



Fundación Universitaria
SAN MATEO

TECNOLOGÍA EN EL DESARROLLO DE
LA PRODUCCIÓN GRÁFICA Y DIGITAL

2026 - I



Fundación Universitaria
SAN MATEO

INGENIERÍA Y AFINES

PROGRAMA ACADÉMICO COMPLETO

**¡QUE CHIMBA DE VIAJE! Estrategia Editorial Ilustrada para la Promoción del
Turismo en Colombia**

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCIÓN DE GRADO

SARA CRUZBUENA OLARTE

IORY MAURICIO VARGAS GORDILLO

DIRECTOR (A)

DANIEL FERNANDO MONTEJO RUIZ

BOGOTÁ D.C.

2026

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.

Contenido

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 17

CAPITULO I..... 20

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO 20

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 21

Variables asociadas al problema..... 23

Variables que originaron el problema: 23

Variables que mantuvieron el problema:..... 23

Variables involucradas:..... 23

Motivos de interés:..... 25

Necesidad de la sociedad:..... 26

OBJETIVOS.....26

Objetivos Específicos..... 26

1. Investigar referentes visuales, culturales y editoriales para fundamentar la construcción de una propuesta gráfica auténticamente colombiana..... 26

CAPITULO II 27

MARCO TEÓRICO 27

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 28

EN ESTA BÚSQUEDA SE IDENTIFICARON DIEZ INVESTIGACIONES DESARROLLADAS ENTRE 1949 Y 2022 EN COLOMBIA, ESPAÑA Y PERÚ, ENFOCADAS EN TURISMO CULTURAL, PATRIMONIO Y COMUNICACIÓN EDITORIAL. LOS ANTECEDENTES INCLUYEN DOS TESIS DOCTORALES, DOS

INVESTIGACIONES DE MAESTRÍA, UN PROYECTO DE GRADO Y CINCO PUBLICACIONES EN REVISTAS ACADÉMICAS Y CULTURALES.	28
LOS DOCUMENTOS FUERON CONSULTADOS EN REPOSITARIOS UNIVERSITARIOS Y EN BASES DE DATOS ACADÉMICAS COMO SCIELO, DIALNET Y REDALYC, ASÍ COMO EN EL PORTAL ACADEMIA.EDU, GARANTIZANDO LA VALIDEZ DE LAS FUENTES. EN CONJUNTO, ESTOS ANTECEDENTES EVIDENCIAN LA EVOLUCIÓN DEL ESTUDIO DEL PATRIMONIO Y EL TURISMO DESDE ENFOQUES ACADÉMICOS Y EDITORIALES, CONSOLIDANDO UN MARCO CONTEXTUAL SÓLIDO PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.	
<i>El primer antecedente teórico es el proyecto de grado “Diseño y elaboración de una revista digital especializada en el barrio Getsemaní de Cartagena”, desarrollado en 2022 en Colombia. .</i> <i>El segundo antecedente es la investigación “El diseño gráfico en la preservación de la memoria del territorio de Usme”, desarrollada en Bogotá en la década de 2020.</i> <i>Título: Tesis “El patrimonio cultural como argumento para la renovación de destinos turísticos consolidados del litoral en la provincia de Alicante”</i> <i>Título: Tesis “Comunicación y cultura: el proceso comunicativo para la sensibilización y valorización del patrimonio cultural material e inmaterial en Andahuaylillas, Cusco”</i> <i>Título: Libro de investigación “Patrimonio cultural y turismo ético en América Latina y Colombia. Universidad Externado de Colombia”</i> <i>Título: Tesis de maestría “Estrategias para la integración del turismo y la cultura en Santiago de Cali”</i>	34 35 35 36 37 37
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES	39
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN	45
Derechos de autor y propiedad intelectual	45
Licencias Creative Commons.....	¡Error! Marcador no definido.
Uso responsable de recursos visuales	¡Error! Marcador no definido.

CAPITULO III.....46

DISEÑO METODOLÓGICO 48

TIPO DE INVESTIGACIÓN 50

Identificación: 50

Definición de los tipos de investigación: 50

EL PROYECTO ES PRESENTADO EN UNA INVESTIGACIÓN APLICADA, YA QUE SU PROPÓSITO NO SE LIMITA AL ANÁLISIS TEÓRICO, SINO QUE BUSCA DESARROLLAR UNA SOLUCIÓN CONCRETA, LA CUAL RESPONDE A LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA. DE ESTA FORMA, SE EVIDENCIA LA RELACIÓN ENTRE LA INVESTIGACIÓN Y LA PRÁCTICA DEL DISEÑO GRÁFICO, GENERANDO UN APOORTE REAL EN EL CONTEXTO ESTUDIADO. 50

SE DESARROLLÓ UNA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA CON EL FIN DE SUSTENTAR TEÓRICAMENTE EL PROYECTO. ESTA SE JUSTIFICA PORQUE PERMITE ACCEDER A INFORMACIÓN CONFIABLE Y ACADÉMICA SOBRE CONCEPTOS CLAVE COMO DISEÑO GRÁFICO, COMUNICACIÓN VISUAL, TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL. DESDE LOS ANTECEDENTES TEÓRICOS, PROPORCIONA BASES CONCEPTUALES QUE ORIENTAN LA COMPRENSIÓN DEL PROBLEMA Y EL ENFOQUE DEL PROYECTO; MIENTRAS QUE, DESDE LOS ANTECEDENTES PRÁCTICOS, PERMITE ANALIZAR ESTUDIOS E INVESTIGACIONES PREVIAS QUE SIRVEN COMO GUÍA METODOLÓGICA Y VISUAL. DE ESTA MANERA, SE GARANTIZA EL RIGOR ACADÉMICO Y LA COHERENCIA CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN. 51

SE REALIZÓ UN ANÁLISIS DE REFERENTES GRÁFICOS QUE LUEGO SE CONVIRTIERON EN LOS ANTECEDENTES PRÁCTICOS, EL CUAL SE LLEVÓ A CABO CON EL PROPÓSITO DE IDENTIFICAR CÓMO SE HAN DESARROLLADO PROPUESTAS EDITORIALES Y PRODUCTOS VISUALES RELACIONADOS CON EL TURISMO. ESTE ANÁLISIS SE JUSTIFICA PORQUE PERMITE COMPRENDER LA MANERA EN QUE SE ESTRUCTURAN LOS CONTENIDOS, EL USO DE ELEMENTOS GRÁFICOS COMO LA TIPOGRAFÍA, EL COLOR Y LA ILUSTRACIÓN, ASÍ COMO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN VISUAL UTILIZADAS. A PARTIR DE LA REVISIÓN DE ESTOS REFERENTES, SE PUDIERON RECONOCER ACIERTOS Y FALENCIAS EN LA

DIFUSIÓN DEL TURISMO, LO QUE APORTA CRITERIOS PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA	
GRÁFICA MÁS EFECTIVA Y CONTEXTUALIZADA.....	51
<i>Justificación de la clasificación.....</i>	52
POBLACIÓN.....	53
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	53
<i>Bloques de información solicitados</i>	54
<i>Justificación del instrumento</i>	59
<i>Hallazgos obtenidos.....</i>	59
CAPITULO IV	61
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	61
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1	61
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 2	62
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 3	63
BITACORA O DIÁRIO DE CAMPO	65
<i>Resultados según los objetivos específicos</i>	75
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1	75
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 2	75
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 3	76
CAPÍTULO V.	77
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Adventure Travel Magazine Editorial Layout for Nature Explorers	28
Ilustración 2. Travel Magazine Layout Modern Adventure Outdoor Explorer Book	30
Ilustración 3. Revista Digital FONTUR – Chocó	31
Ilustración 4. The Romance of Islands	33
Ilustración 5. Resultados de la pregunta: ¿Ha consumido contenido relacionado con turismo anteriormente?	56
Ilustración 6. Resultados de la pregunta: ¿Dónde suele informarse sobre destinos turísticos?	56
Ilustración 7. Resultados de la pregunta: ¿Conoce qué es una revista de turismo?	56
Ilustración 8. Resultados de la pregunta: ¿Qué elemento considera más importante en una revista de turismo?	57
Ilustración 9. Resultados de la pregunta: Importancia del diseño visual para comprender información turística	58

Ilustración 10. Resultados de la pregunta: Elementos visuales que llaman más la atención	59
Ilustración 11. Resultados de la pregunta: Tipo de ilustración más apropiada para representar el turismo	59
Ilustración 12. Resultados de la pregunta: Estilo visual más adecuado para comunicar información turística	59
Ilustración 13. Resultados de la pregunta: Colores asociados al turismo.....	59
Ilustración 14. Resultados de la pregunta: Tipografía más adecuada para comunicar información turística	59
Ilustración 15. Evidencia de búsqueda y selección de referentes gráficos	60
Ilustración 16. Selección de tipografías y paleta cromática	61
Ilustración 17. Elaboración del machote editorial	61
Ilustración 18. Inicio de la diagramación de la revista	62
Ilustración 19. Continuación del proceso de diseño y diagramación	64
Ilustración 20. Finalización de contenidos y ajustes finales	65
Ilustración 21. Estructura general del machote	Anexo F
Ilustración 22. Distribución de secciones editoriales	Anexo F
Ilustración 23. Aplicación de la identidad visual	Anexo E

Ilustración 24. Ilustración región Caribe	Anexo G
Ilustración 25. Ilustración región Andina	Anexo G
Ilustración 26. Ilustración región Pacífica	Anexo G
Ilustración 27. Ilustración región Orinoquía	Anexo G
Ilustración 28. Ilustración región Amazónica	Anexo G

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de grado a nuestras familias, quienes han sido el principal soporte durante nuestro proceso de formación académica y personal. Su amor, confianza y acompañamiento constante nos brindaron la fortaleza necesaria para afrontar cada desafío, superar los momentos de dificultad y mantenernos enfocados en el cumplimiento de nuestros objetivos. Gracias a su apoyo incondicional, hemos podido avanzar con determinación hacia la culminación de esta importante etapa de nuestras vidas.

Este trabajo representa mucho más que un requisito académico; simboliza años de esfuerzo, aprendizaje y crecimiento. Por ello, queremos reconocer el papel fundamental que nuestras familias han desempeñado en este recorrido, alentándonos a creer en nuestras capacidades y recordándonos el valor de la perseverancia, la disciplina y la responsabilidad en la construcción de nuestros proyectos personales y profesionales.

Con profunda gratitud, dedicamos este logro a quienes han estado presentes en cada paso del camino, celebrando nuestros avances y acompañándonos en cada desafío. Su confianza en nosotros ha sido una fuente constante de inspiración y motivación para alcanzar esta meta.

AGRADECIMIENTOS

Dedicamos este proyecto a todas las personas que contribuyeron de manera significativa a nuestra formación académica, profesional y humana. A nuestros docentes, compañeros y seres queridos que, a través de sus enseñanzas, orientaciones, experiencias y palabras de apoyo, enriquecieron nuestro proceso de aprendizaje y nos impulsaron a seguir adelante con compromiso y dedicación.

A lo largo de la elaboración de este proyecto adquirimos no solo conocimientos y habilidades propias de nuestra disciplina, sino también experiencias que fortalecieron nuestra capacidad de trabajo en equipo, resolución de problemas y crecimiento personal. Cada reto enfrentado se convirtió en una oportunidad para aprender, mejorar y reafirmar nuestra vocación profesional.

Asimismo, dedicamos este logro a nosotros mismos, por la constancia, el esfuerzo y la perseverancia demostrados durante todo este proceso. La culminación de este proyecto refleja el resultado de nuestro compromiso con la excelencia académica y constituye un paso importante en el camino hacia nuestros futuros desafíos y metas profesionales.

ABREVIATURAS

IA: Inteligencia Artificial

OMT: Organización Mundial del Turismo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

FONTUR: Fondo Nacional de Turismo

ANATO: Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

MinCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

APA: American Psychological Association

RESUMEN

El proyecto “¡QUE CHIMBA DE VIAJE! Estrategia Editorial Ilustrada para la Promoción del Turismo en Colombia” consiste en el diseño de una revista ilustrada orientada a promover el turismo nacional mediante la representación de la riqueza natural, cultural y patrimonial de diferentes destinos turísticos del país. La propuesta surge a partir de un proceso de investigación y análisis de referentes de diseño editorial e ilustración cultural, con el propósito de incentivar el reconocimiento y la valoración del territorio colombiano, despertando el interés tanto de los habitantes del país como de los visitantes extranjeros por explorar su diversidad.

Como resultado, se desarrolla una revista con una identidad visual inspirada en la esencia de Colombia, caracterizada por un estilo ilustrativo auténtico, atractivo y coherente. Cada una de sus composiciones busca transmitir la identidad de los destinos representados a través de recursos gráficos cuidadosamente seleccionados y de un lenguaje cercano que incorpora expresiones propias del dialecto colombiano, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la identidad cultural y la conexión emocional con el lector.

Desde la disciplina del diseño gráfico, el proyecto plantea una estrategia editorial que integra de manera articulada la composición, la tipografía, el color y la ilustración digital para construir una identidad visual sólida, funcional y fácilmente reconocible. La aplicación estratégica de estos elementos permite organizar y jerarquizar la información, optimizar la comunicación visual y enriquecer la experiencia de lectura. De este modo, el diseño trasciende su función estética para consolidarse como una herramienta de comunicación capaz de visibilizar el patrimonio cultural y natural del país, fortalecer la promoción del turismo nacional y contribuir a la valorización de la identidad colombiana.

PALABRAS CLAVE: TURISMO COLOMBIANO, PATRIMONIO CULTURAL,
DISEÑO GRÁFICO, DISEÑO EDITORIAL, ILUSTRACIÓN CULTURAL

ABSTRACT

This project, entitled “¡QUE CHIMBA DE VIAJE! Illustrated Editorial Strategy for the Promotion of Tourism in Colombia,” presents the design of an illustrated magazine aimed at promoting Colombian tourism through the representation of the country's natural, cultural, and heritage richness. The proposal is based on a research process supported by editorial design and cultural illustration references, resulting in a visual identity that reflects the diversity of Colombian tourist destinations.

The magazine integrates illustration, typography, color, and editorial composition to communicate information in an engaging and accessible way. It also incorporates a friendly narrative and expressions characteristic of Colombian Spanish, strengthening cultural identity and creating a closer connection with readers.

As a final product, the project demonstrates the potential of editorial design as a visual communication tool to promote tourism, encourage the appreciation of Colombia's cultural and natural heritage, and inspire both national and international audiences to explore the country's diversity.

INTRODUCCIÓN

En Colombia varias fuentes externas nos hablan de la presencia de una tendencia marcada hacia la preferencia por destinos turísticos internacionales frente al turismo interno, lo que genera un bajo reconocimiento y valoración del patrimonio natural, cultural y turístico nacional. Según BBVA Research, aunque el turismo interno en Colombia superó los niveles prepandemia, el alcance de esta actividad sigue siendo limitado, ya que el 86 % de los colombianos no realizó actividades turísticas debido principalmente a restricciones económicas y de tiempo **(Hernández, Murcia Cediel, & Téllez, 2024, p. 28)**. Asimismo, La Política de Turismo Cultural del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo plantea como uno de sus propósitos fortalecer la sostenibilidad y competitividad del sector mediante la preservación y valoración del patrimonio cultural, con el fin de consolidar el posicionamiento de Colombia como un destino líder en turismo cultural **(MINCIT, 2021)**.

Por lo tanto, desde el diseño gráfico surge la necesidad de crear herramientas comunicativas que promuevan la exploración del territorio colombiano y fomenten la apropiación cultural, podemos deducir que la difusión del turismo interno muchas veces carece de estrategias de diseño innovadoras que integren identidad cultural, narrativa visual y lenguaje local, lo que limita el interés especialmente en públicos jóvenes y usuarios acostumbrados a contenidos visuales dinámicos.

Teniendo en cuenta la decadencia del interés en el turismo en Colombia, nuestro propósito recae en diseñar una revista editorial que promueva, apropie e impulse el turismo interno mediante una propuesta visual auténtica, atractiva y culturalmente representativa, incentivando el reconocimiento, la valoración y la preservación del patrimonio nacional a través del diseño gráfico.

El proyecto es importante porque responde a la necesidad de fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia hacia los destinos turísticos nacionales, incentivando a colombianos y visitantes extranjeros a descubrir el país desde una perspectiva visual y narrativa innovadora.

Desde el diseño gráfico, la propuesta contribuye a:

- Generar nuevas formas de difusión del turismo interno.
- Promover la cultura visual y estética colombiana mediante ilustración y diseño editorial.
- Fortalecer la comunicación cultural utilizando lenguaje cercano y contextualizado.
- Apoyar la preservación del patrimonio al incentivar su reconocimiento y valoración.

En este contexto, el diseño gráfico adquiere un papel estratégico como disciplina capaz de transformar la información en experiencias visuales significativas que favorezcan el acercamiento de las personas al patrimonio turístico colombiano. A través del diseño editorial y la ilustración, es posible construir narrativas que no solo informen sobre los destinos, sino que también transmitan su identidad, historia y valor cultural de una manera atractiva y accesible para diferentes públicos. En consecuencia, la revista “¡QUE CHIMBA DE VIAJE!” se plantea como una propuesta de comunicación visual que busca integrar investigación, creatividad e identidad cultural para fortalecer la promoción del turismo interno y contribuir a la valoración de la diversidad natural y cultural del país.

Más allá de constituirse como un producto editorial, el proyecto pretende evidenciar el potencial del diseño gráfico como una herramienta para incentivar el reconocimiento del territorio, fortalecer el sentido de pertenencia y generar nuevas formas de interacción entre los ciudadanos y el patrimonio nacional. De esta manera, la propuesta aspira a convertirse en un referente de cómo el diseño puede aportar al desarrollo cultural y turístico de Colombia mediante estrategias visuales innovadoras, cercanas y coherentes con la identidad del país.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

“¡Qué Chimba de Viaje!” Estrategia Editorial Ilustrada para la Promoción del Turismo en Colombia, es un proyecto de diseño gráfico enfocado en la creación de una propuesta editorial ilustrada que busca promover el turismo interno en Colombia mediante el reconocimiento y la valoración del patrimonio cultural, natural y turístico del país; Puesto que, De acuerdo con la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), durante 2025 las salidas de colombianos al exterior aumentaron un 4,3 % frente al año anterior, alcanzando los 5,8 millones de viajeros. Según la entidad, este comportamiento evidencia la consolidación del turismo internacional y un crecimiento sostenido en la demanda de viajes al extranjero por parte de los colombianos (ANATO, 2026).

La iniciativa consiste en el diseño de una revista más amigable, dinámica, interactiva, que represente la fauna, las tradiciones culturales y los elementos identitarios de diversos destinos turísticos nacionales, integrando investigación, diseño editorial contemporáneo e ilustración digital.

Vemos con preocupación que las páginas web de viajes y recursos editoriales turísticos presentan problemas de comunicación visual estratégica, incapaces de transmitir información de manera atractiva, organizada y cercana al público. A través de una identidad visual auténticamente colombiana, se propone una narrativa gráfica que combina tipografía, color,

composición editorial y lenguaje local, con el objetivo de poder generar una conexión emocional con los usuarios y fortalecer el sentido de pertenencia hacia el territorio.

La revista funciona como un medio editorial que organiza contenidos turísticos desde una perspectiva visual dinámica, brindando una experiencia gráfica al ofrecer elementos interactivos que refuerzan la recordación y apropiación cultural. De esta manera, el proyecto responde a la necesidad de innovar en la difusión del turismo interno, incentivando a colombianos y visitantes extranjeros a explorar el país desde una mirada contemporánea, creativa y culturalmente representativa.

Presentación del problema de investigación

El proyecto se sitúa en un contexto sociocultural colombiano, caracterizándose por una alta diversidad natural, cultural y patrimonial que representa un potencial significativo para el turismo interno. Sin embargo, dentro de la población colombiana, especialmente jóvenes y viajeros urbanos, se evidencia una tendencia hacia la preferencia por destinos turísticos internacionales, influenciada por factores como la globalización, la influencia de las redes sociales, el comportamiento de las generaciones jóvenes al planear sus viajes, el consumo mediático de experiencias extranjeras y la percepción limitada del turismo nacional como experiencia innovadora o atractiva. Según **Forbes España (2024)**, el 39 % de los viajeros de las generaciones Y y Z solo reservaría unas vacaciones después de haber visto el destino en redes sociales. Este resultado permite inferir que la visibilidad mediática de un destino puede influir en las decisiones de viaje de los jóvenes, favoreciendo aquellos lugares que cuentan con una mayor presencia en plataformas digitales.

Desde el ámbito del diseño gráfico y la comunicación visual, se identifican vacíos en la creación de productos editoriales contemporáneos que integren identidad cultural, ilustración y narrativas visuales atractivas para promover el turismo interno. La difusión existente suele centrarse en formatos informativos tradicionales que no siempre conectan con las nuevas dinámicas visuales y culturales del público actual.

Aunque existen investigaciones y estrategias relacionadas con el turismo cultural y el diseño editorial, se observa una limitada integración entre:

- Diseño editorial contemporáneo.
- Ilustración cultural con identidad local.
- Lenguaje cercano que represente la diversidad sociocultural colombiana.
- Estrategias visuales que generen apropiación emocional del territorio.

Desde el diseño gráfico, podríamos reconocer la importancia de la comunicación visual en la construcción de significado y en la promoción cultural; sin embargo, en la práctica se evidencian pocos proyectos editoriales que utilicen el diseño como herramienta estratégica para incentivar el turismo interno desde una narrativa visual auténtica.

El proyecto busca aportar a la disciplina del diseño gráfico mediante la exploración del diseño editorial como medio de intervención cultural y social.

Variables asociadas al problema

Variables que originaron el problema:

- Globalización cultural y mayor visibilidad de destinos internacionales.
- Percepción limitada del turismo nacional como experiencia innovadora.
- Escasez de propuestas editoriales visualmente atractivas enfocadas en turismo interno.
- Falta de productos gráficos que integren la identidad cultural contemporánea.

Variables que mantuvieron el problema:

- Difusión turística basada principalmente en formatos informativos tradicionales.
- Débil conexión emocional entre el público joven y el patrimonio nacional.
- Poca integración entre ilustración cultural y diseño editorial estratégico.

Variables involucradas:

- Diseño editorial.
- Ilustración digital cultural.
- Comunicación visual.
- Identidad cultural colombiana.
- Turismo interno.
- Narrativa visual y lenguaje local.

Las variables asociadas al problema se relacionan con factores culturales, comunicativos y visuales que influyen en la percepción y promoción de como vemos el turismo interno en Colombia. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Política de Turismo Cultural establece que uno de sus objetivos es fortalecer la sostenibilidad y competitividad del sector mediante la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio cultural, con el propósito de consolidar el posicionamiento de Colombia como un destino líder en turismo cultural (**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT], 2021**). Sin embargo, la creciente exposición a contenidos globalizados, la alta visibilidad de destinos internacionales en medios digitales y la limitada implementación de estrategias visuales innovadoras orientadas al turismo nacional han contribuido a una menor apropiación del patrimonio colombiano por parte de algunos públicos. Asimismo, la permanencia del problema se relaciona con la utilización predominante de formatos informativos tradicionales y con una débil conexión emocional entre las nuevas generaciones y los referentes culturales del país. En este contexto, variables como el diseño editorial, la ilustración digital cultural, la comunicación visual, la identidad cultural colombiana, el turismo interno y la narrativa visual constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de estrategias que promuevan el reconocimiento y la valoración del patrimonio nacional.

Formulación de la pregunta problema:

- ¿Cómo puede el diseño editorial y la ilustración cultural contribuir a promover el turismo interno en Colombia y fortalecer la valoración del patrimonio cultural entre jóvenes y viajeros interesados en explorar destinos nacionales?

Justificación:

El proyecto “¡Qué Chimba de Viaje! Estrategia Editorial Ilustrada para la Promoción del Turismo en Colombia” se justifica por la necesidad de fortalecer el reconocimiento, la valoración y la apropiación del patrimonio cultural y turístico colombiano mediante estrategias de comunicación visual innovadoras. En un contexto donde existe una creciente preferencia por destinos internacionales, surge la necesidad de desarrollar propuestas gráficas que resignifiquen la percepción del turismo interno y lo presenten como una experiencia atractiva, diversa y culturalmente enriquecedora.

Desde el diseño gráfico, el proyecto propone el desarrollo de un producto editorial que integra identidad visual, narrativa e ilustración digital como recursos para comunicar contenidos de manera clara, significativa y atractiva. De acuerdo con Frascara (2006), el diseño de comunicación visual tiene como propósito facilitar la comprensión de los mensajes y hacer más efectiva la comunicación, mientras que Chaves (2006) destaca su capacidad para fortalecer la identidad y construir significados. En este sentido, la revista se plantea como una herramienta editorial que promueve el patrimonio turístico colombiano mediante una experiencia visual cercana, contribuyendo al reconocimiento del territorio y al fortalecimiento de la identidad cultural.

Motivos de interés:

- Promover el orgullo por la diversidad cultural y natural colombiana.
- Crear una experiencia que conecte emocionalmente con el público.
- Utilizar el diseño como herramienta de transformación cultural y social.

Necesidad de la sociedad:

- Fomentar el turismo sostenible y responsable dentro del país.
- Incentivar el conocimiento del patrimonio nacional.
- Desarrollar productos culturales que fortalezcan la identidad colectiva.
- Crear alternativas creativas frente a contenidos turísticos tradicionales.

Objetivos

Desarrollar una revista editorial ilustrada para promover el turismo interno mediante la comunicación visual del patrimonio cultural colombiano, en el contexto del diseño gráfico contemporáneo orientado a la difusión cultural y turística en Colombia.

Objetivos Específicos

- 1.** Investigar referentes visuales, culturales y editoriales para fundamentar la construcción de una propuesta gráfica auténticamente colombiana.
- 2.** Analizar estrategias de comunicación gráfica aplicadas al turismo interno en Colombia dentro del contexto del diseño editorial contemporáneo.
- 3.** Diseñar una identidad visual para la revista basada en ilustración digital, tipografía y color que represente la diversidad cultural y natural de Colombia.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

El diseño gráfico es una disciplina orientada a la comunicación visual que organiza elementos como la tipografía, el color, la composición y la imagen para transmitir mensajes de manera clara y efectiva (**Ambrose & Harris, 2011**). En el contexto turístico, el diseño gráfico permite representar visualmente la identidad cultural de un territorio, fortaleciendo su reconocimiento y promoviendo su valor patrimonial.

El diseño editorial, como área del diseño gráfico, se enfoca en estructurar y organizar la información dentro de publicaciones como revistas, facilitando la lectura y mejorando la experiencia del usuario mediante el uso de retículas, jerarquías visuales y composición (**Samara, 2007**). Este proceso contribuye a la creación de narrativas visuales coherentes que fortalecen la comunicación del contenido.

Por su parte, la ilustración digital es una herramienta que permite representar visualmente elementos culturales, naturales y simbólicos, aportando valor expresivo y reforzando la identidad visual de un proyecto (Male, 2017). Asimismo, el color y la tipografía cumplen un papel fundamental en la construcción de identidad visual, ya que influyen en la percepción, el significado y la legibilidad del mensaje (Wong, 1995; Lupton, 2010).

En el ámbito turístico, el diseño visual es una herramienta clave para promover destinos, generar conexión con el público y comunicar el valor cultural de un lugar (Organización Mundial del Turismo, 2019). De esta manera, el diseño editorial y la ilustración contribuyen a la difusión y valorización del patrimonio cultural y natural.

Antecedentes de la investigación

En esta búsqueda se identificaron diez investigaciones desarrolladas entre 1949 y 2022 en Colombia, España y Perú, enfocadas en turismo cultural, patrimonio y comunicación editorial. Los antecedentes incluyen dos tesis doctorales, dos investigaciones de maestría, un proyecto de grado y cinco publicaciones en revistas académicas y culturales.

Los documentos fueron consultados en repositorios universitarios y en bases de datos académicas como Scielo, Dialnet y Redalyc, así como en el portal Academia.edu, garantizando la validez de las fuentes. En conjunto, estos antecedentes evidencian la evolución del estudio del patrimonio y el turismo desde enfoques académicos y editoriales, consolidando un marco contextual sólido para el desarrollo del proyecto.

Antecedentes prácticos:

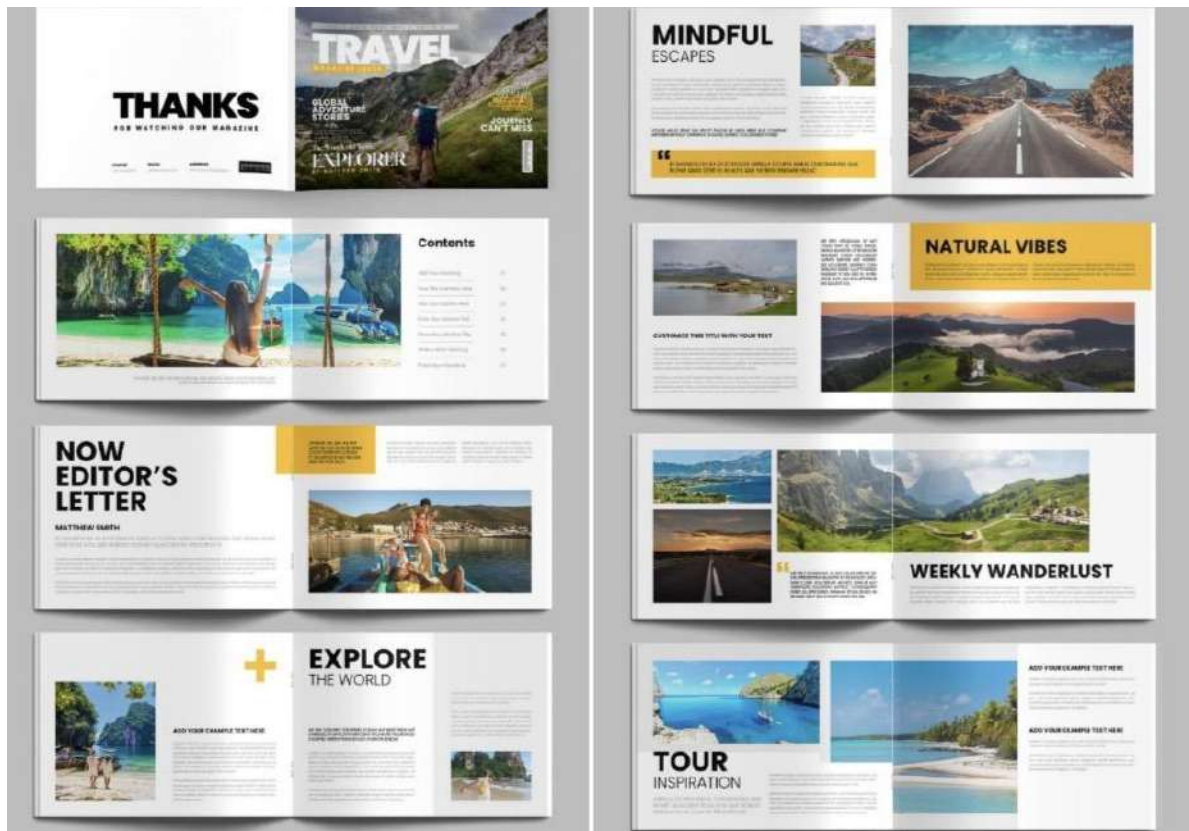
Título: Adventure Travel Magazine Editorial Layout for Nature Explorers

“Adventure Travel Magazine Editorial Layout for Nature Explorers” El primer antecedente corresponde a la plantilla editorial, publicada en 2024 disponible en Adobe Stock.

Este diseño propone una estructura editorial moderna pensada para revistas de turismo y aventura, en la que se combinan imágenes de gran formato con una diagramación limpia basada en retículas modulares. La propuesta utiliza una jerarquía tipográfica clara, titulares destacados y amplios espacios para fotografía que permiten resaltar paisajes, experiencias de viaje y contenidos culturales.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Como aporte al proyecto, este referente permite analizar aspectos de diseño gráfico como la composición, el manejo del color, la tipografía y la organización de la información, ofreciendo un modelo de cómo estructurar visualmente contenidos relacionados con destinos, experiencias y narrativas de viaje dentro de una publicación editorial contemporánea.



“Adventure Travel Magazine Editorial Layout for Nature Explorers” es una plantilla editorial disponible en Adobe Stock, la cual forma parte de recursos digitales bajo licencia estándar, que permite su uso en proyectos de diseño editorial sin transferencia de derechos de autor ni redistribución del archivo original (Adobe Stock, 2024).

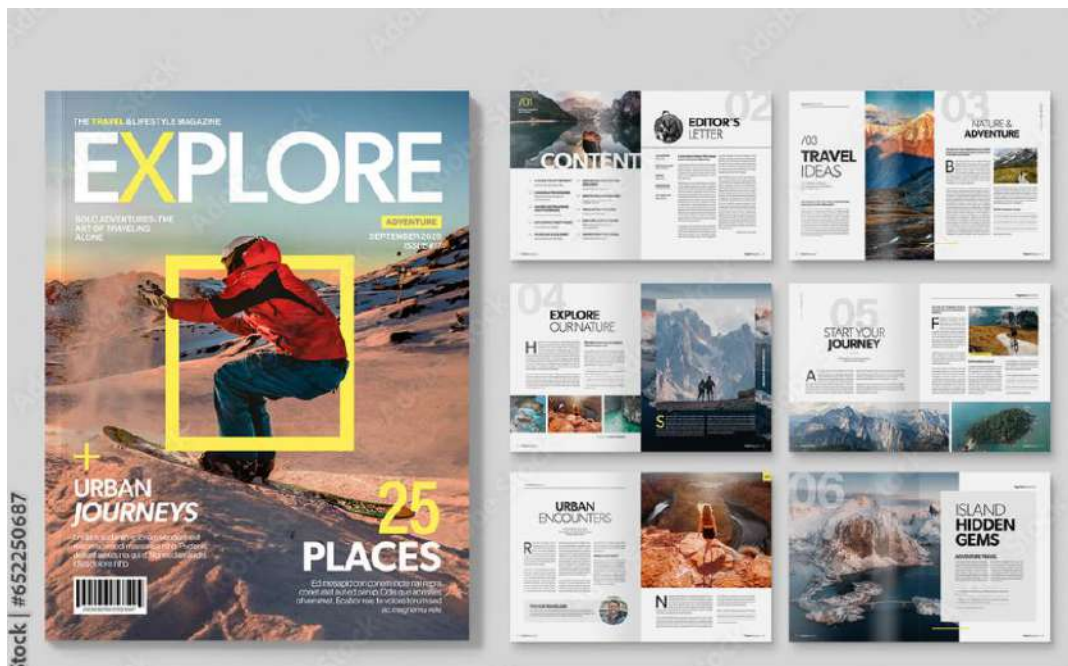
Título: Travel Magazine Layout Modern Adventure Outdoor Explorer Book

“Travel Magazine Layout Modern Adventure Outdoor Explorer Book” El segundo antecedente corresponde a la plantilla editorial, publicada en 2023 en Adobe Stock.

NOTA: Este diseño está orientado a la creación de revistas turísticas y publicaciones relacionadas con viajes, destinos y experiencias culturales. La propuesta presenta una estructura editorial basada en retículas que organizan el contenido de manera clara y jerárquica, combinando imágenes de gran formato con bloques de texto que facilitan la lectura.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Como aporte al proyecto, este referente permite analizar elementos del diseño gráfico como la diagramación editorial, orden, la tipografía y la relación entre imagen y texto para comunicar información turística de forma visualmente atractiva y organizada dentro de una publicación contemporánea.



“Travel magazine Layout modern Adventure Outdoor Explorer book” es una plantilla editorial disponible en Adobe Stock, la cual forma parte del catálogo de recursos digitales bajo licencia estándar, permitiendo su uso en proyectos de diseño editorial respetando las restricciones de uso y derechos de autor establecidos por la plataforma **(Adobe Stock, s. f.)**.

Título: Revista digital FONTUR - Chocó

“Revista digital FONTUR” El tercer antecedente corresponde a la publicación digital sobre el Chocó realizada por el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) dentro de la Revista Digital Fontur, publicada en 2024.

NOTA: Este contenido editorial presenta al departamento del Chocó como un destino turístico destacado por su riqueza natural, cultural y ambiental, resaltando elementos como sus selvas tropicales, playas vírgenes, ríos y una amplia biodiversidad. Además, la publicación destaca la influencia de la cultura afrocolombiana en la música, la gastronomía y las tradiciones del territorio, así como experiencias turísticas como el avistamiento de ballenas, el ecoturismo y los recorridos por parques naturales.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Como aporte al proyecto, esta revista funciona como un referente tanto conceptual como visual para comprender cómo se comunican los destinos turísticos colombianos a través de un formato editorial digital. Desde el punto de vista del diseño gráfico, permite analizar la organización de contenidos, el uso de imágenes de gran formato para resaltar paisajes y cultura, la jerarquía tipográfica y la estructura de secciones que facilitan la narrativa del destino.

Asimismo, aporta una base conceptual sobre la promoción del turismo sostenible y la valorización de la identidad cultural y natural de los territorios dentro de publicaciones turísticas.



La sección dedicada al departamento del Chocó en la Revista Digital FONTUR presenta el territorio como un destino de riqueza natural, cultural y turística, destacando su biodiversidad, sus paisajes y su potencial como parte del “País de la Belleza” en Colombia (**FONTUR, s. f.**).

Título: Libro digital Islands Magazine

“Libro digital Islands Magazine “The Romance Of Islands” El cuarto antecedente corresponde a un libro digital histórico disponible en Internet Archive, publicado en 1858, que forma parte de la colección de obras digitalizadas preservadas por bibliotecas y archivos.

NOTA: Este tipo de publicaciones se caracteriza por presentar una estructura editorial clásica propia del siglo XIX, con una diagramación basada principalmente en texto continuo, márgenes amplios y jerarquías tipográficas simples que organizan capítulos, subtítulos y

contenidos informativos. Estas obras fueron producidas en formato impreso tradicional y posteriormente digitalizadas para su conservación y acceso público dentro de bibliotecas digitales.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Como aporte al proyecto, este referente permite analizar la evolución histórica del diseño editorial, especialmente en aspectos como la composición tipográfica, la organización del texto en página y la estructura narrativa de las publicaciones impresas. Desde el punto de vista conceptual, también funciona como referencia para comprender cómo los contenidos culturales, territoriales o científicos se documentaban y difundían en formatos editoriales tradicionales, aportando una base para comparar con las revistas contemporáneas de turismo y cultura que utilizan recursos visuales más complejos y estrategias gráficas modernas.



El material digital alojado en Internet Archive corresponde a una obra de acceso público titulada *Design*, disponible para consulta en línea dentro de una colección de preservación digital, la cual permite la visualización del contenido con fines educativos y de investigación, respetando los derechos de autor del material original (**Internet Archive, s. f.**).

Antecedentes teóricos

Título: Proyecto de grado, revista digital especializada el barrio Getsemaní de Cartagena

El primer antecedente teórico es el proyecto de grado “Diseño y elaboración de una revista digital especializada en el barrio Getsemaní de Cartagena”, desarrollado en 2022 en Colombia.

El proyecto de grado “Diseño y elaboración de una revista digital especializada en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias” desarrolla una revista digital orientada a visibilizar los aspectos culturales del barrio Getsemaní, con el fin de contribuir a la difusión de su patrimonio histórico y social (**Carrera Peñate et al., 2022**).

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Es un referente directo en cuanto a estructura editorial, uso de retículas y jerarquización tipográfica. Permite analizar decisiones de diagramación, equilibrio entre ilustración e información y manejo del color para representar identidad local. Aporta criterios técnicos aplicables a la construcción visual de la revista y los stickers. Funciona como guía metodológica en el proceso de diseño.

Título: Investigación “El diseño gráfico en la preservación de la memoria del territorio de Usme”

El segundo antecedente es la investigación “El diseño gráfico en la preservación de la memoria del territorio de Usme”, desarrollada en Bogotá en la década de 2020.

El artículo “El diseño gráfico en la preservación de la memoria del territorio de Usme” desarrolla una investigación aplicada al contexto del barrio Alfonso López en Usme, Bogotá, en la que el diseño gráfico se utiliza como herramienta para la preservación de la memoria colectiva y la construcción de narrativas visuales comunitarias **(Cristancho Tenjo, Lavao Jorge & Buitrago Gómez, 2024)**.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Desde el análisis gráfico, permite comprender cómo el diseño y la composición construyen identidad visual territorial. Aporta criterios para seleccionar estilos gráficos coherentes con el contexto cultural. Además, fundamenta el diseño como herramienta de preservación y comunicación cultural.

Título: Tesis “El patrimonio cultural como argumento para la renovación de destinos turísticos consolidados del litoral en la provincia de Alicante”.

Esta investigación analiza cómo el patrimonio cultural se convierte en un elemento estratégico para fortalecer la identidad de los territorios y aumentar su atractivo turístico. La autora demuestra que la valorización y difusión del patrimonio permiten diferenciar los destinos,

generar reconocimiento cultural y fomentar el interés de los visitantes por conocer y experimentar dichos lugares. **Rico Cánovas, E. (2014).**

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

La investigación analiza la relación entre patrimonio cultural y turismo, evidenciando que la difusión y valorización de los elementos patrimoniales contribuyen a fortalecer la identidad territorial y a incrementar el atractivo de los destinos turísticos. Los hallazgos de este estudio respaldan la importancia de emplear estrategias de comunicación visual y cultural para promover el conocimiento y la apropiación de los territorios por parte de los visitantes.

Título: Tesis “Comunicación y cultura: el proceso comunicativo para la sensibilización y valorización del patrimonio cultural material e inmaterial en Andahuaylillas, Cusco”

Esta investigación estudia cómo los procesos de comunicación contribuyen a la valorización, conservación y difusión del patrimonio cultural dentro de un contexto turístico en Cusco. Además, analiza estrategias de sensibilización que fortalecen el vínculo entre las personas y su patrimonio cultural.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

Como cuarto antecedente se considera la investigación Comunicación y cultura: el proceso comunicativo para la sensibilización y valorización del patrimonio cultural material e inmaterial en Andahuaylillas, Cusco, desarrollada por **Barbier López (2015)** en Perú. El estudio analiza la importancia de la comunicación en los procesos de difusión y valoración del patrimonio cultural dentro de iniciativas turísticas, demostrando que las estrategias comunicativas favorecen la apropiación cultural y el fortalecimiento de la identidad local. Estos aportes respaldan la

propuesta de una revista digital ilustrada orientada a promover el turismo interno colombiano mediante contenidos visuales que permitan difundir y revalorizar el patrimonio cultural del país.

Título: Libro de investigación “Patrimonio cultural y turismo ético en América Latina y Colombia. Universidad Externado de Colombia”.

El estudio examina la relación entre patrimonio cultural, turismo y responsabilidad social, destacando la necesidad de promover prácticas turísticas que respeten la identidad cultural de los territorios y contribuyan a la preservación de sus manifestaciones patrimoniales. Asimismo, plantea que el patrimonio cultural constituye un recurso estratégico para fortalecer el turismo cultural y generar experiencias de aprendizaje y reconocimiento del entorno. Estos aportes respaldan la propuesta de una revista digital ilustrada orientada a promover el turismo interno colombiano mediante la difusión visual y narrativa de la riqueza cultural y patrimonial del país.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

La obra analiza la relación entre patrimonio cultural, turismo responsable y desarrollo territorial, planteando que el patrimonio cultural debe ser preservado y difundido mediante prácticas turísticas éticas que contribuyan a fortalecer la identidad cultural de las comunidades y a generar experiencias significativas para los visitantes. También aborda la importancia de la valoración del patrimonio como recurso para el turismo cultural en América Latina y Colombia.

Título: Tesis de maestría “Estrategias para la integración del turismo y la cultura en Santiago de Cali”.

La investigación tuvo como objetivo diseñar estrategias que permitieran articular los sectores turístico y cultural para fortalecer a la ciudad de Cali como un destino de turismo

cultural. Entre sus principales hallazgos se identificó la necesidad de mejorar los procesos de promoción y difusión de la oferta cultural mediante herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación que faciliten el acceso a la información y la participación de la comunidad. Los resultados respaldan la importancia de desarrollar plataformas digitales que contribuyan a la divulgación del patrimonio cultural y al fortalecimiento del turismo interno, aspectos que guardan una estrecha relación con la propuesta de una revista digital ilustrada orientada a promover los destinos turísticos de Colombia.

¿Cuál es el aporte a su proyecto?

La investigación analiza cómo llevar a cabo de manera efectiva los sectores cultural y turístico en la ciudad de Cali para fortalecer la ciudad como destino de turismo cultural. Entre sus hallazgos más relevantes, identifica una desconexión entre la oferta cultural existente y su promoción turística, proponiendo la creación de plataformas de información cultural, estrategias de comunicación y el uso de tecnologías digitales para acercar el patrimonio y la cultura a los visitantes.

Bases teóricas o fundamentos conceptuales

Turismo colombiano

Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT, 1991)**, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a su entorno habitual por un período inferior a un año, motivadas por razones de ocio, negocios u otros fines. Esta definición permite comprender el turismo como un fenómeno social y cultural que involucra el desplazamiento temporal de las personas y su interacción con nuevos territorios y experiencias.

Desde una perspectiva más amplia, **Mathieson y Wall (1982)** consideran que el turismo no solo implica el desplazamiento temporal de las personas fuera de su lugar habitual de residencia, sino también las actividades desarrolladas durante la estancia y los servicios creados para atender las necesidades de los visitantes. Esta visión permite comprender el turismo como un sistema integrado en el que interactúan los turistas, los destinos y los recursos culturales y naturales que conforman la experiencia de viaje.

Burkart y Medlik (1981) definen el turismo como los desplazamientos temporales que realizan las personas fuera de su entorno habitual, así como las actividades desarrolladas durante su permanencia en los destinos visitados. Esta concepción resalta el carácter experiencial del turismo, al reconocer que el viaje no se limita al traslado físico, sino que incluye la interacción con los espacios, las comunidades y las manifestaciones culturales presentes en cada territorio.

A partir de estas definiciones, podemos reflexionar que el turismo colombiano va más allá del simple hecho de viajar. Podemos decir que representa una oportunidad para redescubrir el país, comprender la riqueza de sus territorios y valorar la identidad cultural que los conforma, invitando no solo a conocer Colombia, sino también a apreciarla y preservarla.

Patrimonio cultural

De acuerdo con la **UNESCO (2014)**, el patrimonio cultural está conformado por los bienes materiales y las manifestaciones inmateriales que una sociedad hereda de sus antepasados, conserva en el presente y transmite a las futuras generaciones. Esta concepción reconoce que el patrimonio no se limita a monumentos u objetos históricos, sino que también incluye tradiciones, conocimientos, expresiones artísticas y prácticas culturales que contribuyen a la construcción de la identidad colectiva.

De acuerdo con **Jokilehto (2005)**, el patrimonio cultural está conformado por monumentos, conjuntos arquitectónicos, sitios históricos y paisajes culturales que poseen valores históricos, estéticos, científicos, arqueológicos, etnológicos o antropológicos para una comunidad. De esta forma podemos concluir que el patrimonio constituye un recurso fundamental para la conservación de la memoria colectiva y la construcción de la identidad cultural de los territorios.

Según **García Canclini (1999)**, el patrimonio cultural está constituido por el conjunto de bienes, tradiciones y prácticas que una sociedad reconoce como parte de su herencia común y que contribuyen a la construcción de su identidad colectiva. Desde esta perspectiva, el patrimonio no

solo representa el pasado, sino que también podemos decir que adquiere significado en el presente a través de los usos sociales que las comunidades le atribuyen.

A partir de estas definiciones, podemos reflexionar que el patrimonio cultural no es solo un legado del pasado, sino una construcción viva que sigue evolucionando. Consideramos que valorarlo y protegerlo es esencial para comprender la identidad de un territorio y preservar la historia y la cultura de las comunidades.

Diseño gráfico

Según **Frascara (2000)**, el diseño gráfico es una disciplina orientada a la planificación y producción de comunicaciones visuales dirigidas a públicos específicos. Desde esta perspectiva, el diseño no se limita a la creación de elementos visuales atractivos, sino que busca transmitir mensajes de manera clara, efectiva y significativa, considerando las características y necesidades de los usuarios a quienes va dirigido.

De acuerdo con **AIGA (s. f.)**, el diseño gráfico consiste en la planificación y proyección de ideas y experiencias mediante la combinación de elementos visuales y textuales con el propósito de comunicar mensajes. Esta definición permite destacar el papel estratégico del diseño como una disciplina orientada a facilitar la comprensión de la información y generar experiencias significativas para los usuarios.

De acuerdo con **Meggs (1998)**, el diseño gráfico es una disciplina orientada a organizar imágenes, textos y otros elementos visuales con el propósito de comunicar información de

manera clara y efectiva. Su función principal consiste en facilitar la transmisión de mensajes y favorecer la comprensión de contenidos por parte de diferentes públicos.

A partir de estas ideas, podemos reflexionar que el diseño gráfico no solo busca crear piezas visualmente atractivas, sino también comunicar de manera efectiva. Podemos concluir que su importancia radica en la capacidad de transformar ideas y conceptos en mensajes visuales claros que faciliten la comprensión y generen impacto en quienes los observan.

Diseño editorial

Según De **Buen Unna (2007)**, el diseño editorial es una rama del diseño gráfico encargada de organizar y estructurar visualmente textos, imágenes y demás elementos gráficos dentro de publicaciones impresas o digitales. Indicándonos de esta forma que su propósito es facilitar la lectura, mejorar la comprensión de los contenidos y ofrecer una experiencia visual coherente para el lector.

Samara (2007) destaca la importancia de la organización visual dentro de las publicaciones editoriales, señalando que la correcta disposición de los elementos gráficos y textuales permite establecer jerarquías claras y mejorar la comprensión de la información. En el contexto de una revista digital ilustrada sobre turismo interno colombiano, estos principios nos resultan fundamentales para presentar de forma ordenada y atractiva los contenidos, favoreciendo la experiencia de lectura y el acceso a la información por parte de los usuarios.

Lupton (2008) destaca que el diseño editorial no solo organiza la información dentro de una publicación, sino que también construye experiencias de lectura mediante la integración de

elementos visuales y tipográficos. En este sentido, la correcta combinación de imágenes, composición y tipografía permite comunicar mensajes de forma más clara y atractiva.

A partir de estas ideas, se puede reflexionar que el diseño editorial no solo organiza información, sino que también construye una experiencia visual para el lector. Su importancia radica en la capacidad de transformar contenidos en composiciones claras y atractivas que facilitan la comprensión y enriquecen la forma en que se presenta la información.

Ilustración cultural

Frascara (2000) plantea que la comunicación visual tiene como finalidad transmitir mensajes significativos a determinados grupos sociales. Desde esta perspectiva, la ilustración cultural puede entenderse como una herramienta gráfica que facilita la difusión de conocimientos, tradiciones y expresiones propias de una comunidad, favoreciendo la comprensión y apropiación de su patrimonio cultural.

García Canclini (1999) sostiene que las manifestaciones culturales adquieren significado a través de los procesos sociales que las reconocen y valoran. En este sentido, la ilustración cultural puede contribuir a representar visualmente elementos patrimoniales y tradiciones locales, favoreciendo el fortalecimiento de la identidad cultural y el reconocimiento de la diversidad de los territorios.

Según **Costa (2003)**, la comunicación visual permite transmitir mensajes de forma rápida y efectiva mediante el uso de imágenes. En el ámbito cultural, la ilustración facilita la

representación de elementos simbólicos, históricos y patrimoniales, convirtiéndose en una herramienta útil para la divulgación de contenidos relacionados con la identidad y la memoria colectiva.

A partir de estas ideas, se puede reflexionar que la ilustración no solo cumple una función estética, sino también comunicativa. Consideramos que su valor radica en la capacidad de transformar ideas y relatos en imágenes que permiten transmitir mensajes de forma creativa, clara y visualmente significativa.

Diálogo teórico entre los conceptos y el proyecto

El turismo es entendido como una actividad que involucra el desplazamiento de las personas hacia lugares diferentes a su entorno habitual con fines de ocio, recreación o aprendizaje (OMT, 1991). Más allá del viaje, implica la interacción con los territorios, sus comunidades y sus manifestaciones culturales (Mathieson & Wall, 1982). En este sentido, nuestra revista digital ilustrada busca motivar el turismo interno colombiano mediante la difusión de destinos y experiencias que permitan a los ciudadanos conocer y valorar la riqueza del país.

Por otra parte, el patrimonio cultural constituye el conjunto de bienes, tradiciones y expresiones que forman parte de la identidad de una sociedad (UNESCO; García Canclini, 1999). Su difusión y valoración favorecen el fortalecimiento de la memoria colectiva y el reconocimiento de la diversidad cultural, aspectos que fundamentan la propuesta de visibilizar el patrimonio colombiano a través de contenidos ilustrados.

Desde el diseño gráfico, Frascara (2000) plantea que la comunicación visual tiene la función de transmitir mensajes a públicos específicos, mientras que el diseño editorial organiza la información para facilitar su comprensión (De Buen Unna, 2007; Samara, 2007). En consecuencia, la revista está percibida como una herramienta de comunicación visual capaz de presentar información turística y cultural de manera clara, atractiva y accesible.

Finalmente, la ilustración cultural permite representar visualmente elementos identitarios y patrimoniales, fortaleciendo la conexión entre los lectores y los territorios (García Canclini, 1999; Costa, 2003). Por ello, se convierte en el eje principal de la propuesta, al facilitar la promoción del turismo interno y la valoración de la diversidad cultural colombiana mediante narrativas visuales.

Bases legales de la investigación

Derechos de autor y propiedad intelectual

Los derechos de autor son el conjunto de normas que protegen las obras originales creadas por una persona, tales como textos, ilustraciones, fotografías, diseños gráficos y publicaciones editoriales. Estos derechos reconocen al autor como titular de su creación y le permiten controlar su uso, reproducción y distribución. Por su parte, la propiedad intelectual comprende todas las creaciones derivadas de la actividad intelectual humana, incluyendo obras artísticas, literarias, científicas, marcas y diseños (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 2023).

En Colombia, la protección de estas creaciones está regulada principalmente por la Ley 23 de 1982, la Ley 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 de 1993, las cuales establecen el reconocimiento y la protección legal de los derechos de autor, incluyendo su aplicación en entornos digitales. En el caso de las publicaciones digitales, estas normas regulan aspectos como la reproducción, distribución y comunicación pública de contenidos en medios electrónicos, lo que resulta fundamental en el desarrollo de productos editoriales como revistas digitales, donde la circulación de información se realiza principalmente a través de plataformas virtuales.

Licencias Creative Commons

Las licencias Creative Commons permiten a los creadores compartir sus obras bajo condiciones específicas de uso, estableciendo qué acciones pueden realizar terceros sobre ellas (Creative Commons, s. f.). Entre las más utilizadas se encuentran la CC BY (Atribución), CC BY-SA (Atribución–Compartir Igual), CC BY-NC (Atribución–No Comercial) y CC BY-ND (Atribución–Sin Derivadas).

Para este proyecto se contempla la posibilidad de utilizar una licencia CC BY-NC, con el propósito de permitir la difusión de los contenidos de la revista con fines educativos y culturales, garantizando el reconocimiento de la autoría y restringiendo su uso comercial sin autorización.

Uso responsable de recursos visuales y contenidos culturales

En proyectos de diseño gráfico y publicaciones digitales es fundamental respetar los derechos de autor de imágenes, ilustraciones, fotografías y tipografías, asegurando que sean de creación propia o que cuenten con las licencias correspondientes. Asimismo, es necesario reconocer la autoría de los recursos utilizados y cumplir las condiciones de uso establecidas por sus creadores.

Dado que la propuesta consiste en una revista digital ilustrada sobre turismo interno colombiano, también es importante representar de manera respetuosa el patrimonio, las tradiciones y las expresiones culturales del país. De esta forma, el proyecto no solo cumple con la normativa vigente sobre propiedad intelectual, sino que también promueve una difusión responsable de la diversidad cultural colombiana mediante contenidos visuales en entornos digitales, garantizando su uso ético y adecuado en plataformas de circulación pública.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque cualitativo:

El proyecto “**¡QUE CHIMBA DE VIAJE! Estrategia Editorial Ilustrada para la Promoción del Turismo en Colombia**” se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, pues busca comprender la relación entre la comunicación visual, la identidad cultural y la promoción del turismo colombiano para la creación de una propuesta editorial ilustrada.

El enfoque cualitativo se orienta a comprender e interpretar fenómenos sociales, culturales y humanos a partir de los significados que las personas les atribuyen en su contexto. Según **Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2014)**, este enfoque permite analizar experiencias, percepciones y realidades desde una perspectiva integral, priorizando la comprensión profunda de los fenómenos sobre la medición numérica. Por esta razón, resulta pertinente para investigaciones relacionadas con el diseño, la comunicación y la cultura, donde es necesario comprender las formas en que las personas perciben y se relacionan con determinados contenidos o experiencias.

¿Por qué aplica a nuestro proyecto?

El enfoque cualitativo se caracteriza por estudiar fenómenos sociales y culturales a partir de la interpretación, la observación y el análisis de significados, más que por la medición de datos numéricos. En este caso, con el proyecto buscaremos comprender y representar visualmente la cultura, la identidad y el patrimonio turístico de Colombia, aspectos que no se pueden medir

únicamente con números, sino que requieren analizar contextos culturales, referentes visuales, estilos de ilustración y formas de comunicación que conecten con las personas.

Este enfoque se aplica al proyecto porque el proceso de creación de la revista implica investigar y analizar elementos culturales, visuales y simbólicos del país. Para construir la propuesta editorial se revisan referentes de diseño, estilos de ilustración, colores asociados a la identidad colombiana y formas de narrar visualmente cada destino turístico. Además, el uso de un lenguaje cercano y un dialecto colombiano busca generar una conexión emocional con el público, algo que también forma parte del análisis cualitativo, ya que se centra en la experiencia y la percepción de las personas.

Por esta razón, el proyecto se puede argumentar como cualitativo, porque su objetivo principal no es medir cuántas personas visitan un lugar o cuántos turistas llegan al país, sino interpretar y comunicar el valor cultural y turístico de Colombia a través del diseño. El diseño editorial, la ilustración y la narrativa visual funcionan como herramientas para representar la identidad del país y despertar el interés por explorar. En este sentido, el proyecto se enfoca en comprender, interpretar y transmitir significados culturales, lo cual es una característica fundamental de la investigación cualitativa.

En conclusión, el proyecto adopta un enfoque cualitativo porque se basa en la exploración de la cultura, la identidad visual y la comunicación gráfica para promover el turismo colombiano. A través del diseño, la ilustración y la narrativa editorial, la propuesta busca generar una experiencia visual que permita a las personas reconocer la riqueza cultural del país y motivar a descubrirla.

Tipo de investigación

Identificación:

Propósito: Investigación aplicada.

Lugar: Investigación documental.

Alcance: Investigación descriptiva.

Definición de los tipos de investigación:

Investigación aplicada

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2014), la investigación aplicada se orienta a la utilización práctica del conocimiento para resolver problemas específicos o atender necesidades concretas de una población o contexto determinado. Su finalidad no es únicamente generar conocimiento teórico, sino producir soluciones que puedan implementarse en situaciones reales.

El proyecto se enmarca dentro de una investigación aplicada, ya que su propósito no se limita al análisis teórico, sino que busca desarrollar una solución concreta orientada a responder a la problemática identificada. De esta forma, se establece la relación entre la investigación y la práctica del diseño gráfico, generando un aporte aplicado en el contexto estudiado. Es importante precisar que la encuesta utilizada no tiene fines de medición estadística ni constituye un

componente de enfoque mixto, sino que se emplea como un insumo descriptivo dentro del enfoque cualitativo para complementar la comprensión del fenómeno abordado.

Investigación documental

La investigación documental consiste en la recopilación, análisis e interpretación de información proveniente de fuentes secundarias como libros, artículos científicos, documentos institucionales, archivos digitales y material bibliográfico. De acuerdo con **Baena Paz (2017)**, este tipo de investigación permite construir conocimiento a partir del estudio sistemático de información previamente registrada y validada.

Se desarrolló una investigación bibliográfica con el fin de sustentar teóricamente el proyecto. Esta se justifica porque permite acceder a información confiable y académica sobre conceptos clave como diseño gráfico, comunicación visual, turismo y patrimonio cultural. Desde los antecedentes teóricos, proporciona bases conceptuales que orientan la comprensión del problema y el enfoque del proyecto; mientras que, desde los antecedentes prácticos, permite analizar estudios e investigaciones previas que sirven como guía metodológica y visual. De esta manera, se garantiza el rigor académico y la coherencia conceptual de la investigación.

Investigación descriptiva

Para Hernández **Sampieri et al. (2014)**, la investigación descriptiva busca especificar las características, propiedades y rasgos relevantes de un fenómeno, situación o contexto determinado. Su propósito es observar, analizar y describir una realidad sin modificarla, proporcionando una visión detallada de sus elementos más significativos. Se realizó un análisis de referentes gráficos que luego se convirtieron en los antecedentes prácticos, el cual se llevó a cabo

con el propósito de identificar cómo se han desarrollado propuestas editoriales y productos visuales relacionados con el turismo. Este análisis se justifica porque permite comprender la manera en que se estructuran los contenidos, el uso de elementos gráficos como la tipografía, el color y la ilustración, así como las estrategias de comunicación visual utilizadas. A partir de la revisión de estos referentes, se pudieron reconocer aciertos y falencias en la difusión del turismo, lo que aporta criterios para el desarrollo de una propuesta gráfica más efectiva y contextualizada.

Justificación de la clasificación

Gracias a la información presentada concluimos que la presente investigación se clasifica como aplicada porque busca transformar los conocimientos obtenidos sobre turismo, patrimonio cultural, ilustración cultural y diseño editorial en una propuesta concreta: una revista digital ilustrada para promover el turismo interno colombiano.

Asimismo, es una investigación documental, ya que la información utilizada proviene de fuentes bibliográficas, documentos institucionales, investigaciones académicas y registros culturales relacionados con las diferentes regiones del país. Como apoyo a este proceso, se emplearán herramientas de inteligencia artificial para la búsqueda, organización y análisis de información, siempre bajo la revisión y validación de los investigadores.

Finalmente, posee un alcance descriptivo porque busca identificar y representar las principales características culturales, patrimoniales y turísticas de Colombia, con el fin de comunicarlas de manera visual mediante ilustraciones y recursos editoriales. Las ilustraciones serán desarrolladas a partir de la investigación realizada sobre cada región y generadas con apoyo de inteligencia artificial siguiendo criterios y especificaciones definidas por los investigadores.

Población

La población objeto de estudio está conformada por jóvenes y adultos interesados en el turismo, el diseño y el consumo de contenido visual, principalmente en contextos urbanos de Colombia. Se consideran personas entre los 18 y 29 años, pertenecientes a estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, con acceso a redes sociales y plataformas digitales, ya que estos medios influyen directamente en sus decisiones de viaje.

Para el desarrollo de la encuesta se estableció una muestra de 20 personas encuestadas participantes, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, conformado por estudiantes del programa de Diseño Gráfico de la Fundación Universitaria San Mateo. Estos participantes fueron considerados informantes clave debido a su formación académica en el área del diseño, lo que les permite aportar opiniones fundamentadas sobre la comunicación visual y las estrategias gráficas relacionadas con el turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo, los jóvenes constituyen uno de los segmentos más dinámicos del sector turístico debido a su interés por conocer nuevas culturas, vivir experiencias auténticas y explorar diferentes destinos (OMT, 2016). Estas características permiten considerar a la población entre 18 y 29 años como un público pertinente para el desarrollo de estrategias de comunicación orientadas a promover el turismo interno colombiano mediante productos editoriales ilustrados.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de información se implementó una encuesta digital como instrumento de apoyo dentro del enfoque cualitativo, con el propósito de identificar percepciones, intereses, hábitos de consumo de contenido y aproximaciones generales del público objetivo frente al turismo interno colombiano y el uso de productos visuales como medios de difusión cultural y turística.

La encuesta fue aplicada a personas entre los 18 y 29 años pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, considerados como el público objetivo de la propuesta. La información obtenida no se utiliza con fines de medición estadística concluyente, sino como un insumo descriptivo que permite comprender tendencias generales, percepciones y comportamientos del público frente a la temática abordada.

Bloques de información solicitados

El instrumento se estructuró en los siguientes bloques:

Datos generales del participante

- Edad.
- Género.
- Estrato socioeconómico.

Hábitos e intereses turísticos

- Frecuencia de viaje.

- Interés por conocer destinos turísticos colombianos.
- Preferencias entre turismo nacional e internacional.
- Motivaciones para viajar.

Consumo de contenido digital

- Plataformas utilizadas para consultar información turística.
- Formatos de contenido preferidos.
- Frecuencia de consumo de contenido relacionado con turismo y cultura.

Percepción sobre la comunicación visual

- Interés por contenidos ilustrados.
- Valoración de las ilustraciones como herramienta para comunicar información cultural y turística.
- Disposición para consultar una revista digital ilustrada sobre turismo colombiano.

Encuesta

¿Cuál es su género?

- a. Masculino
- b. Femenino

¿Cuál es su edad?

- a. Entre 16 y 20 años
- b. Entre 21 y 25 años

- c. Entre 26 y 30 años
- d. Entre 31 y 35 años

¿Cuál es su nivel de educación?

- a. Bachillerato
- b. Técnico
- c. Tecnólogo
- d. Profesional

¿Ha consumido contenido relacionado con turismo anteriormente?

- a. Sí
- b. No

¿Con qué frecuencia consume contenido relacionado con turismo?

- a. Frecuentemente
- b. Ocasionalmente
- c. Rara vez
- d. Nunca

¿Dónde suele informarse sobre destinos turísticos?

- a. Redes sociales
- b. Páginas web
- c. Revistas
- d. Recomendaciones personales

¿Conoce qué es una revista de turismo?

- a. Sí
- b. No

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor una revista de turismo?

- a. Publicación informativa sobre destinos, cultura y experiencias
- b. Catálogo de productos comerciales
- c. Libro académico
- d. Periódico de noticias generales

¿Conoce revistas o contenidos gráficos sobre turismo colombiano?

- a. Sí
- b. No

¿Qué tipo de contenido espera encontrar en una revista de turismo?

- a. Información de destinos
- b. Cultura y tradiciones
- c. Recomendaciones de viaje
- d. Todas las anteriores

¿Qué elemento considera más importante en una revista de turismo?

- a. Imágenes
- b. Información
- c. Diseño
- d. Experiencia visual

¿Qué elementos visuales le llaman más la atención en una pieza gráfica?

- a. Ilustración
- b. Fotografía
- c. Tipografía
- d. Color

¿Qué estilo visual considera más adecuado para comunicar información turística?

- a. Minimalista
- b. Colorido
- c. Ilustrado
- d. Fotográfico

¿Qué tipo de ilustración considera más apropiada para representar el turismo?

- a. Realista
- b. Caricaturesca
- c. Cultural
- d. Moderna

¿Qué tipo de colores asocia con el turismo?

- a. Colores vivos
- b. Colores neutros
- c. Colores cálidos
- d. Colores fríos

¿Qué tipo de tipografía considera más adecuada para comunicar información turística?

- a. Serif

- b. Sans serif
- c. Manuscrita
- d. Decorativa

¿Considera importante el diseño visual para entender mejor la información turística?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Poco importante
- d. Nada importante

Justificación del instrumento

La encuesta fue seleccionada como instrumento de investigación debido a su capacidad para recopilar información de manera rápida y organizada sobre las características y preferencias de nuestro público objetivo. Su aplicación permitió obtener datos relevantes para orientar las decisiones de diseño, contenido y comunicación de la revista digital ilustrada.

Las preguntas formuladas buscaron identificar el nivel de conocimiento e interés de los participantes frente al turismo interno colombiano, así como comprender sus hábitos de consumo digital y la aceptación de formatos visuales e ilustrados como medio de acceso a la información. Estos datos resultan fundamentales para garantizar que la propuesta responda a las necesidades, expectativas y comportamientos del público al que se dirige.

Hallazgos obtenidos

Los resultados permitieron identificar que la población objetivo presenta interés por conocer nuevos destinos y experiencias culturales, además de un consumo frecuente de contenido

digital a través de plataformas visuales. Asimismo, se evidenció una valoración positiva de los recursos gráficos e ilustrativos como herramientas para comunicar información de manera más atractiva y comprensible.

Estos hallazgos respaldan el desarrollo de una revista digital ilustrada como estrategia de comunicación visual orientada a promover el turismo interno colombiano, facilitando el acceso a información cultural y turística mediante contenidos atractivos para el público joven.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Resultados del objetivo específico no. 1

- Investigar referentes visuales, culturales y editoriales para fundamentar la construcción de una propuesta gráfica auténticamente colombiana.



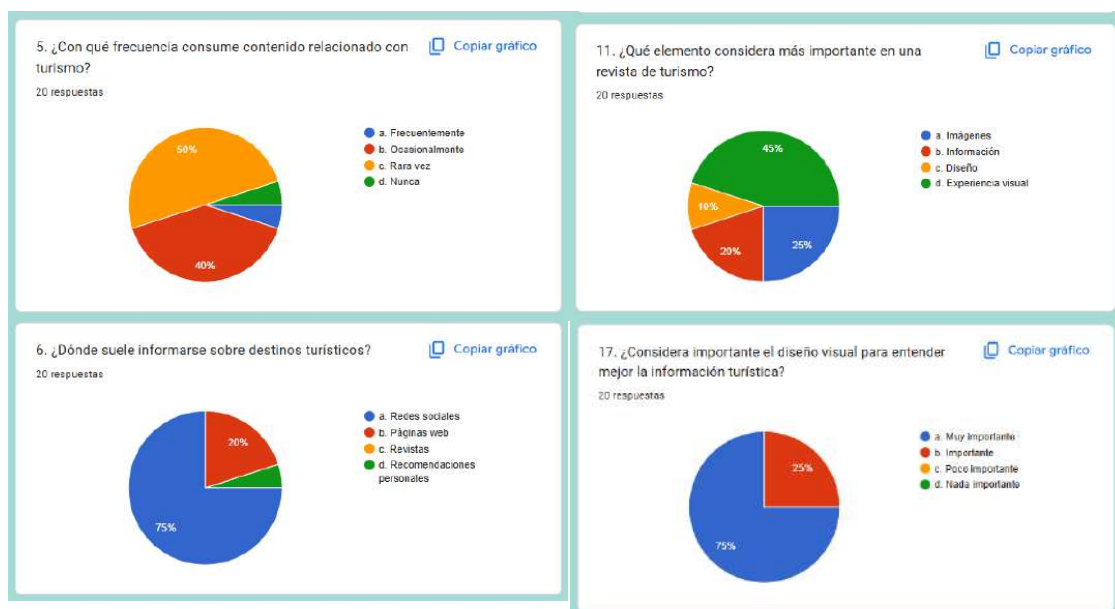
Los resultados muestran que el 70% de los encuestados ha consumido contenido relacionado con turismo anteriormente, lo que evidencia un interés previo por este tipo de información. Asimismo, el 75% afirma informarse sobre destinos turísticos a través de redes sociales, convirtiéndose en el principal referente de consulta para la población estudiada.

Por otra parte, el 60% conoce qué es una revista de turismo y el 100% identifica este tipo de publicación como un medio informativo sobre destinos, cultura y experiencias, lo que demuestra una comprensión clara de su función comunicativa. Adicionalmente, el 45% considera que la experiencia visual es el elemento más importante dentro de una revista de turismo, por encima de aspectos como el diseño, las imágenes o la información por separado.

Estos resultados permiten identificar referentes de consumo editorial y turístico que sirven como base para la construcción conceptual y visual de la propuesta.

Resultados del objetivo específico no. 2

- Analizar estrategias de comunicación gráfica aplicadas al turismo interno en Colombia dentro del contexto del diseño editorial contemporáneo.



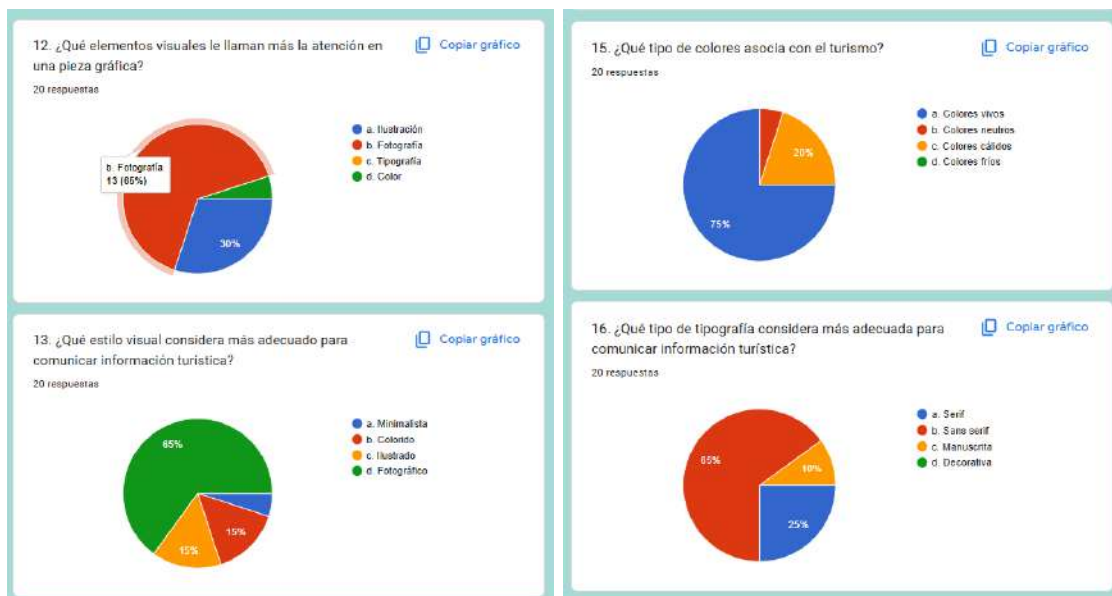
Los hallazgos evidencian que la comunicación visual desempeña un papel fundamental en la difusión de contenidos turísticos. Aunque el 50% de los participantes manifiesta consumir contenido turístico rara vez, el 75% utiliza redes sociales para informarse sobre destinos, lo que confirma la relevancia de los medios digitales como canal principal de comunicación.

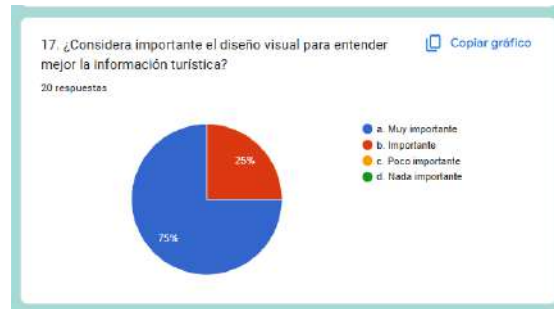
Asimismo, el 75% considera que el diseño visual es muy importante para comprender mejor la información turística y un 25% lo considera importante, lo que representa una aceptación total de la comunicación gráfica como herramienta para facilitar la comprensión de contenidos.

Estos resultados respaldan la implementación de estrategias editoriales y visuales orientadas a presentar información turística de manera atractiva, organizada y accesible para el público objetivo.

Resultados del objetivo específico no. 3

- Diseñar una identidad visual para la revista basada en ilustración digital, tipografía y color que represente la diversidad cultural y natural de Colombia.





Los resultados obtenidos aportan información relevante para la construcción de la identidad visual de la revista. El 65% de los participantes señaló la fotografía como el elemento visual que más llama su atención, mientras que el 30% eligió la ilustración. Sin embargo, al consultar el tipo de ilustración más apropiada para representar el turismo, el 40% seleccionó la ilustración cultural, convirtiéndola en la alternativa con mayor aceptación.

Respecto al estilo visual, el 65% considera que el enfoque fotográfico es el más adecuado para comunicar información turística. No obstante, la ilustración cultural continúa siendo valorada como un recurso capaz de representar elementos identitarios y patrimoniales de manera diferenciadora.

En cuanto al color, el 75% asocia el turismo con colores vivos, mientras que el 65% considera que las tipografías sans serif son las más adecuadas para comunicar información turística. Finalmente, el 75% de los encuestados considera que el diseño visual es muy importante para comprender mejor los contenidos.

Estos hallazgos orientan el desarrollo de una identidad visual basada en colores vibrantes, tipografías de fácil lectura e ilustraciones culturales inspiradas en los elementos representativos de cada región colombiana. Asimismo, justifican la integración de recursos visuales atractivos que fortalezcan la experiencia de lectura y la comunicación del patrimonio cultural y turístico del país.

Bitácora o diario de campo

Fecha: Febrero 2026

Lugar: Bogotá D.C.

Actividad realizada: Búsqueda y selección de referentes gráficos para la revista

Objetivo de la actividad:

El objetivo de esta actividad fue identificar y recopilar referentes gráficos adecuados que sirvieran como base conceptual y visual para el desarrollo de la revista.

Descripción de lo ocurrido:

Durante esta etapa se realizó una búsqueda amplia de diferentes referentes gráficos relacionados con revistas de turismo y diseño editorial. Se exploraron diversas fuentes digitales y publicaciones, analizando aspectos como la composición, el uso del color, la tipografía y la organización del contenido. Finalmente, se seleccionaron aquellos referentes que más se ajustaban a la propuesta visual y temática de la revista, considerando su calidad gráfica y pertinencia, sin embargo, tuvimos en cuenta aquellos referentes en los que identificamos un uso incorrecto del diseño como herramienta de comunicación, fallando en su propósito de crear una identidad visual impactante, evitando caer en estas falencias y buscando nuestro propio resultado acorde al proyecto.

Observaciones:

Se evidenció que es complicado encontrar revistas enfocadas específicamente en turismo

colombiano, ya que predominan más las páginas web que las publicaciones editoriales en formato de revista.

Análisis:

La dificultad para encontrar referentes específicos del contexto colombiano llevó a ampliar la búsqueda hacia referentes internacionales y plantillas editoriales. Esto permitió obtener una visión más amplia del diseño de revistas de turismo, identificando elementos comunes que pueden adaptarse al contexto del proyecto.

Dificultades presentadas:

La principal dificultad fue la escasez de revistas de turismo colombiano en formato editorial, lo que limitó inicialmente la selección de referentes directos.

Soluciones o acciones tomadas:

Se realizó una búsqueda más profunda y detallada en diferentes plataformas, incluyendo bancos de recursos gráficos y revistas digitales, lo que permitió encontrar material más adecuado y útil para el proyecto.

Conclusiones:

Esta actividad permitió establecer una base sólida de referentes gráficos que servirán como guía para el diseño de la revista, facilitando la toma de decisiones en aspectos visuales y estructurales.



Fecha: Marzo 2026

Lugar: Bogotá D.C

Actividad realizada: Selección de tipografías, paleta de colores, plan de páginas y elaboración del machote

Objetivo de la actividad:

Definir la identidad visual de la revista (tipografía y colores) y estructurar su organización mediante el plan de páginas y el machote.

Descripción de lo ocurrido:

Durante este mes se trabajó en la selección de las tipografías y la paleta de colores que se utilizarán en la revista, evaluando aspectos como legibilidad, estética y coherencia con la temática de turismo. Paralelamente, se desarrolló el plan de páginas, en el cual se organizó el contenido de la revista por secciones y número de páginas. Finalmente, se elaboró el machote como una guía visual inicial que permite visualizar la distribución de los elementos dentro de la revista.

Observaciones:

Debido a que la revista está dividida por regiones, se decidió utilizar una paleta de colores diferente para cada una, facilitando la identificación visual y resaltando la diversidad del contenido.

Análisis:

La integración de la identidad visual con la estructura editorial permitió dar mayor claridad al proyecto. El plan de páginas y el machote funcionan como una base organizativa que facilita el desarrollo del diseño final, mientras que los colores y tipografías fortalecen la identidad de la revista.

Dificultades presentadas:

Se presentaron dificultades al momento de equilibrar la variedad de colores por región sin perder coherencia visual en toda la revista, así como en la organización inicial del contenido.

Soluciones o acciones tomadas:

Se realizaron ajustes en la selección de colores y en la distribución del contenido, logrando una estructura más clara y una línea gráfica más unificada.

Conclusiones:

Se logró consolidar tanto la identidad visual como la estructura de la revista, estableciendo una base sólida para avanzar hacia la diagramación y el diseño final.



Fecha: Abril 2026

Lugar: Bogotá D.C

Actividad realizada: Inicio de la diagramación de la revista

Objetivo de la actividad:

Iniciar el proceso de diagramación de la revista, aplicando la identidad visual definida y la estructura establecida en el machote.

Descripción de lo ocurrido:

Durante este mes se comenzó con la diagramación de la revista, organizando el contenido dentro de las páginas según el plan previamente establecido. Se aplicaron las tipografías y paletas de colores definidas, así como la distribución de imágenes y textos. Este proceso permitió empezar a visualizar la revista de forma más concreta, integrando todos los elementos gráficos y editoriales.

Observaciones:

La diagramación permitió evidenciar de manera más clara cómo interactúan los elementos visuales y el contenido, facilitando ajustes en la organización y jerarquía de la información.

Análisis:

El proceso de diagramación es fundamental, ya que traduce la planificación y la identidad visual en un producto tangible. Además, permite identificar errores o mejoras necesarias en la distribución del contenido antes de la versión final.

Dificultades presentadas:

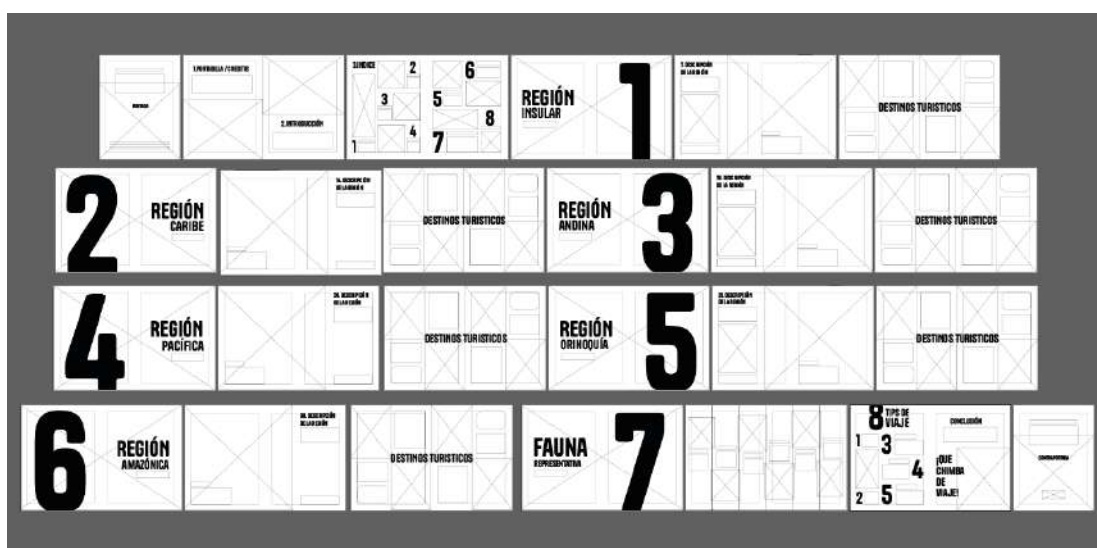
Se presentaron dificultades en la organización de algunos contenidos dentro de las páginas, especialmente para lograr un equilibrio entre texto e imagen.

Soluciones o acciones tomadas:

Se realizaron ajustes en la distribución de los elementos, modificando tamaños, posiciones y jerarquías para mejorar la composición visual.

Conclusiones:

Se logró dar inicio al diseño visual de la revista, estableciendo una base clara para continuar con el desarrollo de las demás páginas y avanzar hacia la versión final.



Fecha: Mayo 2026

Lugar: Bogotá D.C

Actividad realizada: Continuación del proceso de diseño y diagramación de la revista

Objetivo de la actividad:

Continuar con el desarrollo visual y la diagramación de la revista, avanzando en la organización y diseño de las diferentes secciones.

Descripción de lo ocurrido:

Durante este mes se continuó trabajando en el diseño y diagramación de la revista, desarrollando nuevas páginas y ajustando detalles visuales en las ya realizadas. Se siguieron aplicando las tipografías, colores y estilos definidos previamente, buscando mantener coherencia gráfica en toda la publicación. Además, se organizaron mejor algunos contenidos e imágenes para lograr una composición más equilibrada y atractiva.

Observaciones:

A medida que avanzaba la diagramación, se hizo más evidente la importancia de mantener una línea gráfica constante para que todas las secciones de la revista se vieran unificadas.

Análisis:

El avance en la diagramación permitió fortalecer la identidad visual del proyecto y mejorar la relación entre texto e imagen. También ayudó a identificar detalles que requerían corrección para optimizar la lectura y la presentación visual.

Dificultades presentadas:

Se presentaron algunas dificultades en la adaptación de ciertos contenidos al espacio disponible dentro de las páginas, lo que requería reorganizar elementos constantemente.

Soluciones o acciones tomadas:

Se realizaron ajustes en la distribución de textos, imágenes y márgenes, buscando una mejor composición visual y una lectura más clara.

Conclusiones:

El proceso de diseño y diagramación avanzó de manera significativa, permitiendo consolidar la estructura visual de la revista y acercarse cada vez más a su versión final.



Fecha: Junio 2026

Lugar: Bogotá D.C.

Actividad realizada: Finalización de contenidos y ajustes finales de la revista

Objetivo de la actividad:

Completar los contenidos editoriales y realizar los ajustes finales de diseño, composición e identidad visual para consolidar la propuesta de revista digital ilustrada sobre turismo interno colombiano.

Descripción de lo ocurrido:

Durante este mes realizamos la recopilación, organización y redacción de los contenidos definitivos de la revista, incluyendo información cultural, turística y patrimonial correspondiente a las diferentes regiones de Colombia. Paralelamente, realizamos una revisión detallada de la diagramación, las ilustraciones y los elementos gráficos previamente desarrollados. También analizamos aspectos relacionados con el impacto visual y cultural de la propuesta, buscando fortalecer el atractivo de la revista mediante recursos editoriales, narrativos e ilustrativos que resalten la identidad colombiana y fomenten el interés por conocer el país.

Observaciones:

Evidenciamos que la integración del contenido cultural e ilustración permitió construir una propuesta más coherente y representativa de las diferentes regiones. Asimismo, identificamos la importancia de mantener una narrativa visual constante que refuerce la identidad de la revista en todas sus secciones.

Análisis:

La recolección de los contenidos permitió fortalecer el propósito comunicativo del proyecto, garantizando que la información presentada estuviera alineada con los objetivos de la promoción turística y difusión cultural. Los ajustes finales contribuyeron a mejorar la experiencia de lectura y a potenciar el valor visual de la revista como herramienta de comunicación y divulgación cultural.

Dificultades presentadas:

La principal dificultad consistió en sintetizar grandes volúmenes de información cultural y turística sin perder claridad ni afectar la dinámica visual de la publicación.

Soluciones o acciones tomadas:

Realizamos un proceso de selección y jerarquización de contenidos, priorizando la información más relevante para cada región. Adicionalmente, ajustamos elementos gráficos y editoriales para equilibrar la cantidad de texto con los recursos visuales disponibles.

Conclusiones:

La finalización de los contenidos y los ajustes realizados permitieron consolidar una propuesta editorial coherente, visualmente atractiva y alineada con los objetivos del proyecto. Esta etapa representó el cierre del proceso de diseño y desarrollo de la revista mediante la ilustración cultural y el diseño editorial.



Resultados según los objetivos específicos

Resultados del objetivo específico no. 1

- Investigar referentes visuales, culturales y editoriales para fundamentar la construcción de una propuesta gráfica auténticamente colombiana.

La investigación documentada en la bitácora permitió identificar referentes gráficos, editoriales y culturales relevantes para la construcción de la revista. El análisis de publicaciones, recursos visuales y contenidos relacionados con el turismo facilitó la definición de criterios de diseño acordes con la identidad colombiana, permitiendo establecer una base conceptual sólida para el desarrollo de la propuesta.

Resultados del objetivo específico no. 2

- Analizar estrategias de comunicación gráfica aplicadas al turismo interno en Colombia dentro del contexto del diseño editorial contemporáneo.

Los resultados evidenciaron la importancia de los medios digitales y de la comunicación visual en la difusión de contenidos turísticos. Asimismo, la encuesta realizada permitió identificar que el diseño visual, la experiencia gráfica y los contenidos visuales influyen significativamente en el interés del público por la información turística, respaldando la implementación de una revista digital ilustrada como estrategia de comunicación.

Resultados del objetivo específico no. 3

- Diseñar una identidad visual para la revista basada en ilustración digital, tipografía y color que represente la diversidad cultural y natural de Colombia.

Como resultado del proceso de diseño presentado, se desarrolló una identidad visual fundamentada en la ilustración cultural, el uso de colores representativos de las regiones colombianas y tipografías que favorecen la legibilidad en medios digitales. Esta propuesta permitió construir una revista visualmente coherente, capaz de comunicar contenidos turísticos y culturales de manera atractiva, fortaleciendo la representación de la diversidad cultural y natural del país.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La presente investigación tuvo como propósito desarrollar una revista digital ilustrada orientada a la promoción del turismo interno colombiano, utilizando la ilustración cultural y el diseño editorial como herramientas de comunicación visual. A partir del análisis de información relacionada con el turismo, el patrimonio cultural y las preferencias del público objetivo, se construyó una propuesta gráfica que responde a la necesidad de visibilizar la diversidad cultural y natural del país, incentivando el interés por conocer y valorar los diferentes territorios que lo conforman.

Durante el proceso investigativo se identificaron hallazgos relevantes que sustentaron el desarrollo de la propuesta. Los resultados de la encuesta evidenciaron que el público joven consume información turística principalmente a través de medios digitales y que la experiencia visual influye de manera significativa en su atención e interés. Asimismo, se reconoció una valoración positiva hacia la ilustración como recurso para representar destinos turísticos y elementos identitarios, lo cual orientó las decisiones gráficas implementadas en la revista.

En relación con los objetivos específicos, se establece su cumplimiento de manera coherente con el desarrollo del proyecto: se investigaron y analizaron referentes visuales, culturales y editoriales; se identificaron estrategias de comunicación gráfica aplicadas al turismo junto con las preferencias del público objetivo; y se diseñó una propuesta de identidad visual basada en ilustración cultural, tipografía y color, capaz de representar la diversidad cultural y natural de Colombia dentro de una composición editorial coherente y funcional.

En términos generales, el proyecto evidencia el potencial del diseño gráfico y editorial como medio para la difusión cultural y turística, al ofrecer una alternativa de comunicación visual orientada a la promoción del turismo interno y al reconocimiento del patrimonio colombiano. Asimismo, demuestra cómo la integración de herramientas digitales puede apoyar procesos de investigación y producción gráfica dentro de proyectos creativos, sin sustituir el análisis ni el criterio de diseño.

Finalmente, la revista digital ilustrada se consolida como una propuesta que fortalece la relación entre cultura, diseño y turismo, promoviendo el interés por explorar el territorio nacional y contribuyendo a la valoración de la riqueza cultural y natural de Colombia desde una perspectiva visual contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA

Adobe Stock. (2024). *Adventure Travel magazine editorial Layout for Nature Explorers*. Recuperado de <https://stock.adobe.com>

Adobe Stock. (s. f.). *Travel magazine Layout modern Adventure Outdoor Explorer book*. Recuperado de <https://stock.adobe.com>

AIGA. (s. f.). *What is graphic design?* Recuperado de <https://www.aiga.org>

Ambrose, G. y Harris, P. (2011). *Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona: Parramón Ediciones.

Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO). (2026). *5.8 millones de colombianos viajaron al exterior en 2025*. Recuperado de <https://anato.org>

Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.

Barbier López, M. F. (2015). *Comunicación y cultura: el proceso comunicativo para la sensibilización y valorización del patrimonio cultural material e inmaterial en Andahuaylillas, Cusco* [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.

BBVA Research. (2024). *Colombia: Situación turismo. Noviembre 2024*. Recuperado de <https://www.bbvaresearch.com>

Burkart, A. J. y Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*. Londres: Heinemann.

Carrera Peñate, V.; Calvo Leones, K. P.; Payares Pájaro, G. E. y Pájaro Madera, A. E. (2022). *Diseño y elaboración de una revista digital especializada en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias* [Trabajo de grado]. Universidad de Cartagena.

Chaves, N. (2006). *El oficio de diseñar: Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Editorial Gustavo Gili.

Colombia. Congreso de la República. (1982). *Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor*. Bogotá: Diario Oficial.

Colombia. Congreso de la República. (1993). *Ley 44 de 1993 por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982*. Bogotá: Diario Oficial.

Comunidad Andina de Naciones. (1993). *Decisión 351 de 1993: Régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos*. Lima: Comunidad Andina.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Barcelona: Grupo Design.

Creative Commons. (s. f.). *About the licenses*. Recuperado de <https://creativecommons.org/licenses>

Cristancho Tenjo, M. A.; Lavao Jorge, Y. N. y Buitrago Gómez, G. (2024). El diseño gráfico en la preservación de la memoria del territorio de Usme. *Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural*, 37.

De Buen Unna, J. (2007). *Manual de diseño editorial* (3.^a ed.). México: Santillana.

Fondo Nacional de Turismo (FONTUR). (s. f.). *Chocó*. Recuperado de <https://www.revistafontur.com>

Forbes España. (2024). *El 40 % de los jóvenes asegura que solo reserva vacaciones que ha visto en redes sociales, según ibis*. Recuperado de <https://forbes.es>

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito.

García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. Aguilar Criado (Coord.), *Patrimonio etnológico: Nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Sevilla: Junta de Andalucía.

Guevara Barco, D. M. y Quintero García, F. J. (2024). *Estrategias para la integración del turismo y la cultura en Santiago de Cali* [Tesis de maestría]. Universidad de San Buenaventura Cali.

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.

Internet Archive. (s. f.). *Design*. Recuperado de <https://archive.org>

Jokilehto, J. (2005). *Definition of Cultural Heritage: References to Documents in History*. Roma: ICCROM.

Lupton, E. (2008). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors and Students*. Nueva York: Princeton Architectural Press.

Male, A. (2017). *Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective* (2nd ed.). Londres: Bloomsbury Publishing.

Mathieson, A. y Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Londres: Longman.

Meggs, P. B. (1998). *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Política de turismo cultural: Colombia, destino turístico cultural, creativo y sostenible*. Bogotá: Gobierno de Colombia.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2023). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Recuperado de <https://www.wipo.int>

Organización Mundial del Turismo. (1991). *Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Turismo y Viajes, Ottawa*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Guía de marketing turístico y promoción de destinos*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Rico Cánovas, E. (2014). *El patrimonio cultural como argumento para la renovación de destinos turísticos consolidados del litoral en la provincia de Alicante* [Tesis doctoral]. Universidad de Alicante.

Samara, T. (2007). *Diseñar con y sin retícula: Guía de diseño para publicaciones editoriales*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sánchez Arciniegas, C. I. (2000). *Patrimonio cultural y turismo ético en América Latina y Colombia*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

UNESCO. (2014). *Patrimonio cultural inmaterial*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Wong, W. (1995). *Principles of Color Design*. Nueva York: Van Nostrand Reinhold.

ANEXOS

- ANEXO A. Instrumento de recolección de información (Encuesta).

Con el propósito de identificar las características, intereses y percepciones del público objetivo frente al turismo interno colombiano y el uso de recursos visuales como medio de comunicación, se aplicó una encuesta digital dirigida a jóvenes y adultos entre los 18 y 29 años.

Encuesta

1. ¿Cuál es su género?

a. Masculino

b. Femenino

2. ¿Cuál es su edad?

a. Entre 16 y 20 años

b. Entre 21 y 25 años

c. Entre 26 y 30 años

d. Entre 31 y 35 años

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

a. Bachillerato

b. Técnico

c. Tecnólogo

d. Profesional

4. ¿Ha consumido contenido relacionado con turismo anteriormente?

a. Sí

b. No

5. ¿Con qué frecuencia consume contenido relacionado con turismo?

a. Frecuentemente

b. Ocasionalmente

c. Rara vez

d. Nunca

6. ¿Dónde suele informarse sobre destinos turísticos?

a. Redes sociales

b. Páginas web

c. Revistas

d. Recomendaciones personales

7. ¿Conoce qué es una revista de turismo?

a. Sí

b. No

8. ¿Cuál de las siguientes opciones define mejor una revista de turismo?

a. Publicación informativa sobre destinos, cultura y experiencias

b. Catálogo de productos comerciales

c. Libro académico

d. Periódico de noticias generales

9. ¿Conoce revistas o contenidos gráficos sobre turismo colombiano?

a. Sí

b. No

10. ¿Qué tipo de contenido espera encontrar en una revista de turismo?

a. Información de destinos

b. Cultura y tradiciones

c. Recomendaciones de viaje

d. Todas las anteriores

11. ¿Qué elemento considera más importante en una revista de turismo?

a. Imágenes

b. Información

c. Diseño

d. Experiencia visual

12. ¿Qué elementos visuales le llaman más la atención en una pieza gráfica?

a. Ilustración

b. Fotografía

c. Tipografía

d. Color

13. ¿Qué estilo visual considera más adecuado para comunicar información turística?

a. Minimalista

b. Colorido

c. Ilustrado

d. Fotográfico

14. ¿Qué tipo de ilustración considera más apropiada para representar el turismo?

a. Realista

b. Caricaturesca

c. Cultural

d. Moderna

15. ¿Qué tipo de colores asocia con el turismo?

a. Colores vivos

b. Colores neutros

c. Colores cálidos

d. Colores fríos

16. ¿Qué tipo de tipografía considera más adecuada para comunicar información turística?

a. Serif

b. Sans serif

c. Manuscrita

d. Decorativa

17. ¿Considera importante el diseño visual para entender mejor la información turística?

a. Muy importante

b. Importante

c. Poco importante

d. Nada importante

● Anexo B. Resultados de la encuesta.

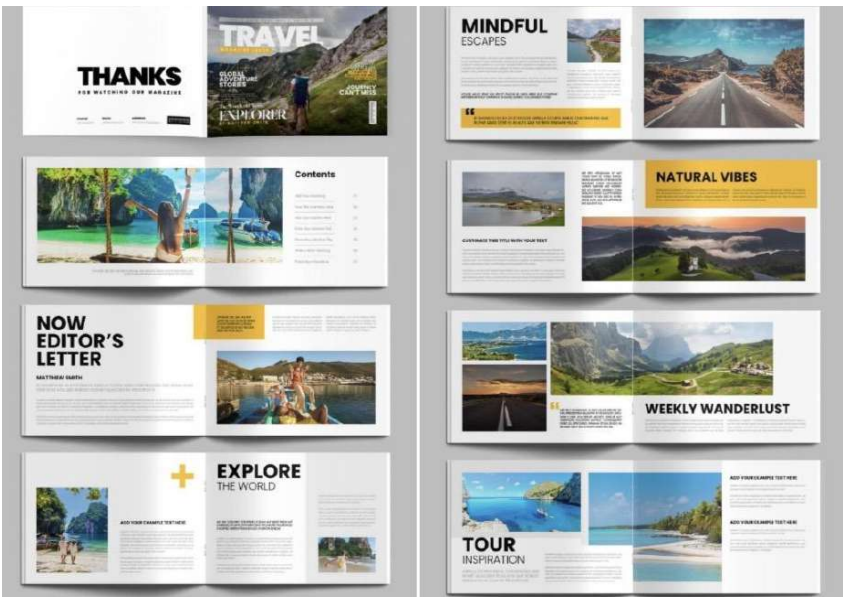
En este anexo se presentan las evidencias correspondientes a la aplicación del instrumento de recolección de información utilizado durante el desarrollo de la investigación.



● Anexo C. Referentes gráficos analizados.

Durante la fase de investigación se realizó un análisis de diferentes referentes visuales y editoriales relacionados con el turismo y el diseño editorial.

Adventure Travel Magazine Editorial Layout for Nature Explorers.



Travel Magazine Layout Modern Adventure Outdoor Explorer Book.



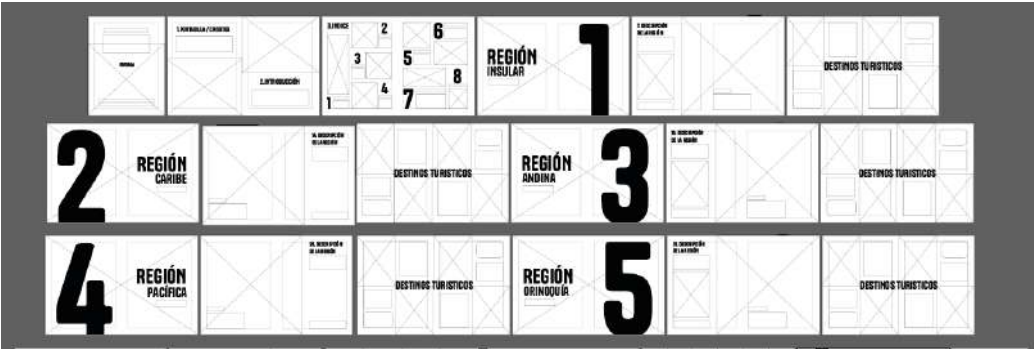
Revista Digital FONTUR – Chocó.



The Romance of Islands.



- Anexo D. Machote o estructura editorial.



- Anexo E. Bitácora de trabajo.

Febrero 2026: Búsqueda y selección de referentes gráficos.

Marzo 2026: Selección de tipografías, paleta cromática y elaboración del machote.

Abril 2026: Inicio de la diagramación editorial.

Mayo 2026: Continuación del diseño y organización de contenidos.

Junio 2026: Finalización de contenidos y ajustes finales.

- Anexo F. Proceso de diseño.

La identidad visual de la revista fue desarrollada a partir de elementos gráficos que representan la diversidad cultural y turística de Colombia.



- Anexo G. Evidencias del uso de IA

Durante el desarrollo del proyecto se utilizaron herramientas de inteligencia artificial como apoyo en procesos de investigación, organización de información y generación de ideas visuales.



- Anexo H. Revista final.

Las siguientes ilustraciones fueron desarrolladas para representar la riqueza cultural, natural y turística de Colombia.

