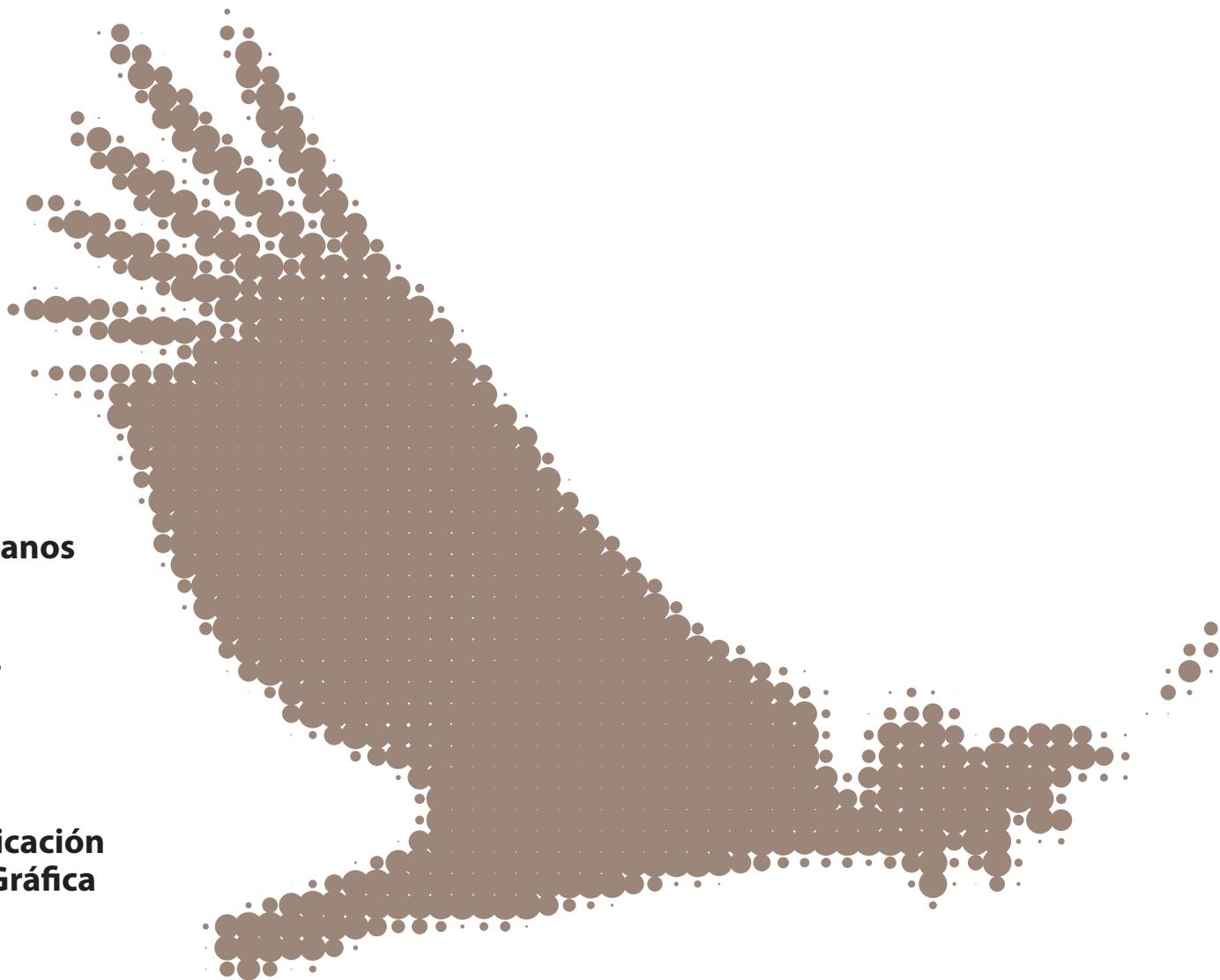


Símbolos Populares Colombianos





Símbolos Populares Colombianos
Iris Ibama Acero Triviño
Jonathan Abril Garcia
Jose Herney Restrepo A.

Facultad Ciencias de la Comunicación
Tecnología en Comunicación Gráfica



Símbolos Populares Colombianos

Consideramos que los jóvenes están siendo influenciados por los medios y por culturas extranjeras, apropiándose de simbología, moda, imagen y marcas ajenas. Esto genera la deformación de nuestras tradiciones culturales y por ende, la pérdida de nuestra identidad cultural.

El presente proyecto de investigación está enfocado a identificar los símbolos populares colombianos que gozan de una relevancia cultural en nuestro país. Son reconocidos pero poco explotados comercialmente, ya que esto se puede evidenciar en aquellos objetos e indumentaria que las personas llevan a diario. Nuestra intencionalidad es tomar e intervenir representaciones icónicas que guardan una aceptación y un acuerdo social y estético en culturas como la nuestra, y se configuran en el imaginario, para que desde lo simbólico puedan ser comunicados desde el diseño y la comunicación gráfica en una propuesta atractiva que le genere un sentido de pertenencia a un grupo juvenil determinado, el cual oscila entre 15 a 25 años.

Nuestro objetivo desde el diseño y la comunicación gráfica es intervenir y manipular la realidad gráfica que contienen los iconos o representaciones que han adquirido una condición de símbolos, para desarrollar una imagen que sea altamente atractiva para un grupo joven, el cual será plasmado en una línea de productos; este trabajo aportará a través de propuestas gráficas, a una búsqueda de identidad, amor por el país, un sentir orgulloso de quien lo lleva o lo usa.

Consideramos que las experiencias, contactos, e intercambios de lenguajes, objetos y representaciones más socializadas en los diferentes grupos de comunicación (jóvenes, colectivos, tribus, gremios) van adquiriendo valor y sentido de pertenencia, determinados por la fuerza de aceptación de sus miembros. Este proceso es dinámico y cambiante, más en una sociedad globalizada como la actual, en la cual, la comunicación simbólica puede ser efímera de acuerdo a las tendencias o modas que influyen a partir del

consumo, o que llegan a tener una fuerte carga simbólica por la internalización que sus significantes estéticos y culturales lleguen a posicionarse en el colectivo. Los símbolos van cambiando de acuerdo con los procesos que se den desde lo económico, tecnológico y político, afectando de esta manera, el sentido de apropiación, entendimiento, historia, nostalgia y defensa por lo que se considere la cultura Colombiana.

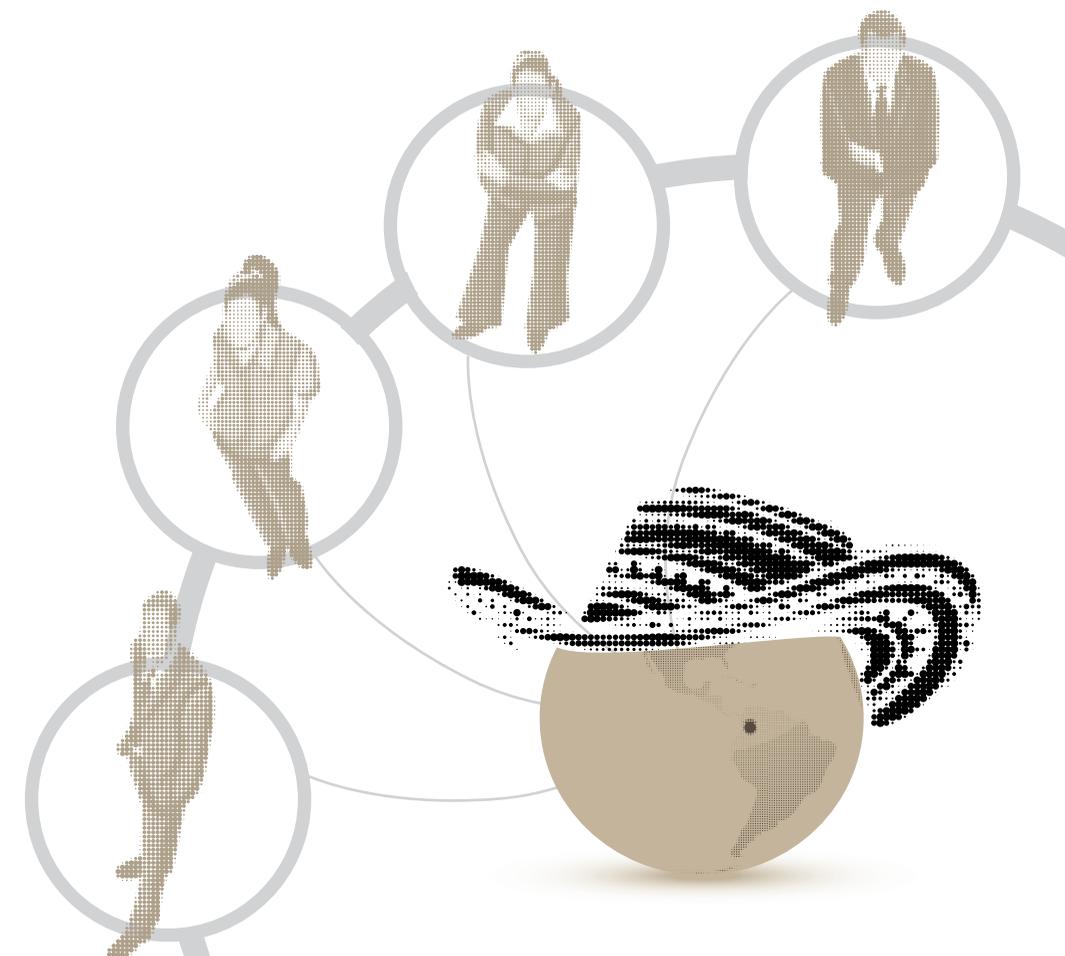
Al final de este proyecto se entregará una línea de productos que serán escogidos de acuerdo con su utilidad; la cual permitirá que la pieza gráfica esté siempre en contacto con el grupo objetivo.

Antecedentes

A través del tiempo Colombia se ha manifestado desde el contenido de identidad de país, usando los mismos símbolos "patrios" como son: la bandera, el escudo y el himno nacional a través del discurso institucional.

Paralelo a esto, el país ha sufrido transformaciones al paso de los años a nivel comercial y turístico, los cuales han permitido que sitios, lugares, objetos y marcas se internacionalicen originando su reconocimiento, a partir del posicionamiento visual que esas organizaciones le han dado a sus logo-símbolos, logrando identidad de país a partir de procesos de semantización, caso "Café de Colombia", "Colombia es pasión", "Carvajal", "Avianca", "Corferias" entre otras.

Este tipo de simbolismo que representa a Colombia, hoy por hoy, no tiene un libro especializado que brinde información específica frente al tema, aunque a nivel periodístico la revista Semana desarrolló una investigación en el año 2006 respecto a esto. Gracias al apoyo del Gobierno de Colombia y del Canal Caracol, publicaron una investigación en la cual fueron consultadas personas extranjeras y nacionales, para que opinaran con qué símbolo colombiano se sentían identificados, permitiendo saber qué era eso que los identificaba, dando como resultado 50 símbolos, cada uno de estos, tuvieron un desarrollo periodístico, explicando el por qué de este.





Pregunta

¿Cómo mantener nuestra identidad al generar una línea gráfica que genere un sentido de pertenencia, manipulando los símbolos que representan a Colombia, pero que no se pierda su significado y que orme un producto altamente atractivo a un grupo joven de la Universidad Minuto de Dios?

Objetivo General

Intervenir símbolos populares colombianos para generar identidad y sentido de pertenencia de país, en grupos juveniles.

Objetivos Específicos

- Intervenir y manipular los símbolos con frases colombianas en una propuesta atractiva para un público joven entre los 17 y 30 años de la Universidad Minuto de Dios.
- Obtener una pieza gráfica altamente atractiva, que se plasmará en varias líneas de productos para llegar a nuestro público joven.

Justificación

En el mercado colombiano se encuentran los símbolos populares que son muy poco utilizados y que son plasmados en productos poco atractivos para jóvenes, usando imágenes que no tienen un buen desarrollo gráfico hacia la gente que tiene contacto con este, pero no se sienten identificados para usarlo en un producto.

Con este trabajo se quiere reconocer e invitar a que se olvide nuestra identidad mediante los símbolos que nos representan llegando a una pieza gráfica que llame la atención.

Nuestro proyecto está basado en intervenir estos símbolos, en una línea de diseño plasmada en productos dirigidos a un público joven.

Un comunicador gráfico es capaz de intervenir el contexto cultural popular que le rodea, en una interpretación propia, la cual habla por sí misma de ese contexto.

Un comunicador gráfico puede contribuir a la identidad colombiana, participando en la comunicación de imágenes visuales que este genere, permitiendo que las personas sientan empoderamiento del contexto cultural que les rodea.

Al crear diseños gráficos que representen, simbolicen e identifiquen un colectivo, ayuda y colabora en el desarrollo de pertenencia y apropiación de la cultura colombiana.

Hipótesis

Se considera que los símbolos populares colombianos que se seleccionen e intervengan, tendrán impacto visual.

Los símbolos populares colombianos cambian y evolucionan con el tiempo.

El desarrollo gráfico de los símbolos de la cultura popular colombiana, permite generar identidad y aprecio al producto y a su cultura.

Un comunicador gráfico puede interpretar la cultura popular colombiana como fuente de trabajo.



(Tabla N° 1)

Aparatos de Althusser	Icono representativo	Icono representativo para los jóvenes por ejemplo
Aparatos religiosos (iglesias).		
Aparatos familiares (matrimonio y sociedad familiar).		
Aparatos jurídicos (el derecho)		
Aparatos políticos (partidos e ideologías políticas).		
Aparatos sindicales (secesiones de obreros).		

Marco Teórico

Durante el proceso de investigación llevado a cabo, no logramos identificar un libro que se especialice en el tema de símbolos populares colombianos, para tener un mayor soporte teórico para el proyecto.

Las bibliotecas tienen libros que hablan sobre los símbolos patrios que representan a los Colombianos, los cuales se han usado por años, pero no hablan sobre los símbolos populares que nos representan e identifican hoy en día como colombianos, desde lo nacional, hasta lo internacional. La referencia más cercana para nuestra investigación ha sido la revista Semana, la cual publicó una edición especial y completa: la N° 1260 de junio 26 del 2006, titulada "El símbolo de Colombia"; con José Ángel Báez como editor de este especial; esta fue desarrollada con apoyo de el Canal Caracol, la Presidencia de la República y la empresa Colombia es Pasión, apoyado con 47 periodistas y columnistas; además de un comité de cinco profesionales, los cuales aportaron su conocimiento para profundizar en cada uno los artículos que sacaron.

En esta edición especial, la revista Semana publicaba una investigación la cual consistía en preguntarles a colombianos residentes en varios países, sobre los símbolos que los identificaban, la cual dio como resultado cincuenta símbolos, opinaron 394.600 personas.

Dentro de la investigación se enfoca la identidad que generan los símbolos populares colombianos, para esto es importante la mirada que hace el autor Nussbaum M.C. 1996, quien cuestiona: ¿qué es identidad en el fenómeno social como factor de cohesión social?, ¿para qué sirve generar identidad?.

El desarrollo de nuestra propuesta gráfica, necesita tener más bases sobre qué es la identidad colombiana en los últimos tiempos; por eso tenemos en cuenta un ensayo escrito de Castro G.S 2000 el cual cita los estudios de Althusser que dice:

Las ideas y representaciones mentales no tienen idea espiritual si no material, en tanto se encuentra anclada en instituciones específicas que él denomina aparato.

En su texto Ideología y aparatos ideológicos del estado; Althusser menciona los 8 tipos de instituciones, nombradas a continuación, que diferencian los aparatos represivos para no sujetar a los individuos a prácticas violentas sino a prácticas ideológicas:

- Aparatos religiosos (iglesias).
- Aparatos educativos (escuelas y universidades).
- Aparatos familiares (matrimonio y sociedad familiar).
- Aparatos jurídicos (el derecho).
- Aparatos políticos (partidos e ideologías políticas).
- Aparatos sindicales (secesiones de obreros).
- Aparatos de información (prensa, radio, cine y televisión).
- Aparatos culturales (literatura, bellas artes, deportes, etc.).

De acuerdo con lo anterior, cada individuo tiene sus propias creencias que dependen del contexto cultural en que se desenvuelven, ya que la influencia que tiene su entorno, genera unos gustos personales que le permite crear una identidad propia y elegir elementos de otras culturas o en su defecto de la propia, para sentirse parte de algo.

(Tabla N° 1)

En la anterior cita en la que Castro G.S. 2000 cita a Althusser cita:

Se evidencia que los diferentes aparatos rigen la identidad en la mayoría de las sociedades de la cual no se escapa Colombia, puesto que todos los símbolos que la representan están regidos por estas.

De este modo, la cultura popular colombiana posee gran cantidad y variedad de símbolos que se usan, convirtiéndose en parte de la cotidianidad y la representatividad de los colombianos; esto permite que esta interacción cultura hombre - contexto, genere un sentimiento de apego por su país evocadas por la transmisión de experiencias gratas perdurables, que generan un reconocimiento de identidad de quién es y para dónde se dirige el colombiano.

Es así como de la representatividad de los colombianos condensada en sus símbolos, adquiere un papel preponderante de identidad capaz de ser reconocida e identificada desde los contextos micro hasta los macro, tal y como lo asegura Nussbaum M.C. (p.1996, p. 18 – 19) cuando agrega:

Estamos rodeados por varios círculos. El primero de estos círculos rodea el yo; el segundo la familia inmediata, y a este le sigue el de la familia extensa. A continuación, y por orden, el vecindario grupos locales; los ciudadanos y los compatriotas y de esta lista podemos fácilmente añadir otros grupos basados en identidades étnicas, lingüísticas, históricas, profesionales, de género o sexuales

De esto se puede deducir que son estas interacciones las que permiten crear una línea de experiencias que construyen identidad, a través del moldeamiento del individuo por el contexto que a su vez al sentirlas de una manera natural, las hace parte de su mundo, hace sentir al sujeto orgulloso de lo que es, apropiarse y tener sentido de pertenencia de su realidad, para al final convertirse en transmisor y mantenedor de la identidad para otros.

Pero esto no escapa de los riesgos de la actual globalización, ya que la identidad al ser un producto de los acuerdos sociales, se ve permeada por otras identidades foráneas, que en gran parte dominan los fundamentos culturales, que al igual que en las representaciones sociales se modifican en elementos periféricos y en mínima parte en su pilar fundamental. Por esto es que en la cultura colombiana hay elementos



que varían, otros que se sacrifican y otros que permanecen para al final dar como producto una nueva cultura, que al normalizarse se convierten en identidad de los individuos. Castro G. S. 2000:

Por su radio de alcance por su formato visual, los medios contribuyen de gran manera a delinear nuevas formas de subjetividad, estilo, visión del mundo y comportamiento; podríamos decir que en tiempos de globalización los medios son el terreno para el dominio de unos grupos sobre otros, pero también son, al mismo tiempo, el terreno apropiado para la resistencia contra ese dominio; los medios son el lugar de lucha por la hegemonía cultural. Siendo la principal fuente generadora de ideologías en la sociedad contemporánea.

Los símbolos populares colombianos, no pueden quedarse tan solo en la construcción de un atractivo diseño que comunique o que evoque un hermoso recuerdo, sino que debe ser llevado a un elemento que sea usado por una persona que de alguna manera haga parte de él, como son los objetos de uso diario que serán parte importante y fundamental para construir una pieza gráfica.

En los objetos de uso diario, hay que tener en cuenta algunas variables que permitan ser efectivos al momento de escogerlos, de los cuales el más importante es la utilidad y el siguiente, es el diseño.

El diseño y desarrollo de estos objetos de uso diario permitirán a la persona sentir que tienen un producto que le hará ser partícipe de la diferencia, sentir que hace parte de algo y tener la seguridad de que lo que tiene, es único.

El producto terminado es un artículo que debe ser enfocado en construir sensaciones, por medio de refuerzos gráficos y que el objeto de uso diario lo fortalezca, ya que para la persona que obtendrá el producto tiene varios aspectos como disposiciones

determinadas genéticamente, que denominamos como sugiere Norman D. A. 2004, p. 37 - 54:

Nivel visceral; la parte que contiene los procesos cerebrales que controla el comportamiento cotidiano, denominado nivel conductual, y la parte contemplativa del cerebro o nivel reflexivo.

Diseño visceral = Apariencia
Diseño conductual = El placer y la efectividad del uso
Diseño reflexivo = Imagen de uno mismo, satisfacción personal, recuerdos

Por medio de este proyecto, queremos dar un aporte para que las personas recuerden sus raíces; se aclara que no se va a generar un cambio de pensamiento, pero sí una recordación que hace parte de este país.

El producto terminado con los símbolos colombianos, permite crear un vínculo con este, y con el símbolo que posee, empoderándose cada vez más, con el símbolo o los símbolos, que de alguna manera permiten salvaguardar y recordar su identidad.

Por medios de los productos se quiere generar sensaciones y recordación como habla Cuevas M.P. pag 12- 13:

La memoria corporal y su auto indagación desde el recuerdo de los sentidos: sabores, olores, visualidad, la memoria de la piel, etc., permite analizar las representaciones sociales que existen de nuestra percepción y comprensión del cuerpo; así mismo, crea las condiciones para la reconstrucción inicial de las rutas sensibles de los espacios locales estas rutas marcan los hitos, lugares que permiten visualizar el entramado simbólico conceptual lo que supone el reconocimiento colectivo de los ejes sobre los cuales se desenvuelven las prácticas culturales y sociales significativas al interior del espacio local.

Para apoyar la justificación de los símbolos colombianos extraemos de la publicación de la edición especial de la Revista Semana 2006, p. 18 - 19; un listado de elementos con los cuales los Colombianos se sienten

identificados, a partir de estos se sacará una línea gráfica atractiva para un público joven, esta será plasmada en objetos de uso diario y es la siguiente:

El sombrero vueltiao / San Agustín/ El café / La Chiva / El carnaval de barranquilla / La leyenda del dorado / La orquídea / La Bandera / El Divino Niño / Las esmeraldas / El póporo Quimba / La cumbia / La mula / La arepa / El vallenato / La mochila arahuaca / El carriel / Las murallas de Cartagena / El escudo / La Camiseta de la Selección / La ruana / El aguardiente / El Sagrado Corazón de Jesús / La virgen de Chiquinquirá / La hormiga culona / El cóndor / El bocadillo veleño / Las tres cordilleras / la agua panela / Macondo / La chicha / La empanada / El machete / Los dos mares / La Sierra Nevada de Santa marta / El sancocho / El mapa de Colombia / El himno nacional / El refajo / Las reinas / El tamal / La hamaca / La cabuya / La Palma de cera / El rio magdalena / El escarabajo / La totuma / El florero de Llorente / El estropajo / El Tabaco / . (2006, p. 10).



Categorías de Análisis

Verificar en la encuesta si los símbolos propuestos de la revista semana podían ser reconocidos ante un grupo de jóvenes de 17 a 30 años y analizar cuáles son los más convenientes para nuestro proyecto para permitir generar identidad por medio de uso diario.

Metodología

El método a utilizar en la investigación es cualitativo, ya que debemos saber que símbolos son los que tienen mayor recordación entre las personas que serán encuestadas; el paso a seguir es saber cuáles son los objetos de uso diario que más utilizan pues estos serán usados para plasmar aquellos símbolos.

Después se ha de analizar cómo manipular estos símbolos para hacerlos atractivos a un público joven sin perder la identidad o esencia de estos; con estos símbolos se podrán algunas frases que le ayudarán a darle más identidad al público objetivo.

Por medio de las encuestas se obtendrá un punto de vista más claro en el proceso de diseño para realizar la pieza final que surge de todo el proceso de investigación.

Instrumentos

Los instrumentos que usaremos para la recogida de datos serán las encuestas. Queremos saber si permanecen en la memoria de las personas.



Procesamiento de Datos

Esta encuesta no tiene un enfoque especializado en investigación, sino es más una herramienta para indagar sobre los cambios o variaciones que ha tenido los símbolos colombianos, a través de los años frente a la investigación que desarrolló la Revista Semana, la cual fue hecha en el 2006 y nos ha proporcionado una base importante para nuestro proyecto.

Con base a las encuestas realizadas de un grupo de 80 personas Se encontraron los siguientes resultados:

1. SOLICITADA POR: Símbolos Populares Colombianos
2. REALIZADA POR: José Restrepo, Jonathan Abril, Iris Acero.
3. UNIVERSO (Mercado potencial): Estudiantes de universidad Minuto de Dios (Nº) 80 personas encuestadas.
4. UNIDAD DE MUESTREO: (Jóvenes Uniminuto): entre los 17 a 30 años.
5. FECHA: Septiembre 19
6. AREA DE COBERTURA: Sede Bogotá D.C.
7. TIPO DE MUESTREO (No Producto, etc.): Objetos de uso Diario
8. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS: Encuesta.
9. TAMAÑO DE LA MUESTRA: No
10. TRABAJO PILOTO: Septiembre 19 del 2011, 80 personas encuestadas en total.
11. OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Recordación de símbolos, frases y objetos de uso diario.
12. Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS: 4 preguntas.

A continuación el formato de encuesta que se realizó a un grupo de personas sobre nuestro tema de investigación para llegar al producto final:

(Tabla N° 1)

Con base a las respuestas salieron los siguientes resultados: Se entrevistó una cantidad de 80 personas: 26 hombres y 54 mujeres.

¿Para usted que significa identidad?.

Respuestas

Coincidencia: 2 / **Identificación: 49** / Igualdad: 18 / Conocerse: 11/ Autoestima: 0

En esta respuesta se evidenció que la gran mayoría de encuestados de la universidad minuto de Dios en Bogotá eligieron la respuesta identificación, ya que esa respuesta hace parte de identidad, ser parte de algo. Siendo que las otras respuestas pueden acercarse al significado de identidad pero están muy lejos de serlo.

Si a las personas encuestadas entienden o conocen el significado de identidad pueden ofrecer una mejor calidad de respuestas en las siguientes preguntas.

(Tabla N°2)

Considera que los colombianos tenemos identidad y por que?

Respuestas

Conoce nuestra historia: 14 / **Hablamos bien de nuestro país: 29** / Respetamos los símbolos patrios: 4 / **Reconocemos cuales son nuestros símbolos: 33** / Protegemos y cuidamos los símbolos patrios: 0

De acuerdo con los encuestados los colombianos hablan bien de su país, saben cuáles son sus símbolos y que es los identifica y saber si ellos reconocen los símbolos colombianos.

(Tabla N° 3)

Preguntas de investigación
Símbolos Colombianos

Fecha: _____

Edad: ____ Sexo: F __ M __ Ciudad: _____

Marque con una X para usted que significa identidad

Coincidencia Identificación Igualdad Conocerse Autoestima

¿Considera que los colombianos tenemos identidad porque?

Conocemos nuestra historia Hablamos bien de nuestro país Respetamos los símbolos patrios

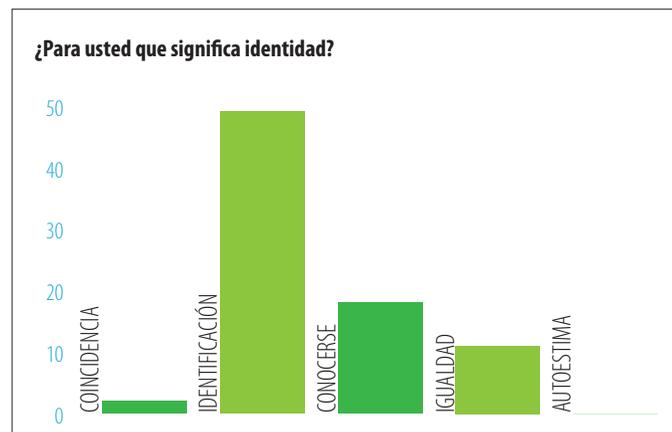
Reconocemos cuales son nuestros símbolos Protegemos y cuidamos los símbolos patrios

De los siguientes símbolos a continuación, señale dos opciones que nos representan como colombianos.
Califique del 1 al 5
siendo 1 como el más bajo y el 5 más alto

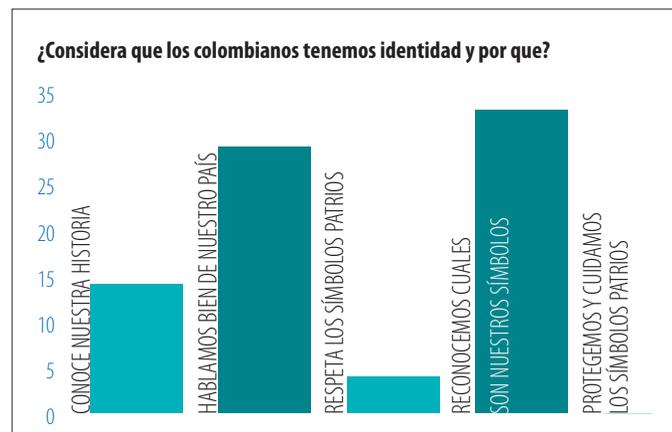
<ul style="list-style-type: none"> ___ El sombrero vueltiao ___ San Agustín ___ El café ___ La Chiva ___ El carnaval de Barranquilla ___ La leyenda del dorado ___ La orquídea ___ La Bandera ___ El Divino Niño ___ Las esmeraldas ___ El poporo Quimba ___ La cumbia ___ La mula ___ La arepa ___ El vallenato ___ La mochila arhuaca ___ El carriel 	<ul style="list-style-type: none"> ___ Las murallas de Cartagena ___ El escudo ___ La Camiseta de la Selección ___ La ruana ___ El aguardiente ___ El Sagrado Corazón de Jesús ___ La virgen de Chiquinquirá ___ La hormiga culona ___ El cóndor ___ El bocadillo veleño ___ Las tres cordilleras ___ La aguapanela ___ Macondo ___ La chicha ___ La empanada ___ El machete ___ Los dos mares 	<ul style="list-style-type: none"> ___ La Sierra Nevada de Santamarta ___ El sancocho ___ El mapa de Colombia ___ El himno nacional ___ El refajo ___ Las reinas ___ El tamal ___ La hamaca ___ La cabuya ___ La Palma de cera ___ El río Magdalena ___ El escarabajo ___ La totuma ___ El florero de Llorente ___ El estropajo ___ El Tabaco
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Considera que hay otro símbolo que nos representa como colombianos
¿Cuál considera que sería?

(Tabla N° 1)

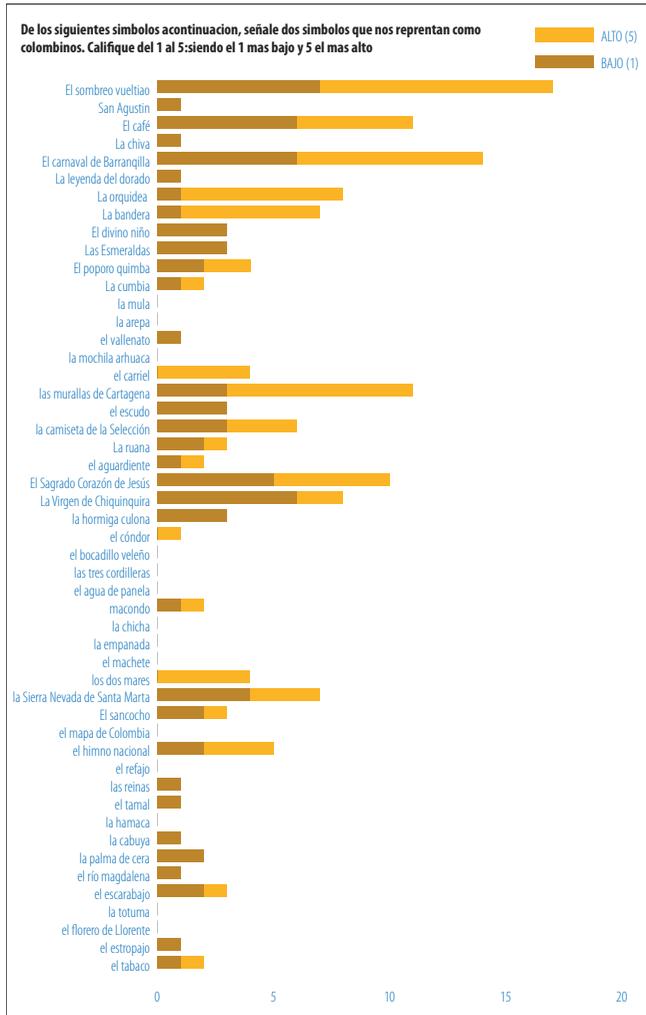


(Tabla N° 2)



(Tabla N° 3)





(Tabla N°4)

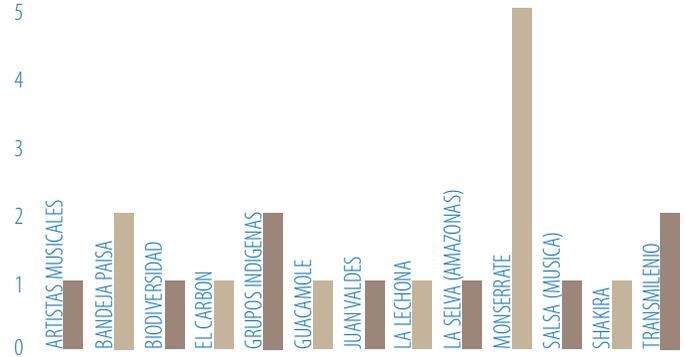
De los siguientes símbolos a continuación, señale dos símbolos que nos representan como colombianos. Califique del 1 al 5: siendo el 1 más bajo y 5 el más alto

Respuesta

El enfoque para esta pregunta es que el encuestado debe seleccionar dos preguntas para delimitar el número de símbolos del que se le proporcionaba y el número de calificación era para identificar el nivel de recordación que tenía frente a este. Esto era para confrontar la encuesta que había hecho la revista Semana después de cinco años de diferencia, en la cual fue realizada dando como resultado similitudes pero ya que fue desarrollada solamente en Bogotá, mostró símbolos con los cuales tiene más contacto.

(Tabla N° 4)

¿Considera que hay otro símbolo que nos representa como colombianos? ¿Cuál considera que sería?



(Tabla N°5)

¿Considera que hay otro símbolo que nos representa como colombianos? ¿Cuál considera que sería?

Respuesta

Para los encuestados esta pregunta es una invitación para que propongan un símbolo nuevo el cual no está en el listado; con esto hay que tener en cuenta que aquellos que proponen estos símbolos viven en Bogotá y la encuesta fue desarrollada en Bogotá a diferencia de la encuesta de la revista Semana la cual fue desarrollada internacionalmente dando como resultado símbolos con los cuales tenemos mayor contacto como Monserrate y Transmilenio.

(Tabla N° 5)

Conclusiones

A través de los años la sociedad ha sido influenciada por símbolos e iconos representativos de Colombia, los cuales llevan consigo un ideal o la representación de una tradición.

Hoy en día estas se han ido perdiendo, ya que la globalización y los medios sobrepone una cultura ajena.

Según las encuestas entre los 50 símbolos los más destacados están: la Sierra Nevada de Santa Marta, la hormiga culona, entre otros; esto se tomará como base para realizar la intervención de las piezas gráficas finales.

Los símbolos populares colombianos cambian de importancia a través del tiempo, perdiendo parte de nuestra cultura gracias a la intervención de los medios de comunicación los cuales son internet y la televisión satelital.

Cada símbolo es recordado por la sociedad según la sensación que produce: sabor, aroma, fe, aceptación; haciendo que queden en la memoria de las personas por medio de las imágenes que las distinguen, esto genera el recuerdo de esas sensaciones, debido a que las personas se sienten parte de algo.

Con una buena selección de objetos de uso diario, mezclándolos con los símbolos populares colombianos, se logra generar un producto bastante bueno para generar la pieza gráfica.

Los símbolos colombianos están ligados con el lugar de origen de las personas o con aquellas experiencias que pudieron haber tenido en su vida.

El interés de este proyecto no es hacer una investigación profunda frente a que símbolos recuerdan o no recuerda, los colombianos, sino el aporte gráfico que le vamos a proporcionar a la identidad colombiana, entregando una propuesta altamente atractiva para los jóvenes.

Bibliografía

- Norman D. A. 2004. El Diseño Emocional. Barcelona España: Paidós.
- Nussbaum M.C. 1996. Los límites del patriotismo – identidad, pertenencia y ciudadanía mundial. Barcelona España: Paidós.
- Editor del especial Báez J. publicación especial Revista Semana (2006) Símbolos Colombianos, edición No.1260 pp. 1-175 ido: ISSN 0121-4837
- Castro S. G. 2000. Althusser, los estudios culturales y concepto de ideología. Edición instituto de estudios sociales y culturales Pensar, de la Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá Colombia.
- Cuevas P. M. 2005. Colonialidad y memoria: a propósito del cuerpo y el lugar. Edición revista Guaca, No 2. Lima Perú.



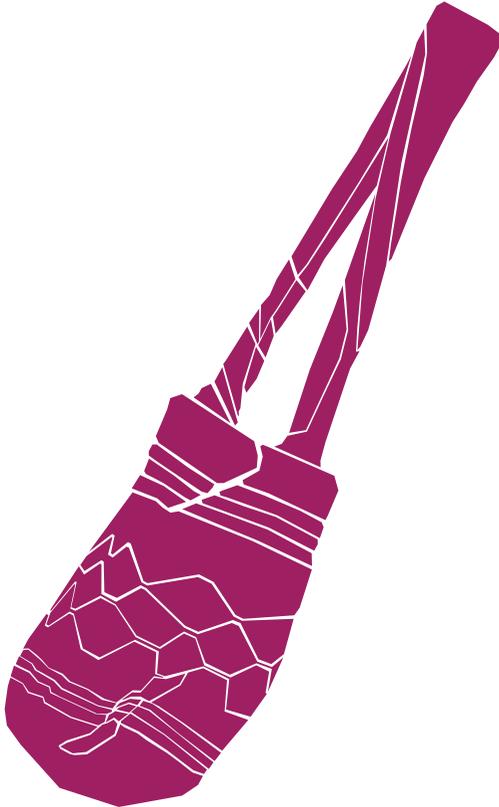
Símbolos Populares Colombianos



El Carriel Paisa

Arrieros somos v en el camino nos encontraremos

Símbolos Populares Colombianos



mochila

El que mucho fía, se queda con la bolsa vacía



Símbolos Populares Colombianos



Ruana

Aunque la mona se vista de seda, mona se queda

Símbolos Populares Colombianos



San Agustín "Águila"

Al buen entendedor, pocas palabras

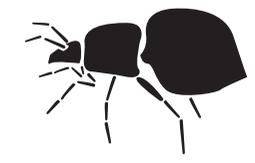


Símbolos Populares Colombianos



Divino niño

¡Pa'las que sean, papá!



Hormiga culona de santander

Tiene más patas que un chance



Símbolos Populares Colombianos



Cafe de Colombia

¡Pero, comete algoito!

Símbolos Populares Colombianos

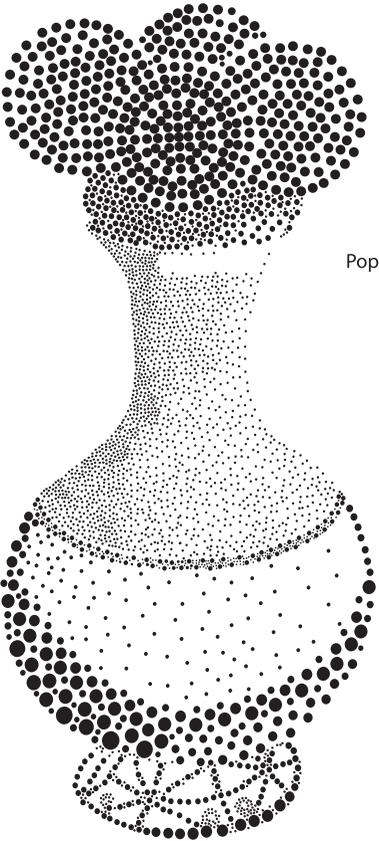


aguardiente

Come y bebe,
que la vida es breve.



Símbolos Populares Colombianos



Poporo

Aquellos son ricos que tienen amigos

Símbolos Populares Colombianos



Sagrado Corazón

Le cuento el milagro, pero no el santo.

