se le debe

---

<sup>1</sup>Arquitecta. Docente de cátedra de la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín. Arquitecta proyectista independiente. Correo de Contacto: manuela.salazarz96@gmail.com

otorgar un valor, porque se entiende la complejidad que se requiere en la identificación estos dentro del reconocimiento social y cultural de cada individuo, sin embargo, los talleres de reconocimiento patrimonial se plantean con el objetivo de que la comunidad ayude a encontrar, junto con el grupo de investigación, las herramientas necesarias para identificar los criterios iniciales de reconocimiento del patrimonio cultural.

### **Entender para dar valor, visibilizar lo desconocido.**

¿Cómo abordar el patrimonio cultural en un entorno en el que no se tiene familiaridad con lo que significa? el grupo de investigación LUPA parte con esta pregunta para plantear una primera aproximación a grupos de jóvenes y adolescentes que no tienen claridad con lo que abarca y representa el patrimonio cultural.

El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. (...) Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. (UNESCO, 2011)

De la misma manera en que el patrimonio debe reconocerse como una construcción colectiva, se debe como un sistema que es alimentado por todas las partes que lo conforman, pero ¿Qué activa ese sistema? ¿Qué elementos lo conforman? ¿Cómo influye cada individuo en el proceso de construcción del patrimonio como valor colectivo?

El grupo de investigación entiende que esta noción de visión sistémica empieza a tener componentes que son propios de un territorio sociocultural y contempla al individuo como parte del mismo, como un actor fundamental que permite que las prácticas sociales, la tradición oral y el conjunto de bienes intangibles sean cargados con valores que permitan ser transmitidos de una generación a las siguientes; sin las personas este proceso en el que se dan atributos desde lo sociocultural y afectivo no sería posible. Sin ellos no existe el patrimonio cultural y tener conciencia de esto ayudará tanto a su significación como a su validación en el tiempo por medio de la participación de manera activa de las nuevas generaciones y generaciones venideras, permitiendo su contribución dentro de su respectivo continuo sociocultural.

### **El taller como un espacio para la activación de lo sensible, lo "propio".**

Debido a la condición de colectividad que tiene como base el patrimonio cultural y su necesidad de crear redes y conectividades en este espacio común en el que se enmarca, se toma la herramienta del taller participativo como la metodología idónea para el reconocimiento del mismo, ya que

permite resaltar la noción de lo colectivo al reunir un grupo de personas entorno a ejercicios de enseñanza-aprendizaje que ayudarán a que tanto participantes como investigadores puedan desarrollar el pensamiento crítico que les permita entender el ¿QUÉ se valora? ¿CÓMO se valora? y ¿PARA QUÉ se valora?

A partir de los diferentes ejercicios didácticos y experienciales, se tiene como objetivo específico el reconocimiento de los diferentes elementos patrimoniales de cada territorio, dejando como resultado un producto para la comunidad que comprende una compilación de narrativas o una guía expandida del territorio que habitan.

Entendiendo la pertinencia de la educación patrimonial desde una edad temprana, el grupo de investigación plantea el taller participativo nombrado "Expediciones de la memoria" para poblaciones de niños y jóvenes que compartan el mismo entorno sociocultural. Por esta razón, se seleccionaron 3 grupos focales que serán presentados a continuación en el orden de tiempo en el que se realizaron los talleres.

Cabe resaltar que para cada uno de los grupos se realizó una convocatoria abierta para la asistencia a las sesiones de los talleres participativos.



Gráfico 1- Edades participantes Taller Morada, elaboración equipo proyecto LUPA. Grupo 1: Editores de ciudad, Casa Morada, Barrio San Javier (Medellín, Antioquia)

Está conformado inicialmente por 12 jóvenes que hacen parte del grupo "Editores de ciudad" en un rango de edad que va desde los 17 a los 22 años y aunque su punto de encuentro es la casa Morada en el barrio San Javier de la ciudad de Medellín, solo un porcentaje del grupo reside en la comuna 13-San Javier (21,4%), los demás participantes provienen de la comuna 7-Robledo (21,4%), comuna 9-Buenos Aires (14,3%), comuna 10- La Candelaria (21,4%), comuna 5-Castilla (7,1%) y el corregimiento de San Cristóbal (14,3%). La mayoría son estudiantes de básica secundaria o están iniciando una carrera universitaria y pasan parte de su tiempo en esta casa cultural para adolescentes y jóvenes que tiene un enfoque en la ciencia, el arte y el periodismo, promovida por el centro de estudios Casa de las Estrategias.

el patrimonio cultural por medio de la cultura y el turismo en el municipio. A pesar de que sus reuniones se programan de manera semanal, son 9 los participantes de este espacio que tienen un rango de edad entre los 14 y 22 años y además participó el líder del grupo, Hernán García con una edad de 47 años. El 90% de los participantes provienen de diferentes zonas del municipio, como lo son El hoyo (10%), Poblado (10%), El Pedrero (10%), Cementerio (10%), La Milagrosa (20%), Villa Juanita (30%) y un 10% de los integrantes provenía del municipio de Manizales.

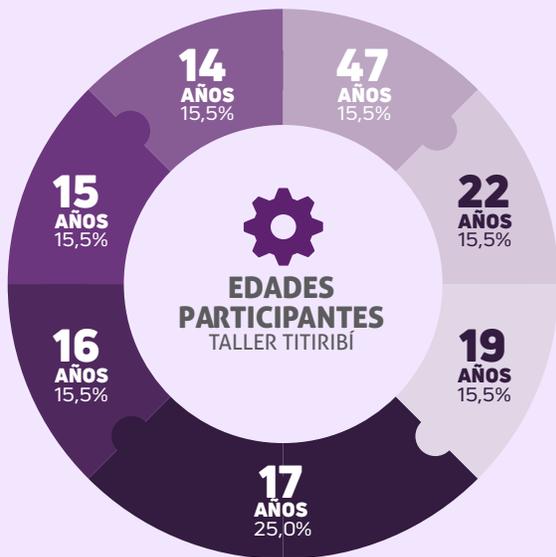


Gráfico 2- Edades participantes Taller Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA. Grupo 2: Vigías del patrimonio (Titiribí, Antioquia)

El grupo vigías del patrimonio perteneciente al municipio de Titiribí, está conformado por personas que tienen un grado de sensibilización en torno al tema que será tratado en el taller participativo, ya que este promueve salvaguardar



Gráfico 3- Edades participantes Taller UPB, elaboración equipo proyecto LUPA. Grupo 3: Estudiantes colegio UPB (Medellín, Antioquia)

Este grupo se encuentra conformado por 10 estudiantes del grado octavo del Colegio UPB con un rango de edades entre los 12 y 14 años, donde todos conocen y estudian en esta institución educativa hace varios años. El 80% de los integrantes provienen de distintos lugares de la ciudad de Medellín, como la comuna 12-La América (10%), comuna 16-Belén, comuna 11- Laureles (10%), comuna 7-Robledo (30%) y un 20% de ellos provienen de otros municipios cercanos a Medellín.

El taller participativo “Expediciones de la memoria” de manera lúdica busca identificar y reconocer tanto el territorio personal como el colectivo. Es importante que, en estos espacios, los participantes se comiencen a hacer preguntas sobre el territorio que habitan, reflexionando sobre su historia, sus lugares y las personas que lo habitan. Además, que puedan aprender tácticas para registrarlos y reconocerlos, para que de esta manera puedan valorarlos y puedan producir narrativas propias sobre este, resignificándolo y dándole atributos para que sean considerados como patrimonio cultural.

## **¡HOLA!**

Te damos la bienvenida a Expediciones de memoria, un viaje en el que buscaremos reconocer y hacer memoria de nuestro territorio, reflexionando acerca de su historia, su cultura, sus lugares y personas. En el viaje conversaremos, debatiremos y caminaremos el territorio para construir colectivamente una guía patrimonial, entendiendo el patrimonio como todo aquello con lo que nos sentimos identificados.

Como expedicionarias/os de la memoria de nuestro reto será reconocer los patrimonios de nuestro territorio, entendiéndose más que como monumentos o edificios, como una red de objetos, lugares, creencias, celebraciones, ritos, arte, comidas y personas que componen nuestra historia, identidad y cultura.

Se divide en 3 partes, donde cada una de ellas tiene una duración aproximada de 3 horas. A cada persona se le entrega una “caja de herramientas” o un “kit”, que cuenta con material gráfico (afiche y calcomanías), material para actividades lúdico-pedagógicas (paquete de banderillas, papel de gran formato y pegatinas de votación) que se usarán en diferentes momentos del encuentro y una Cartilla de expedicionario, que será la encargada de recopilar todas las experiencias, reflexiones y hallazgos de los participantes del taller.

Se busca reconocer la cotidianidad de los participantes (escala personal) y que, a través de la socialización en las diferentes etapas del taller participativo, tendrán la posibilidad de encontrar prácticas y lugares comunes (escala comunidad). El énfasis de la metodología se encuentra en los puntos de encuentro o conexión que se establecen entre ambas escalas (personal y comunidad).

## **Cápsula 1- El patrimonio es afectivo**

En esta primera etapa del taller participativo se propone un acercamiento desde una escala personal en la que se entiende la cotidianidad de las personas como individuos. Los hábitos y las costumbres de cada participante de “expediciones de la memoria”. En este caso el interés es basarse en los parámetros que identifican las personas para darle valor a lo que lo rodea; no será medido con ojos de experto, será una aproximación desde lo sensorial, desde los procesos afectivos y las relaciones íntimas que cada participante tiene con su territorio.

Ilustración 1- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

**Actividad 1-** Mi cuerpo, mi patrimonio: El ejercicio propone que cada participante dibuje su silueta en papel y a partir de una guía propuesta sobre los cinco sentidos, se registrará sobre la silueta los hábitos, recuerdos y experiencias representativas de su territorio en relación con la memoria de su propio cuerpo.

**Actividad 2-** Localizando los afectos: Los participantes se presentan en términos de sus experiencias del territorio, usando como insumo los mapas afectivos. El equipo de investigadores localizará las experiencias en un mapa espacial paralelamente.

**Actividad 3-** Ruta afectiva: Teniendo en cuenta la recolección de información tomada hasta el momento, el grupo debate sobre una posible ruta que pueda reunir las distintas experiencias personales y se pueda empezar a dar un valor a partir de unas nociones colectivas.

Al inicio del taller se empieza a trabajar en la escala más mínima, la escala personal. Allí, por medio de ejercicios de exploración a través del cuerpo y los sentidos se busca ubicar a los participantes en un terreno propio, íntimo, un lugar donde no hay respuestas erradas, un lugar que dará paso para comenzar una conversación sobre lo que se valora y por qué.



Ilustración 2- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

## ACTIVIDAD MI CUERPO MI PATRIMONIO TALLER MORADA

<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO
-------------------------------------	--------------------------

- Declara un territorio de manera concreta.



- Reconoce su cuerpo como parte de su territorio.



- Identifica de manera precisa lugares en su territorio.



- Identifica de manera precisa lugares valiosos en relación con la gastronomía local en su territorio.



- Identifica de manera precisa los lugares más bellos dentro de su territorio y los vincula a sus recuerdos.

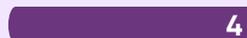


Gráfico 4- Mi cuerpo, mi patrimonio-  
Casa Morada, elaboración equipo  
proyecto LUPA

## ACTIVIDAD MI CUERPO MI PATRIMONIO TALLER TITIRIBÍ

<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO
-------------------------------------	--------------------------

- Declara un territorio de manera concreta.



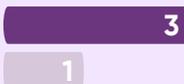
- Reconoce su cuerpo como parte de su territorio.



- Identifica de manera precisa lugares en su territorio.



- Identifica de manera precisa lugares valiosos en relación con la gastronomía local en su territorio.



- Identifica de manera precisa los lugares más bellos dentro de su territorio y los vincula a sus recuerdos.



Gráfico 5- Mi cuerpo, mi patrimonio-  
Titiribí, elaboración equipo proyecto  
LUPA



Gráfico 6- Mi cuerpo, mi patrimonio- Colegio UPB, elaboración equipo proyecto LUPA

Esta aproximación se propone para visibilizar lo cotidiano, donde se entiende a través de la memoria, los hechos y vivencias personales que a simple vista pueden parecer singulares cuando se analiza de manera colectiva, la sumatoria de las capas de la memoria personal que se generan permitirán que al socializarse se encuentren nodos o puntos comunes que evidencian que los miembros de una comunidad pueden tener lugares de encuentro en lo que ellos consideran propio.

El taller es una forma de organización práctica y creadora del proceso de aprendizaje, un espacio interactivo donde se construyen conocimientos y se desarrollan capacidades y habilidades en un clima abierto, de confianza y libertad, que estimula la realización individual y colectiva de los participantes.

*Permite que los participantes aporten ideas, criterios y valoraciones y que expresen a través de lenguajes verbales y no verbales, sus intereses y necesidades espirituales. Es decir que el conocimiento no surge únicamente por la información y orientación que brinda el facilitador (el instructor en este caso) sobre el tema, sino también por la participación activa de los integrantes del grupo. (Romero Bello, 2017)*

Se identifica Como en la socialización de la primera actividad “mi cuerpo, mi patrimonio”, aunque la mayoría de los niños y jóvenes que participaron identifican lugares valiosos en su territorio, sienten que las cosas que ellos valoran o sus experiencias cotidianas no tienen importancia colectiva alguna ya que a simple vista estos hechos y lugares se identifican como factores aislados que no guardan ningún tipo de conexión con los demás participantes, por lo tanto, piensan que estos elementos que identifican en el territorio no pertenecen a una identidad colectiva.

Sin embargo, estas experiencias, vivencias, significados e importancias compartidas por los participantes para la actividad de "localización de los efectos" se empiezan a ver como una red, donde su carga afectiva ayudará a conformar un sistema o un espacio común que permitirá posteriormente ser dotado de atributos y valores colectivos. Esta información permitirá que se muestre la siguiente escala, la escala de comunidad, la que muestra que el reconocimiento del patrimonio cultural será un proceso participativo.

## RUTA AFECTIVA TALLER MORADA

<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO
-------------------------------------	--------------------------

- Estaciones vinculadas con una experiencia cotidiana del territorio.



- Estaciones vinculadas con recuerdos y experiencias compartidas.



- Estaciones vinculadas consideradas patrimoniales para otras personas.



- Estaciones vinculadas a experiencias o recuerdos personales.



Gráfico 7-Ruta afectiva-Casa Morada, elaboración equipo proyecto LUPA.

## RUTA AFECTIVA TALLER UPB

<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO
-------------------------------------	--------------------------

- Estaciones vinculadas con una experiencia cotidiana del territorio.



- Estaciones vinculadas con recuerdos y experiencias compartidas.



- Estaciones vinculadas consideradas patrimoniales para otras personas.



- Estaciones vinculadas a experiencias o recuerdos personales.



Gráfico 8-Ruta afectiva-Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

## RUTA AFECTIVA TALLER TITIRIBÍ

<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO
-------------------------------------	--------------------------

- Estaciones vinculadas con una experiencia cotidiana del territorio.



- Estaciones vinculadas con recuerdos y experiencias compartidas.



- Estaciones vinculadas consideradas patrimoniales para otras personas.



- Estaciones vinculadas a experiencias o recuerdos personales.



Gráfico 9- Ruta afectiva-Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

Ya que cada etapa del taller participativo promueve de manera directa la interacción entre los grupos de niños y jóvenes, la etapa en la que se abarca la escala de comunidad será descubierta a través del diálogo entre los participantes. La libre interacción es importante, porque esto ayuda a que se pierden las distinciones de jerarquía entre los participantes y el grupo de investigación, aquí, todos los que se encuentran compartiendo el espacio tienen la misma capacidad crítica de dotar de atributos y valores por medio de la expresión oral y escrita los espacios comunes que se encuentran.

Aunque en un primer momento se les dificulta entender la importancia de las prácticas y los procesos socio-culturales que identifican como "cotidianos", en el

segundo momento del taller participativo al abrirse el espacio de socialización y el grupo comparte sus momentos, sus lugares, sus experiencias, que se puede evidenciar que existe una conciencia del territorio en el que se encuentran, un territorio lleno de diferentes voces que tejen lugares comunes y que se consolidan con lo que antes solo era "cotidianidad". Es este el momento en el que se empieza a distinguir la siguiente escala, la escala de comunidad.

*Su puesta en marcha promueve el diálogo entre los participantes, la exposición libre de los puntos de vista para la negociación de las acciones a seguir, la definición de los propósitos comunes, las funciones de los miembros, las metas por alcanzar y los medios requeridos para lograrlo; fomenta también el despliegue de estrategias discursivas como el diálogo, la narración, la explicación y la argumentación, entre otras, de acuerdo con los propósitos y acciones comunicativas que orientan el sentido del taller. Estas características destacan su potencialidad dialógica y su carácter de mediación, que facilita a los participantes el acceso a un conjunto de saberes y formas culturales a partir de la enseñanza y el aprendizaje como prácticas sociales escolarizadas, por consiguiente, como actividades "intencionales, sistemáticas y planificadas" (Coll, 1997)*

Estos primeros ejercicios se plantean para apelar a la emoción de los participantes, teniendo en cuenta que esto los ayudará a conectarse más con el objetivo como lo plantea la ley de Yerkes-Dodson que muestra que cuándo se incrementa la actividad emocional se eleva el aprendizaje (+emoción = +aprendizaje / -emoción = -aprendizaje). Estos niveles de emoción

también se deben mediar ya que la misma ley plantea que si hay un exceso de esta el aprendizaje tiende a bajar significativamente. Hay razones para creer que hay más vías que van desde la amígdala (emociones) al córtex (razón) y no al contrario. Por ello suelen ser las emociones las que influyen sobre la razón y no al contrario (Santacana Mestre & Martínez Gil, 2018)

## **Cápsula 2- El patrimonio es compartido**

Entendiendo que el patrimonio cultural causa una reacción/emoción para las personas que lo reconocen, luego de este primer momento en el que se abarca la escala personal, los participantes del taller socializan y definen lo que ellos consideran como propio, entienden que desde la cotidianidad existe un conjunto de bienes intangibles con los que se identifican y sienten conexiones emocionales y afectivas que conforman en conjunto un nuevo mapa de afectos sobre el que se empezará a trabajar en esta nueva cápsula.

Ahora que se ha definido el conjunto de bienes intangibles y los espacios comunes de cada grupo, es momento de darle atributos y entender por qué estos elementos identificados en "Expediciones de la memoria" pueden ser considerados como parte del patrimonio inmaterial de la comunidad. Una de las características predominantes en las puestas en común con los grupos focales es el reconocimiento del patrimonio a través de la tradición oral, ya que a través del paso de la importancia entre generaciones hizo posible el encuentro de estas conexiones o territorios comunes.

**Actividad 4-** Habilidades para la búsqueda de tesoros: Busca capacitar a los participantes de una manera rápida en técnicas de registro y criterios de observación. En la cartilla se entregan insumos que muestran como se puede tomar una topografía, grabar un audio, hacer una entrevista y dibujos atmosféricos.

En este punto, el equipo se subdivide según la manera en la que se hará la recolección de información de la siguiente actividad. Así aparecen personajes como: Cazador/a de sonidos (registro de audios), cristizador/a de imágenes (Fotografía y videos), Relator/a de sucesos (Entrevistas, textos, dibujos) y por último compilador/a de datos (búsqueda de información y recopilación general de la información tomada en sitio).

Aunque el grupo de investigación es el actor responsable de liderar el taller, no es el encargado de impartir el conocimiento, el equipo de LUPA se comporta más bien una guía que da pautas para que los participantes tengan las herramientas para encontrar desde la autogestión, estrategias para evidenciar y reconocer el patrimonio cultural.

**Actividad 5- Búsqueda de tesoros:** El ejercicio propone la recolección de información mediante técnicas sencillas para documentar nuevos hallazgos a través de un recorrido de reconocimiento sobre la ruta propuesta por cada grupo focal que sirve además para contrastar las experiencias individuales sobre estos puntos de interés y su experiencia inmediata en el territorio.



En la actividad "búsqueda de tesoros" con el grupo de la casa Morada se realizan un total de 97 registros, que incluyen fotografías, videos, audios y textos. Los jóvenes mostraron gran interés por documentar el recorrido ya que hacía parte del mapa afectivo definido por ellos como comunidad. Este recorrido se realizó por diversas zonas del barrio, en ocasiones los puntos se encontraban muy lejanos entre ellos, por lo que se dedicó más tiempo al recorrido.

El enfoque del grupo se centró en entrevistar a los personajes que habitaban los espacios y registrar las historias y actividades que encontraban a medida que se desarrollaba el recorrido, sin embargo, no se habló mucho de las experiencias personales en estos espacios y el registro de la arquitectura del barrio fue poco.

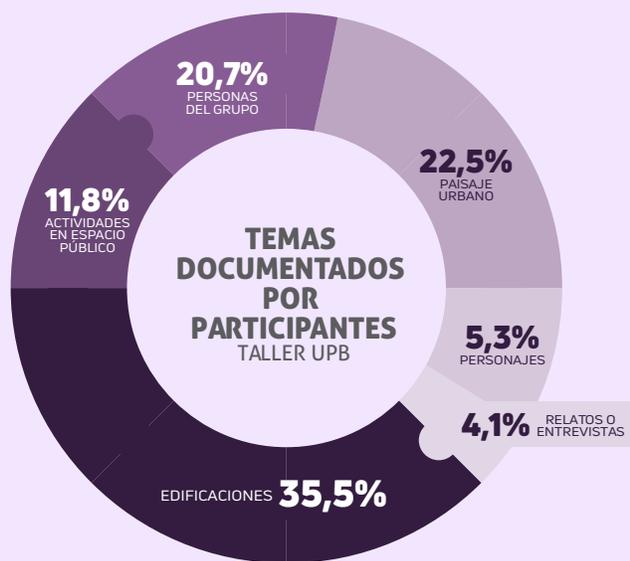


Gráfico 11- Registro y documentación Colegio UPB, elaboración equipo proyecto LUPA

Al ser un área de estudio más reducida (Colegio y su entorno cercano), el grupo de estudiantes de octavo grado registró en total 167 documentos multimedia para el reconocimiento del patrimonio dentro de la ruta de-

finida. A diferencia del grupo de Casa Morada, los estudiantes presentaron mucho interés por documentar las edificaciones y sus espacios interiores ya que son lugares que habitan con frecuencia.

Las experiencias personales también fueron un factor diferenciador en la recolección de información, ya que entre ellos se entrevistaban y hablaban de sus experiencias y recuerdos con los lugares seleccionados. Se hizo además registro de personajes urbanos que habitan su entorno cercano y hacen parte de su cotidianidad.

Lastimosamente por temas logísticos y de tiempo fue posible realizar el recorrido, más no la etapa de recolección de información de la ruta establecida por el grupo de vigías del patrimonio del municipio de Titiribí

Realizar estas actividades grupales les dará herramientas a los niños y jóvenes para visibilizar lo que se considera como patrimonio cultural, una visibilidad que está sustentada en la información que recolectaron, información que sirvió como verificación para sustentar el tejido por el que se conforma, las redes personales se entrelazan para formar un sistema que le pertenece a la comunidad. Es un trabajo que abre posibilidades de aprendizaje expandidas, ya que los conocimientos adquiridos por cada grupo podrán ser compartidos a otras personas y la misma comunidad podrá aprender a gestionar y abrir nuevos espacios para enseñar como identificar y reconocer el patrimonio cultural.

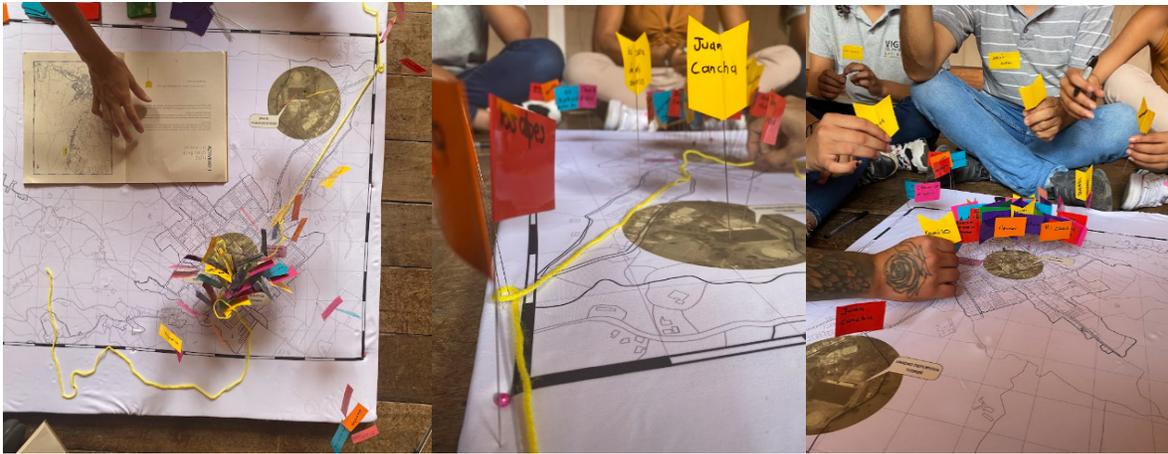


Imagen 3- Ruta afectiva, ejercicio práctico en Titiribí, fotografías propias

### Cápsula 3- El patrimonio es un sistema conectado

Este proceso permite que los participantes puedan tener ahora una visión que va más allá de lo que se percibe como patrimonio cultural, a partir de este proceso llevado en los talleres participativos los grupos puedan entender ahora el concepto de patrimonio como un sistema compuesto por conexiones que parten desde la identificación de afectos y experiencias desde una escala personal, hasta la identificación de unos territorios comunes que se conforman a partir de una construcción social y colectiva.

**Actividad 6- Puesta en común de hallazgos y tesoros:** Después del recorrido realizado, se busca identificar los elementos más representativos de cada estación con un dibujo y una descripción que hable de los valores que cada uno le otorga. Esto con el fin de configurar una narrativa de la ruta a partir de los criterios de valoración.

**Actividad 7- Cadáver exquisito:** Divididos en equipos de trabajo según los roles desempeñados en la recolección de la información de la

actividad 5, los participantes y el equipo mediador producen la documentación de la ruta mediante las técnicas de edición de todos los productos y se entregan al compilador para que aloje la información en la web.

Esto permitirá tener una base de datos que servirá de insumo y fuente de información para el grupo de investigadores, así como para los diferentes grupos focales que participaron de ellos, ya que, la recolección de estos datos sirve para la interpretación y sistematización de información que será usada para la siguiente etapa de la investigación del proyecto LUPA para la definición de los contenidos temáticos del recurso educativo digital.

**Actividad 8- Recorrido guiado por jóvenes:** Al interior del grupo se definen nuevamente papeles para esta última experiencia práctica del reconocimiento patrimonial. El ejercicio propone hacer el montaje de la guía patrimonial y la realización de un recorrido por la ruta guiado por los participantes del taller con los insumos producidos y editados por cada equipo de trabajo.



Ilustración 4- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

En esta etapa de culminación del taller participativo se evidencia un cambio en la percepción del patrimonio cultural, ahora cada grupo focal tiene la capacidad de darle atributos y entender las cualidades que pueden tener los lugares, las prácticas, los objetos y los bienes intangibles desde la escala personal para de identificar a partir de una valoración colectiva, cuáles son esos espacios comunes y reconocer si estos pueden ser considerados como patrimonio cultural.

Además, cada uno de los integrantes cuenta ahora con los insumos necesarios tanto metodológicos como de información que promueven la autogestión para replicar esta

experiencia y el conocimiento adquirido en "Expediciones de la memoria" con otros integrantes de las comunidades a las que pertenecen, para que ellos, también sean los encargados de mantener y resignificar los valores que son otorgados a estos territorios comunes. Sin embargo, ya que su valoración no es absoluta e inamovible, es necesaria una resignificación constante y la vinculación de este a las las emociones y al sentido de pertenencia que puedan tener por este espacio común que es el patrimonio cultural. De todos depende salvaguardarlo para asegurar su permanencia en el tiempo.

## Conclusiones

Las nuevas generaciones tienen un papel importante en el reconocimiento y la valoración del patrimonio cultural, ya que ellos son los encargados de darle a estos procesos socio-culturales su permanencia en el tiempo. Es por esta razón que generar consciencia de lo que significa el patrimonio cultural desde una edad temprana es relevante para poder salvaguardarlo.

Se entiende que este proceso tiene su final en lo colectivo, sin embargo, su valoración comienza desde la escala de lo más íntimo, donde, aunque no es evidente a primera vista es importante que niños y jóvenes tengan los insumos necesarios para entender que es desde allí que aparecen todos los procesos afectivos que ayudan a que se formen las conexiones que permiten que estos bienes intangibles puedan ser considerados como patrimonio.

## Bibliografía

Rodríguez Luna, M.E. (2012). El taller: una estrategia para aprender, enseñar e investigar [versión electrónica] *Lenguaje y Educación: Perspectivas metodológicas y teóricas* para su estudio. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de la base de datos DIE-UD

Romero Bello, E. (2017). Los talleres de artes plásticas en la educación patrimonial local [versión electrónica] *II Congreso online internacional sobre la educación en el Siglo XXI*. Recuperado el 23 de mayo de 2023 de la base de datos EUMED

Santacana Mestre, J., y Martínez Gil, T. (2018) El patrimonio cultural y el sistema emocional: un estado de la cuestión desde la didáctica [versión electrónica] *Arbor*. Vol. 194 NÚM. 788. Recuperado el 17 de septiembre de 2021

UNESCO (2011) *Infokit 2011- ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Consultado el 4 de marzo de 2023, <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

## Tabla de figuras

Gráfico 1- Edades participantes Taller Morada, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 2- Edades participantes Taller Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 3- Edades participantes Taller UPB, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 4- Mi cuerpo, mi patrimonio- Casa Morada, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 5- Mi cuerpo, mi patrimonio- Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 6- Mi cuerpo, mi patrimonio- Colegio UPB, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 7- Ruta afectiva- Casa Morada, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 8- Ruta afectiva- Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 9- Ruta afectiva- Titiribí, elaboración equipo proyecto LUPA

Gráfico 10- Registro y documentación Casa Morada, elaboración equipo proyecto LUPA

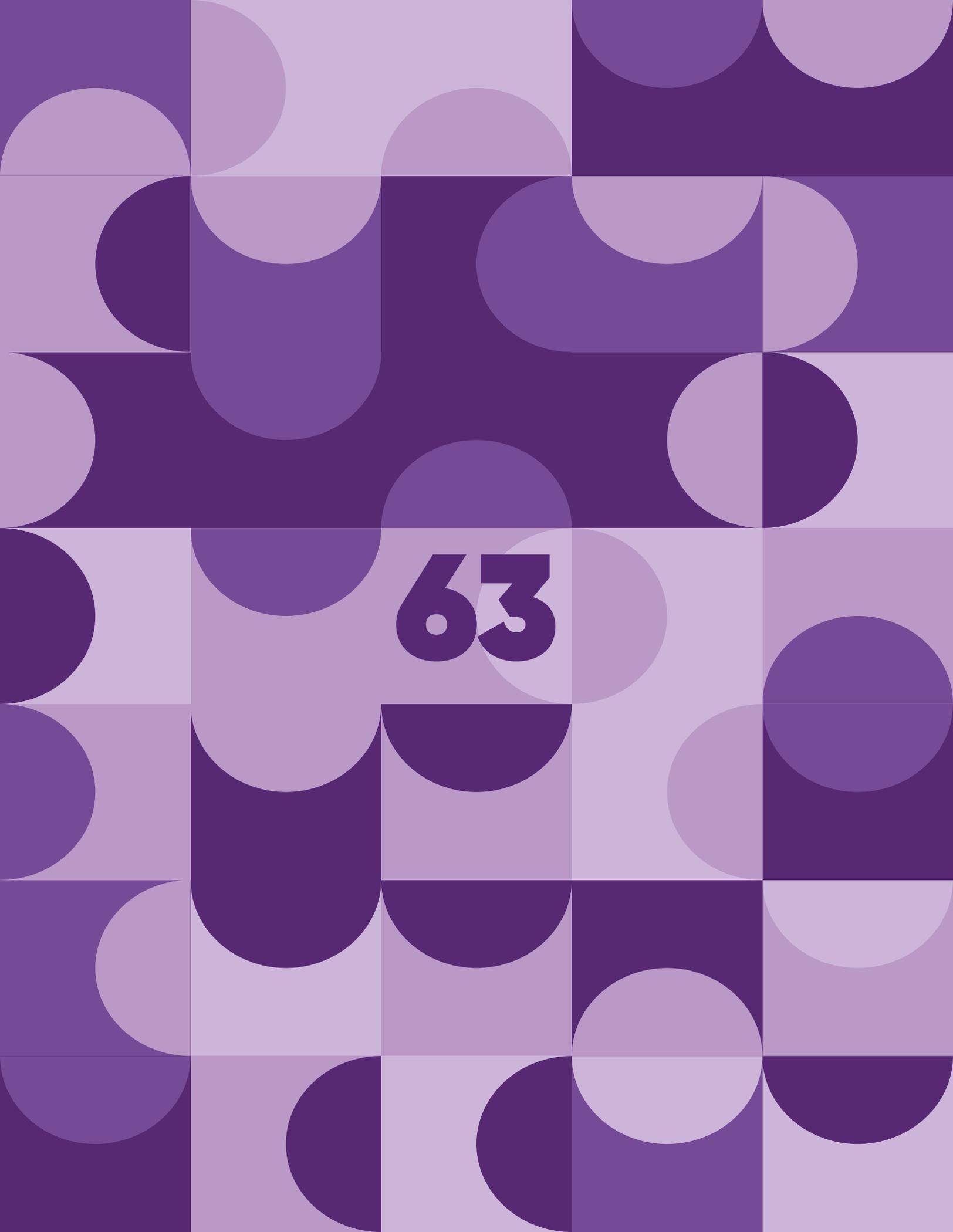
Ilustración 1- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

Ilustración 2- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

Ilustración 3- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

Ilustración 4- Cartilla Expediciones de la memoria, elaboración equipo proyecto LUPA

Imagen 1- Ruta afectiva, ejercicio práctico en Titiribí, fotografías propias

The background features a complex, abstract pattern of overlapping squares and circles in various shades of purple, from light lavender to deep, dark violet. The shapes are arranged in a grid-like fashion, with some circles partially overlapping the corners of the squares, creating a dynamic and layered visual effect.

**63**

# Ciudad, identidad y color imaginado

## City, identity and imagined color

Yessenia García Ramírez<sup>1</sup>

### Resumen

El artículo analiza el concepto de "color imaginado" en el contexto de ciudades como Cali, Colombia, y Guadalajara, México. Estas ciudades enfrentan diversos desafíos, como delincuencia, desempleo, servicios básicos deficientes y desigualdades, que a menudo pasan desapercibidos. Se argumenta que el color puede ser una herramienta valiosa para comprender mejor la realidad urbana. El color imaginado se define como la forma en que las personas perciben y asignan significados a los colores en función de sus experiencias personales, emociones y vivencias. Se ilustra cómo el diseño urbano estratégico, basado en el color imaginado, puede contribuir a la creación de una identidad distintiva para una ciudad y promover la sostenibilidad y la conexión emocional con el entorno natural. Sin embargo, se advierte sobre el riesgo de que las ciudades se centren en atraer, por ejemplo, turistas en detrimento de las necesidades de sus habitantes permanentes, lo que puede socavar la autenticidad de la ciudad y la relación de los ciudadanos con su entorno. Se concluye enfatizando que el análisis del color imaginado puede ser una herramienta valiosa para comprender y abordar problemas urbanos, promoviendo ciudades más auténticas y respetuosas con la diversidad cultural y social de sus habitantes.

### Abstract

The article examines the concept of "imagined color" in the context of cities such as Cali, Colombia, and Guadalajara, Mexico. These cities face various challenges, such as crime, unemployment, inadequate basic services, and inequalities, which often go unnoticed. It is argued that color can be a valuable tool for a better understanding of urban reality. Imagined color is defined as the way individuals perceive and attribute meanings to colors based on their personal experiences, emotions, and experiences. The article illustrates how strategic urban design, based on imagined color, can contribute to the creation of a distinctive identity for a city and promote sustainability and an emotional connection with the natural environment. However, a warning is issued about the risk of cities focusing on attracting, for example, tourists at the expense of the needs of their permanent residents, which can undermine the authenticity of the city and the relationship of its citizens with their environment. The conclusion emphasizes that the analysis of imagined color can be a valuable tool for understanding and addressing urban issues, promoting more authentic and culturally diverse cities that respect the social diversity of their residents.

---

<sup>1</sup>Estudiante Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica. Universidad de Guadalajara. Este artículo se deriva de la pasantía realizada en el marco del XXVIII Verano de la investigación científica y tecnológica del pacífico 2023 del Programa Delfin realizada en la Fundación Academia de Dibujo Profesional de Cali (Colombia).

## Introducción

En Latinoamérica, la “realidad” de ciudades como Cali (Colombia) y Guadalajara (México), se encuentra atravesada por problemáticas como incidencias delictivas, desempleo, servicios básicos deficientes, educación no garante de calidad, desigualdades, entre otras, que además de estar en constante aumento, y a pesar de su reconocimiento público, la atención hacia estas problemáticas suele ser insuficiente y, en ocasiones, se intenta encubrir las o disfrazarlas.

Frente a esto, la percepción individual que cada habitante tiene de su ciudad es un valioso reflejo de la realidad vivida, sin embargo, sería pretensioso asumir que dicha percepción es la verdad absoluta que define la ciudad en su totalidad, pues la experiencia de vivir y experimentar lo urbano puede ser difícil de expresar, por lo que es necesario recurrir a herramientas que actúen como estímulos para comprenderla mejor; es esencial reconocer que nuestra identidad y comportamiento están fuertemente influenciados por nuestro entorno, ya sea la ciudad o las personas con las que interactuamos, por ejemplo, si se vive en una ciudad donde solo observamos dificultades y problemas, con el tiempo, esto afectaría negativamente en nuestra manera de interactuar con los demás; es importante, entonces, explorar cómo la realidad de una ciudad afecta a sus habitantes y cómo esto a su vez influye en su identidad personal.

En este contexto, el color surge como una herramienta con la cual, hemos estado en contacto a lo largo de nuestra vida, aunque a menudo lo subestimamos sin conocer su potencial para ayudarnos a contextualizar y

resolver problemáticas. En esta breve reflexión, surge el interés por comprender como por medio del color imaginado se puede conocer el contexto real de una ciudad, realidad que va más allá de lo que las redes sociales o el gobierno nos muestra, ya que se busca la perspectiva auténtica de los habitantes, quienes son los que experimentan la realidad urbana.

La interacción del color con las experiencias y el pensamiento humano es fascinante, por ello, se abordará cómo el color participa y representa imaginarios que son influenciados por experiencias que pueden causar sensaciones de disgusto o felicidad ante ciertos colores, además, se analizará cómo los colores se utilizan en las ciudades para representar narrativas que buscan resaltar aspectos culturales o promover otras características que representen al lugar. El color imaginado se convierte así en un medio para comunicar y revelar si la ciudad se vive como se desea o si es solo una representación limitada de la misma.

Por lo tanto, la presente reflexión expone que el color imaginado desempeña un papel fundamental como recurso de identidad personal, que nos permite obtener información sobre el contexto en que se vive la ciudad a partir de la percepción individual. Dicho de otra manera, a lo largo del presente, se explorarán las diversas interacciones del color imaginado con el entorno urbano y el individuo, buscando comprender cómo este puede favorecer el abordaje de las problemáticas presentes en las ciudades. El color imaginado como una herramienta se convertirá en un valioso recurso para descubrir cómo se vive y percibe una ciudad desde la perspectiva de quienes la habitan.

# Aproximaciones conceptuales

## Del color al color imaginado

Según el portal BenQ<sup>1</sup> *“el color es una experiencia generada por los sentidos debido al fenómeno de la emisión de luz, el color en los objetos no existe propiamente, sino que cada elemento posee la capacidad de absorber o reflejar la luz natural o artificial que se encuentre en el ambiente, la luz que refleja y no pudo ser absorbida es lo que podemos percibir y es lo que denominamos color”*. Esta definición proporciona una base para entender el significado y origen del color. Es a través de la asignación de nombres y significados a cada rayo de luz, según su longitud de onda, que el color adquiere sentido para los seres humanos. Además, el color representa uno de los componentes fundamentales en la comunicación visual y simbología, una simbología que en su esencia más básica se extrae de la naturaleza; tenemos el ejemplo del color naranja, que originalmente fue empleado para denominar a las naranjas (las frutas) y posteriormente se convirtió en adjetivo para referirse a esa tonalidad, siendo la fruta el referente original antes que el propio color.

Por otro lado, el color físico, se refiere a los colores presentes en objetos, edificios, infraestructuras y paisajes urbanos. Estos colores son el resultado de la interacción de la luz con los materiales utilizados en la construcción de la ciudad. En un entorno urbano, los colores físicos pueden variar ampliamente, los edificios tienen diferentes tonalidades en sus fachadas, los automóviles y

las señales de tráfico utilizan colores específicos para transmitir información, y los espacios públicos pueden estar decorados con variedad de colores para crear ambientes estéticos y atractivos.

Vemos como el color, en su interacción con las personas y los espacios, adquiere sentidos que transitan entre lo particular y lo colectivo; por lo cual se hace imperativo avanzar en el reconocimiento de como el color favorece su comprensión, uso y construcción. Vargas y Rodríguez (2018), Vanina (2021) y Cañellas (1979) exponen que el color imaginado, que se refiere al uso del color como recurso de acceso y reconocimiento de las percepciones subjetivas que los seres humanos tienen del entorno urbano y su influencia en la experiencia y calidad de vida, es una herramienta que permite reconocer los espacios urbanos como escenarios en permanente construcción física y simbólica.

En este sentido, Rodríguez (2014), expone que en la relación con lo urbano se puede reconocer, al menos, dos tipos de color: los colores permanentes y los colores aleatorios. Los colores permanentes son aquellos que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, como los tonos de las fachadas de los edificios o las estructuras arquitectónicas en general, estos colores establecen una base visual fija en el entorno urbano. Por otro lado, los colores aleatorios son aquellos que experimentan cambios y variaciones, dependiendo de diferentes factores, estos cambios pueden estar relacionados con la luz ambiental, el clima, la hora del día, la época del año, la vestimenta de los habitantes o incluso la decoración temática de festividades, estos colores variables añaden una dimensión dinámica y distinta al paisaje urbano.

---

<sup>1</sup> Véase: <https://www.benq.com/es-mx/centro-de-conocimiento/conocimiento/que-es-el-color.html>

Esta forma de percibir el color, amplía la comprensión en sí misma al destacarlo como un elemento heterogéneo y relevante del entorno urbano, dando lugar a nuevas posibilidades estéticas, emocionales o sensoriales de vivir la ciudad. Dicho de otra manera, los colores en su implementación en contextos urbanos van adquiriendo valor conforme su aplicación e interpretación, pues es en este escenario donde interactúan con factores sociales, culturales, psicológicos y demás, que los usan e interpretan. Al hablar del color imaginado se da especial atención a su interacción con las experiencias individuales, que pueden influir en cómo percibimos y asignamos significados a los colores, las asociaciones emocionales o recuerdos específicos que pueden darle un significado personal a un color en particular.

## Color e imaginarios

Considerando lo anterior, resulta interesante reconocer que la comprensión que tenemos del color no se limita únicamente a la percepción sobre los objetos concretos del entorno urbano, sino que también está vinculada a nuestra perspectiva, memoria e imaginarios, por lo cual, la percepción del color puede variar de persona a persona, lo que significa que distintos individuos pueden tener experiencias visuales diferentes ante el mismo entorno según las formas a partir de las cuales imaginan o construyen lo que para cada quien es la realidad, y el tener esta comprensión nos abre nuevas perspectivas para explorar cómo el color imaginado enriquece y afecta nuestras experiencias en el contexto urbano, brindándonos una visión más completa y diversa del impacto del color en la comprensión de la realidad.

En relación a esto, Silva (2013) señala que “los imaginarios apuntan a una categoría cognitiva que revela cómo los seres sociales, no por medio de la razón, sino más bien a través de la sensación, perciben sus propios mundos y realidades”, revelando la importancia de los imaginarios para comprender cómo las personas perciben y experimentan su entorno, basándose en la sensación más que en la razón, pues la percepción de la realidad no se limita a aspectos racionales, sino que también está influenciada por sensaciones y emociones, que responden al estímulo generado por distintos factores.

Asimismo, y de manera concreta, Vanina (2021) nos dice: “Los imaginarios determinan maneras de ser y comportarse, así como las formas de uso de los objetos que representan. En esta medida, los imaginarios no existen en un espacio geográfico sino simbólico, que permite rastrear y examinar posiciones y relaciones intersubjetivas y ecológicas”, lo cual destaca cómo los imaginarios influyen en nuestra identidad y conducta, ya que son construcciones simbólicas que se forman a través de procesos culturales y sociales, moldeando nuestras creencias, valores y expectativas. Estos imaginarios influyen en nuestras maneras de ser y comportarnos, definiendo nuestra forma de entender el mundo y nuestras interacciones con los demás; también, enfatiza en que los imaginarios no están ligados exclusivamente a un espacio geográfico, sino que existen en un espacio simbólico al cual es posible acceder por medio del color.

Vemos entonces como el color imaginado contribuye a la representación subjetiva del mundo que nos rodea, cada individuo tiene una perspectiva única

y personal sobre los colores y cómo los percibe en su entorno, esta subjetividad contribuye a crear una identidad única y distinta, ya que nuestra relación con los colores está influenciada por nuestras experiencias, emociones y vivencias. También participa en un contexto cultural, ya que los colores imaginados pueden estar arraigados en la cultura y tradiciones de una sociedad, en donde determinados colores pueden tener significados simbólicos y emocionales para una cultura específica, lo que contribuye a la construcción de identidad cultural compartida.

En relación con lo mencionado anteriormente, los colores que percibimos y asociamos con espacios y lugares específicos pueden desencadenar una sensación de pertenencia y arraigo a dichos sitios, lo cual contribuye significativamente a la identidad tanto de la ciudad como de sus habitantes, sin embargo, es importante reconocer que en la ciudad a menudo circulan narrativas que, contrario a lo hasta aquí planteado, intentan imponer un concepto preestablecido que prioriza imaginarios y formas de lectura de la realidad, con la intención de moldear la percepción de la ciudad de acuerdo con un determinado ideal o visión.

Esta influencia dirigida puede llevar gradualmente a que las personas perciban la ciudad según el concepto específico que sus narrativas buscan proyectar, por lo tanto, la manipulación de los colores y la imagen urbana puede tener un impacto en cómo las personas se relacionan con su entorno y, a su vez, en cómo se forma su identidad colectiva como ciudadanos de ese lugar. Cada ciudad es única y está conformada por una amplia variedad de culturas, historias y experiencias, por lo que el uso

selectivo del color y el diseño urbano para promover una imagen específica puede en ocasiones restringir la riqueza de perspectivas y representaciones que conforman el tejido social de una ciudad.

## **Color, identidades y ciudad**

Existen diversas formas de interpretar y conectar con los lugares, por ejemplo, una ciudad puede enfocarse en expresiones culturales particulares, como destacados exponentes locales en áreas como la pintura, música, fotografía, arquitectura o servicios específicos que se producen en el lugar, también pueden centrarse en sitios turísticos destacados; los enfoques y referentes pueden ser variados, pero lo verdaderamente importante radica en comprender cómo se vive y se desenvuelve la ciudad, identificando si afecta a los ciudadanos y de qué manera sucede. En palabras de Rodríguez (2014): "La ciudad no solo es un hecho físico tangible. Definir ciudad implica ir más allá de lo que se ve, requiere sumergirse en la percepción de sus habitantes, entender cómo es vista, aprender a quererla, aceptar sus irregularidades y desfases, caminarla y encontrar cosas nuevas, saber su esencia, su olor, su sabor, su color."

Para ilustrar un poco lo anterior, imaginemos una ciudad llamada "Loma Verde", esta ciudad se encuentra en una región montañosa y está rodeada de bosques y paisajes naturales, los habitantes son conocidos por su amor a la ecología y la sostenibilidad, y se enorgullecen de vivir en una ciudad que respeta y se preocupa por su entorno natural; para establecer un recurso de identidad distintivo, las autoridades de Loma Verde han creado el concepto de "Ciudad Bosque". Este concepto

se basa en la idea de que la ciudad es un refugio verde en medio de la naturaleza, donde los árboles y la vegetación juegan un papel central en la vida cotidiana de sus habitantes, la identidad de Loma Verde como “Ciudad Bosque” se refleja en varios aspectos, por ejemplo, la infraestructura se ha diseñado de manera que los edificios estén integrados armoniosamente con los árboles y los parques, las calles están llenas de vegetación, con jardines y macetas colgantes que embellecen los espacios públicos, y además, se han implementado programas de reforestación y se promueve activamente la plantación de árboles en patios y jardines.

La ciudad organiza regularmente talleres sobre conservación de la naturaleza, reciclaje, además, se llevan a cabo festivales temáticos en los que los habitantes se visten de verde y participan en actividades relacionadas con la naturaleza, como caminatas por senderos, paseos en bicicleta y limpiezas de parques, este enfoque ha atraído a turistas y visitantes interesados en experimentar una vida en armonía con el entorno natural; con todo esto vemos como es que a través de un diseño de ciudad bien planificado, se logra crear una identidad distintiva que no solo enriquece la vida de los habitantes, sino que también atrae a aquellos que valoran la sostenibilidad y la belleza natural.

El ejemplo anterior, nos muestra cómo el diseño urbano puede, estratégicamente, considerar los imaginarios individuales o colectivos para crear una identidad distintiva para una ciudad adoptando una temática basada en el color; sin embargo, el impacto del color imaginado trasciende una simple estética superficial,

pues tiene la capacidad de influir en la percepción colectiva de una comunidad y en cómo sus habitantes se conectan emocionalmente con el entorno urbano.

Retomando a Rodríguez (2014), **tenemos que existen elementos** como las plazas de mercado, las iglesias, los parques y otros lugares emblemáticos que caracterizan lo urbano; estos son el resultado de acciones que se realizan en las ciudades y buscan representar la esencia de sus habitantes, sin embargo, muchas veces lo creado no refleja la realidad vivida por los ciudadanos, sino la visión de personas ajenas a la ciudad, lo que borra el verdadero significado. Por lo tanto, resulta importante comprender y saber utilizar el color a nuestro favor, ya que nos proporciona datos interesantes y nos ayuda a representar quiénes somos, tanto desde la perspectiva individual, reflejando las creencias y observaciones de cada persona, como también la perspectiva colectiva, que muestra la realidad vivida en la ciudad; tal como lo veíamos en el ejemplo, el color verde de la naturaleza fue clave para formar la identidad de la ciudad, asimismo, los gustos y principios compartidos por los habitantes en relación a la naturaleza también influyeron en este proceso, y en conjunto decidieron involucrar su entorno con un estilo de vida afín.

La comprensión de cómo se experimenta una ciudad es fundamental para tomar decisiones informadas y actuar de manera adecuada, ya que el conocer las experiencias de sus habitantes nos beneficia y permite abordar problemas y desafíos de manera efectiva mejorando la calidad de vida en la ciudad. Sin embargo, es importante reconocer que existen diversas desigualdades en la sociedad, aunque

en ocasiones no seamos plenamente conscientes de ello; si bien es inevitable en cierta medida, lo injusto radica en no otorgarle la debida importancia y permitir que el problema persista.

Por ejemplo, se hace evidente en distintas ciudades latinoamericanas como estas centran su atención en los turistas y omiten las necesidades de sus habitantes permanentes; a medida que las ciudades buscan atraer visitantes y generar ingresos económicos, pueden caer en la trampa de adoptar estrategias comerciales que desplacen la autenticidad y la esencia cultural que define su identidad, y esta transformación puede resultar en la pérdida de la conexión entre los habitantes y su entorno, lo que disminuye el sentido de pertenencia y orgullo hacia su ciudad.

Es esencial comprender cómo las personas perciben y se relacionan con diferentes colores, identificar los significados y asociaciones culturales, emocionales y sociales que las personas atribuyen a los colores proporciona una base sólida para el diseño de espacios inclusivos; dado que las interpretaciones del color imaginado pueden variar según la cultura, edad, género y otras características individuales, es fundamental considerar la diversidad de perspectivas y asegurarse de que el color sea representativo de la diversidad en el espacio.

En última instancia, al utilizar el color imaginado como recurso para comprender cómo este participa en la formación de la identidad personal y contribuye a la visualización del contexto real de una ciudad, podemos avanzar hacia la construcción de ciudades más auténticas, que respete la diversidad cultural y social de sus habitantes. El

color imaginado nos permite explorar cómo cada individuo percibe y atribuye significados a los colores en función de sus experiencias y vivencias personales. Al comprender esta relación entre el color y la identidad individual, podemos desarrollar un mayor conocimiento sobre cómo la ciudad influye en la construcción de la identidad de sus habitantes.

## Conclusión

El estudio del color como una herramienta para reconocer la percepción de las realidades urbanas ha demostrado ser un aporte valioso en la comprensión de cómo el color influye en nuestras vidas cotidianas, a través de esta investigación, hemos alcanzado una comprensión más profunda del concepto de color imaginado, lo que nos ha permitido entender con mayor claridad su naturaleza y su interacción con el entorno, así como, se han identificado los beneficios potenciales que pueden surgir al utilizar esta herramienta de manera adecuada.

Resulta aún más interesante hablar del color imaginado cuando entendemos su estrecha relación con lo que vemos en nuestro entorno y cómo nos sentimos al verlo, esto adquiere sentido cuando utilizamos nuestro conocimiento para ser más empáticos y sensibles a la forma en que otras personas se relacionan con su entorno; no se trata de imponer un cambio rígido en los demás, sino de comprender por qué interactúan de cierta manera con su entorno y explorar formas de contrarrestar esas deficiencias de las que ya se hablan, como por ejemplo, la desigualdad o la inseguridad. Es gratificante saber que el análisis del color puede tener un impacto y

contribuir a los problemas mundiales, esa participación es la que otorga valor y significado a lo que hacemos, generando un impacto positivo.

Sin duda, este tema nos lleva a reflexionar sobre cómo se desarrollan las ciudades, qué ideas nos presenta cada lugar, cómo se espera que las vivamos y cómo es que las vivimos en realidad, y nos invita a cuestionar si somos realmente conscientes de la realidad en la que vivimos y de la cual somos parte, pero, sobre todo, analizar si estamos participando de una manera efectiva para la mejora de un entorno más consciente e igualitario y agradable para todos y todas.

## Referencias bibliográficas

Cañellas, A. M. (1979). Psicología del color. *Maina*, 35-37. Recuperado de: [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:jcom0ntaZ98J:scholar.google.com/+los+colores+y+la+psicologia&hl=es&as\\_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:jcom0ntaZ98J:scholar.google.com/+los+colores+y+la+psicologia&hl=es&as_sdt=0,5)

Objetivos de desarrollo sustentable (ODS), (2015). Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Rodríguez, C. M. (2014). ¿ De qué color son las ciudades? Metodologías de apreciación cromática urbana. *Designia*, 2(2), 14-35. Recuperado de: <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/designia/article/view/38>

Silva, A. (2013). Imaginarios Urbanos. Recuperado de <http://www.imaginariorurbanos.net/index.php/es/teoria>

Vanina, O. J. (2021). Estudio cromático de la ciudad de Puerto Vallarta: Color Construido, Color imaginado, 1990-2016. (pag.141-147) recuperado de: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/4507>

Vargas, J.M., y C.M. Rodríguez. (2018). Territorios del color: análisis del imaginario del color de Ráquira. *Designia*, 5(2), 101-119. Rescuperado de: <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/designia/article/view/299>

# Revista Oblicua: Políticas para la Publicación de artículos

## a. Generalidades:

Revista OBLICUA (ISSN 2256-179X) es una publicación seriada de la Unidad de Investigación de la Fundación Academia de Dibujo Profesional (FADP). Pretende ser una plataforma de actualización constante sobre las dinámicas del diseño y la comunicación en los ámbitos local, nacional e internacional. Las líneas de interés **establecidas por la revista y a las cuales se deben ajustar todos los documentos enviados son:** (i) Diseño, cultura y sociedad, (ii) Diseño, tecnología y medio ambiente, (iii) Diseño, comunicación y estética, y (iv) Pedagogía en Diseño. La frecuencia de publicación es anual, y se realiza bajo la política de acceso abierto (Open Access System). La recepción de propuestas es permanente y el comité de publicaciones es libre de generar números especiales en distintos periodos del año.

- Los documentos que revista Oblicua recibe para revisión y publicación son: artículos resultados de investigación-creación, artículos de revisión, artículos de reflexión, reseñas de libros, ensayos y material gráfico.

- Los documentos deben ser originales y pueden ser presentados en idioma español, inglés o portugués. Autores y autoras garantizan la originalidad del trabajo y de no presentar simultáneamente el documento a otra publicación.

- La recepción de un documento no garantiza su publicación.

- Se realiza un proceso de revisión preliminar en el cual se identifica si

el artículo cumple con los requisitos mínimos (carta de aceptación de condiciones de publicación, extensión, estructura, temática y originalidad) solicitados por la revista Oblicua.

- Para presentar artículos se deben enviar al correo:

[produccion.investigativa1@fadp.edu.co](mailto:produccion.investigativa1@fadp.edu.co)  
(cc [investigacion@fadp.edu.co](mailto:investigacion@fadp.edu.co)).

- Si el artículo incluye fotografías, gráficos o similares se deben incluir los originales en una carpeta anexa al archivo del artículo en una resolución mínima de 300 dpi.

- Las notas al pie de página, en el cuerpo del escrito deben usarse para aclaraciones o comentarios adicionales al texto. Las ecuaciones, tablas, gráficos e imágenes deben ir enumeradas en símbolos arábigos.

- En ningún momento será aceptado un documento donde se evidencie transcripciones textuales de otros textos sin el debido reconocimiento, trátese de plagio o auto-plagio.

## b. Revisión de documentos:

La revista Oblicua utiliza el sistema de revisión por pares y el sistema doble ciego para la revisión de los documentos. Este proceso se realiza en un plazo de sesenta días (60) calendario a partir de la confirmación de recepción del documento.

Tras la revisión del documento la revista informará por escrito el concepto de los evaluadores, estos tienen la posibilidad de establecer alguno de los siguientes:

Aceptado para publicación.

Aceptado con recomendaciones.

No aceptado.

Autores y autoras se responsabilizan de revisar, considerar y realizar los cambios necesarios para la publicación del artículo en el tiempo indicado por el comité de publicaciones, el cual no puede ser menor a quince (15) días hábiles. Después de esto, tras segundo concepto por parte de los evaluadores, el comité tendrá la decisión final sobre si se publica o no el documento.

Los juicios emitidos por el (los/las) autor(es) o autora(s) del artículo son de su entera responsabilidad. Por eso, no comprometen las políticas y las revistas de la FADP.

### **c. Forma de presentación:**

Sin excepción todos los documentos presentados deben estar en formato digital (\*.doc o \*.docx), hoja tamaño carta, fuente de letra Times New Roman 12, Interlineado 1.5, con paginas numeradas de manera consecutiva. En todos los casos el máximo de palabras incluye títulos, citas a pie de página y referencias bibliográficas.

La estructura de los documentos debe ser la siguiente:

### **i. Artículos resultados de investigación-creación:**

Comunica por primera vez los resultados de una investigación-creación. Su extensión mínima es de 5.000 palabras y máxima de 11.000 palabras. La estructura es la siguiente:

- Título: (con traducción al inglés).
- Nombre de autor(es) o autora(s): (En nota a pie de página se debe indicar los siguientes datos (c/u). Nivel de formación, filiación institucional y correo de contacto).
- Resumen: (máximo 250 palabras)
- Palabras claves: (entre 3-5)
- Abstract: (máximo 250 palabras)
- Key words: (entre 3-5)
- Introducción: (Presenta problema, an-

tecedentes, referentes teóricos y conceptuales, metodología y objetivo).

- Cuerpo de texto: (Presenta el análisis de los resultados de expresión y/o creación)

- Conclusiones y recomendaciones: (Deben presentar la relevancia del tema abordado para la disciplina y para contextos específicos. Además debe incentivar el desarrollo de otras investigaciones que considere pertinentes).

- Referencias bibliográficas (Deben coincidir con las citadas en el escrito).

### **ii. Artículos de revisión:**

Es un documento que se desprende de una investigación finalizada. En este, a partir de la revisión mínima de cincuenta (50) o más referencias se sistematizan y relacionan los resultados de diferentes investigaciones publicadas que se han enfocado en el estudio de un tema específico. La extensión es de máximo 12.000 palabras. Su estructura es la siguiente:

- Título: (con traducción al inglés).
- Nombre de autor(es) o autora(s): (En nota a pie de página se debe indicar los siguientes datos (c/u). Nivel de formación, filiación institucional y correo de contacto).
- Resumen: (máximo 250 palabras)
- Palabras claves: (entre 3-5)
- Abstract: (máximo 250 palabras)
- Key words: (entre 3-5)
- Introducción: (Presenta problema, antecedentes, referentes teóricos y conceptuales, y objetivo).
- Metodología: (Presenta el enfoque, método y técnicas utilizadas en la investigación)
- Resultados y discusión: (Identifica y discute aspectos relevantes de una área de estudio como avances, tensiones, contradicciones, tendencias, proposiciones, supuestos)

- Conclusiones y recomendaciones: (Deben presentar la relevancia del tema abordado para la disciplina y para contextos específicos. Además debe incentivar el desarrollo de otras investigaciones que considere pertinentes).
- Referencias bibliográficas (Mínimo cincuenta [50] referencias)

### iii. Artículos de reflexión:

Comunica los resultados de una investigación terminada desde un punto de vista analítico, interpretativo y/o crítico por parte del autor(es) o autoras. No debe superar las 9.000 palabras. Su estructura es la siguiente:

- Título: (con traducción al inglés).
- Nombre de autor(es) o autora(s): (En nota a pie de página se debe indicar los siguientes datos (c/u). Nivel de formación, filiación institucional y correo de contacto).
- Introducción: (presentación del origen y relevancia de la reflexión).
- Reflexión: (Desarrollo fundamentado de la reflexión y presentación de sus implicaciones. El autor o autora es libre de asignar los títulos o subtítulos que considere pertinentes).
- Conclusiones
- Referencias

### iv. Reseñas de libros:

Da cuenta de la contribución teórica y/o metodológica que un libro puede ofrecer a la disciplina y/o a la comunidad educativa. Su extensión máxima es 2000 palabras. Los libros reseñados deben ser recientes, de publicación máxima de cinco (5) años atrás al momento de presentación de la reseña. La estructura es la siguiente:

- Título: (datos de edición del libro)
- Autoría de la reseña: (En nota a pie de página se debe indicar los siguientes datos (c/u). Nivel de formación, filiación institucional y correo de contacto).
- Desarrollo o reseña.

- Referencias bibliográficas.
- v. Ensayos: Documento utilizado para presentar el análisis y/o punto de vista debidamente argumentado de autores o autoras respecto a un tema de interés en un máximo de 3.500 palabras. La estructura es la siguiente:
- Título: (con traducción al inglés).
  - Nombre de autor(es) o autora(s): (En nota a pie de página se debe indicar los siguientes datos (c/u). Nivel de formación, filiación institucional y correo de contacto).
  - Resumen: (máximo 150 palabras)
  - Palabras claves: (entre 3-5)
  - Desarrollo del tema: (El autor es libre de usar títulos o subtítulos según lo considere. Sin embargo el argumento del ensayo debe ser presentado en alguno de los tres primeros párrafos. El párrafo final debe estar destinado para presentar la conclusión del ensayo).
  - Referencias bibliográficas.

### vi. Material gráfico:

Fotografía, foto ensayo o ilustraciones que componen el total o parte de una obra, ejercicio y/o proyecto de diseño o comunicación, y se encuentra asociado a un proyecto productivo, creativo, social, de proyección e intervención. La propuesta debe contener:

- Material gráfico en formato original (resolución mínima de 300 dpi).
- Nota: El material gráfico debe ser publicable máximo en 1 hoja tipo carta.
- Título, autores y objetivos del proyecto vinculado.
  - Resumen de mínimo 300 palabras y máximo 600 palabras que describa el proyecto y la manera como el material gráfico se vincula y/o deriva del mismo.

### d. Referencias bibliográficas:

Las referencias bibliográficas utilizadas en los diferentes documentos se deben presentar al final del mismo. Estas se deben organizar en orden

alfabético y no se deben incluir referencias que no sean citadas en el texto. En caso de utilizar publicaciones de un mismo autor y año, estas deben estar diferenciadas por letras (en orden alfabético) al lado de la fecha, tanto en las referencias como en el texto. El formato de referencias utilizado responde a las normas APA, de esta manera:

#### - Libro con autor:

Apellido autor, iniciales nombres del autor. (Año). Título. Ciudad y país, Editorial.

Ricupero, S. A. (2007). Diseño gráfico en el aula. Buenos Aires, Argentina, Edt. Nobuko.

#### - Libro con editor:

Apellido editor, iniciales nombres del editor. (Ed.). (Año). Título. Ciudad y país, Editorial.

Díaz, J. (Ed). (2013). Arte, diseño y moda. Confluencia en el sistema artístico. Castilla-La Mancha, España, Editorial Universidad de Castilla La Mancha.

#### - Capítulo de un libro:

Apellido autor, iniciales nombres del autor. (Año). Título del capítulo. En Apellido autor, iniciales nombres del editor. (Ed.). (Año). Título del libro (p.p. xx-xxx). Ciudad y país, Editorial.

Wert, J.P. (2013). Arte de la calle y gusto social. En Díaz, J. (Ed). (2013). Arte, diseño y moda. Confluencia en el sistema artístico (p.p. 50-62). Castilla-La Mancha, España, Editorial Universidad de Castilla La Mancha.

#### - Artículos de Revistas:

##### Un solo autor:

Apellido, iniciales nombre del autor. (Año). Título del artículo. Nombre de la revista, volumen (numero), p.p xx-xxx.

Guijosa, V. (2008). Investigación en diseño. Actas de Diseño, 1 (2), 126-130.

Dos o más autores o autoras:

Apellido, A.A., Apellido, B.B., y Apellido, N.N. (Año). Título del artículo. Nombre de la revista, volumen (numero), p.p xx-xxx.

Pérez, E. M., y Forniés, I. L. (2012). Coordinación por módulos de asignaturas en el Grado de Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la Universidad de Zaragoza. REDU: Revista de Docencia Universitaria, 10(3), 195-207.

#### - Publicaciones en Internet:

Apellido, iniciales nombre del autor. (Año). Título de la entrada. Nombre de la página web. Recuperado de: dirección de donde se extrajo el documento (URL).

Velásquez, J. (2012). Importancia del empaque y embalaje de exportación. Packaging para alimentos y bebidas. Recuperado de: [www.packaging.enfasis.com/articulos/64578-importancia-del-empaque-y-embalaje-exportacion](http://www.packaging.enfasis.com/articulos/64578-importancia-del-empaque-y-embalaje-exportacion)

Nota aclaratoria: Como garantía de rigor académico y con el propósito de incentivar el uso de base de datos y revistas indexadas, las referencias tomadas de sitios web, blogs, wikis, etc., no deben superar el 15% del total de referencias utilizadas, así como no pueden ser el respaldo teórico del argumento central del escrito.

#### e. Carta de aceptación de condiciones de publicación

## Carta de declaración de originalidad, responsabilidad de autoría y conflicto de intereses revista Oblicua

Fecha y ciudad

Señores  
Comité Editorial  
Revista Oblicua  
Fundación Academia de Dibujo Profesional

Yo (nosotros), en calidad de autor (es, as) del proyecto titulado \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ y de tipo \_\_\_\_\_ (investigación, revisión, reflexión, reseña, ensayo, material gráfico), me permito presentar el artículo a la revista Oblicua para su revisión y posible publicación.

Tras esta acción de sometimiento del artículo, el (los) abajo firmante(s) reconoce(n) estar de acuerdo con las políticas de originalidad, responsabilidad de autoría y conflicto de intereses de la revista Oblicua, por lo cual certifica(n) que:

a. El artículo es original e inédito y no se encuentra simultáneamente sometido o publicado en otra revista en su idioma original o alguna traducción a un segundo idioma.

b. El (los) autor(es) ha(n) participado de manera integral en la generación, desarrollo, análisis de la investigación y en la escritura del artículo presentado. Se está de acuerdo con la versión final del mismo, y en caso de contar con dos o más autores o autoras se está completamente de acuerdo con el orden de aparición de los mismos, así como se garantiza que no existen terceros que no hayan sido incluidos.

c. No existen conflictos de intereses que puedan afectar el artículo (contenido, resultados o conclusiones). En caso de presentarse el potencial conflicto responde a: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

d. Los juicios emitidos por el (los/las) autor(es) o autora(s) del artículo son de su entera responsabilidad. Por eso, no comprometen las políticas y las revistas de la FADP.

e. Se está de acuerdo con la política de acceso abierto y de derechos de autor adoptada por la revista Oblicua, por lo que se permite la distribución, revisión y uso no comercial del documento siempre y cuando se atribuya el crédito al autor(es) o autora(s).

Nombre _____	Firma _____	Fecha _____
Nombre _____	Firma _____	Fecha _____
Nombre _____	Firma _____	Fecha _____

# REVISTA oblicua

Fundación Academia de  
Dibujo Profesional  
Calle 27N # 6BN - 50  
PBX: 486 2907 Ext: 117  
Email: [investigacion@fadp.edu.co](mailto:investigacion@fadp.edu.co)  
[www.fadp.edu.co](http://www.fadp.edu.co)

Encuentra nuestras  
ediciones anteriores



Síguenos en



@FadpCali



/FadpCali



/FadpCali1



@FadpCali



FUNDACIÓN  
ACADEMIA  
DE DIBUJO  
PROFESIONAL

Vigilada Mineducación