

La Luz que nos une



Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual

*Fortalecimiento de la Identidad Cultural de
Candelaria, Valle del Cauca*



Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual

Marlen Alejandra Gamboa Castillo

Estudiante de Diseño de Comunicación Visual

Énfasis en Identidad Corporativa & Marca

Director: Fernando Arboleda

2024-2





Agradecimientos

“Ruega Oh Madre por nosotros, Virgen de la Candelaria”

Deseo comenzar este documento agradeciendo a **Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo** por acompañarme en este proceso. A la **Santísima Virgen de la Candelaria**, por ser mi luz en este camino, que ha sido retador pero profundamente enriquecedor.

Agradezco a mi familia, especialmente a **mi mamá Alejandra, mi abuela Marlene y mi hermanito Juan Pablo**, por ser el apoyo fundamental, tanto logístico como emocional y económico, en cada etapa de mi vida universitaria.

A **mi abuelo Jairo, a mis tíos Daniel y Marcelo, a mis tías Sully y Consuelo, y a mis primos Daniel y Abby**, quienes me han brindado su cariño, apoyo y compañía para explorar y amar nuestro bello municipio.

A **mi mamá**, le agradezco por dar lo mejor de sí desde el primer momento, para que hoy pudiera recibir la mejor educación que ella soñó para mí. Gracias por ser mi ejemplo de amor y resiliencia.

A **mi abuela Marlene**, quien dedicó 47 años de su vida a educar a los candelareños y a educarme a mí con amor, dibujos y letras. A **mi abuelo Jairo**, por alentarme a ser líder, a servir a nuestro municipio, a levantar la voz ante las injusticias y a mantenerme fiel a mis valores.

A mi **papá Luis Ernesto, mi abuelo Isaías y mi tío Isaías**, quienes han sido mi inspiración artística y me inculcaron el amor por el arte, la historia y la escritura. **Especialmente a mi tío Isaías Gamboa Holguín**, por su disposición incondicional para responder mis pregun-

tas y compartir conmigo su admirable conocimiento. Siendo hoy el experto aliado de mi proyecto.

Mi familia es mi pilar y también mi principal motor en este proyecto, porque ellos, desde que niña, me han enseñado la importancia de preocuparnos por nuestro territorio, por nuestra comunidad y de participar activamente en iniciativas que los beneficien.

Agradezco a mis docentes, especialmente a mi director de proyecto, **Fernando Arboleda**, a quien recuerdo con gran cariño por ser el primer profesor que creyó en mí y me alentó a seguir el camino del diseño de comunicación visual. Gracias por tu confianza y por la sonrisa de orgullo que reflejaste en mi trabajo; esto es fruto de los cuatro años en los que fuiste **la luz que me guía**. Me siento honrada de haber sido tu asesorada y de todo lo que hemos logrado en materia social a través de este proyecto.

A mis compañeros, quienes me acompañaron durante este proceso, les agradezco de corazón. Especialmente a **Diana Franco**, quien estuvo conmigo días y madrugadas, siendo mi apoyo académico y emocional. Crecimos juntas, tanto en lo personal como en lo profesional. Este logro también es tuyo.

A **la población candelareña**, gracias por abrirme las puertas de sus casas, fincas y negocios. Mi agradecimiento especial a la **concejala Liss Burgos** por su apoyo como pieza clave en la construcción de la red de contactos necesaria para este proyecto; a **Francia Johana** y a cada comerciante que nos recibió en **la Comunidad**

Campestre; a **los habitantes del Arenal** que nos acogieron en sus hogares; y a **mi tío Fernando**, por ayudarnos en los recorridos por **Buchitolo y Villagorgona**. Gracias a cada persona que contribuyó con su tiempo y disposición.

Mil gracias a **la Institución Educativa Nuestra Señora de la Candelaria**, que me acogió desde niña sin ser su estudiante. Hoy me llena de felicidad haber podido aportar en la formación de sus alumnos, dotándolos de herramientas de diseño que incentiven el amor y la preocupación por su territorio. También **agradezco profundamente a los 17 estudiantes de grados 10 y 11 con quienes trabajamos en talleres de co-creación, en los que aprendimos, crecimos y disfrutamos juntos**.

Agradezco también al equipo que colaboró en la producción de este proyecto: al **Centro de Impresión Grupo Gráfico y al centro de sublimado en Petecuy**.

Finalmente, **agradezco a cada persona que estuvo presente durante este camino**, aunque por diversos motivos se me escape aquí. **Creo firmemente que todas las personas que llegan a nuestras vidas son aprendizajes y que Dios pone ángeles en nuestro camino**.

Gracias, Dios, por regalarme dones y oportunidades para aportar a mi comunidad.



Planteamiento

*“Cuna de artistas,
poetas y pintores,
músicos nobles, de
místico placer,
y deportistas; que
nos colman de
honorés,
seres de numen nos
dan a conocer.”*

—Isaías Gamboa Holguín
(Himno de Candelaria)



Introducción

Candelaria, municipio ubicado en el sur del Valle del Cauca, es una tierra con un vasto patrimonio cultural e intangible. Como lo evoca el himno de Isaías Gamboa Holguín, este lugar ha sido cuna de talentosos artistas, músicos, poetas y deportistas que han llevado su nombre más allá de las fronteras regionales. Históricamente, Candelaria se destacó como un epicentro cultural, reconocido por su aporte al desarrollo de la salsa como expresión artística y por ser hogar de destacados bailarines y músicos que brillaron en la escena internacional.

Sin embargo, en las últimas décadas, **el municipio ha enfrentado un deterioro en el sentido de pertenencia de su comunidad**, un fenómeno agravado por el declive del emblemático corregimiento de Juanchito. Factores como la falta de inversión estatal, el crecimiento poblacional desorganizado, la migración desde Cali y la apatía de las nuevas generaciones hacia las tradiciones locales han contribuido a la pérdida de identidad cultural en el territorio.

El arraigo al territorio no solo es un vínculo emocional con el lugar que habitamos, sino también un elemento esencial que define nues-

tra identidad colectiva y fortalece el tejido social. Cuando las personas se sienten conectadas con su comunidad, desarrollan un compromiso activo con la preservación de su patrimonio, tradiciones y cultura. Por el contrario, la falta de sentido de pertenencia fragmenta a las comunidades, debilita sus raíces culturales y dificulta su capacidad para proyectarse al exterior.

Para Candelaria, revitalizar este sentido de pertenencia no solo representa una oportunidad de rescatar su rica herencia cultural, sino también de fomentar el desarrollo sostenible y el turismo cultural.

Este proyecto surge como “una carta de amor” hacia mi municipio, desde el profundo reconocimiento de la importancia de arraigar en las personas el sentido de pertenencia por el lugar que habitan. Asimismo, busca honrar y preservar las tradiciones y vivencias transmitidas por nuestros ancestros, quienes dieron forma a la identidad de Candelaria. Esta iniciativa pretende ser un paso hacia la revitalización de su cultura, promoviendo **el fortalecimiento de su identidad como un atractivo turístico, histórico y cultural** que merece ser reconocido y valorado.

Justificación

Fortalecer la identidad de los territorios es una tarea crucial en un mundo donde las comunidades enfrentan constantes desafíos para preservar sus valores y tradiciones culturales. **Una identidad consolidada no solo fomenta la cohesión social dentro de un territorio, sino que también mejora su percepción externa, atrayendo turismo, inversión y oportunidades de desarrollo.**

En Candelaria, la pérdida del sentido de pertenencia es un problema significativo que afecta tanto a su comunidad como a su proyección cultural. Aunque el municipio cuenta con una riqueza cultural notable —desde su música y danza hasta su gastronomía—, las dinámicas sociales y económicas actuales han debilitado el vínculo emocional de los habitantes con su territorio. **La falta de inversión en infraestructura cultural, la migración masiva y el desinterés de las nuevas generaciones han contribuido a la desconexión con las raíces culturales de Candelaria.**

A nivel regional, **no se han llevado a cabo investigaciones exhaustivas que analicen esta pérdida de identidad y sentido de pertenencia.** Esto

presenta un desafío, pero también una oportunidad: la posibilidad de explorar soluciones innovadoras que impulsen la reconexión de los habitantes con su cultura y sus tradiciones. Aquí, **el diseño de comunicación visual se convierte en una herramienta poderosa, capaz de facilitar procesos de co-creación, reflexionar sobre la identidad local y construir un sentido renovado de pertenencia.**

Como señala Cepeda Ortega (2018), una identidad cultural sólida permite que las comunidades se diferencien, fomenten un sentido de pertenencia y proyecten su riqueza cultural al mundo, contribuyendo al desarrollo local. Es decir que, además de impactar a los residentes, la falta de identidad cultural tiene repercusiones en la percepción externa del municipio. Una comunidad desconectada de su cultura tiene dificultades para proyectar sus riquezas al exterior, lo que limita el potencial de desarrollo turístico y económico. Fortalecer **la identidad cultural no es solo una necesidad interna, sino un medio para reconfigurar la narrativa externa de Candelaria, posicionándola como un destino atractivo y auténtico, contribuyendo a su desarrollo sostenible.**



**“Los Candelareños
hemos perdido
la capacidad de
asombro”**

(Norberto, mayordomo)








Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una estrategia experiencial para el fortalecimiento de la identidad de Candelaria Valle como atractivo turístico, histórico y cultural.

Objetivos específicos

-  **Identificar** los elementos culturales, históricos y sociales que conforman la identidad de Candelaria, Valle del Cauca.
-  **Conocer** la percepción de los residentes y visitantes sobre la identidad cultural de Candelaria, identificando puntos de vista comunes, diferencias y áreas de oportunidad para el fortalecimiento del turismo.
-  **Configurar** un sistema de diseño de comunicación visual que integre las tradiciones culturales de Candelaria con las nuevas propuestas de residentes y visitantes para generar espacios en los que se preserve el patrimonio intangible.

Experto Temático

LANZAMIENTO

LIBRO
ERNESTINA MARTÍNEZ
UNA SANTA ENTRE NOSOTROS
ISAÍAS GAMBOA HOLGUÍN
(MARTÍN)

VIERNES 19
febrero de 2021
6:00 p.m.

f LIVE Alcaldía de Candelaria

Historiador, abogado y artista candelareño

WWW.CANDELARIA-VALLE.GOV.CO
CASA CULTURA LEGADO FOLKLOR MESA
CON EXPERIENCIA AVANZAMOS
MUNICIPIO DE CANDELARIA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE

Isaiás Gamboa Holguín (Martín)

Un aliado clave para este proyecto es el historiador, licenciado en Ciencias Sociales, pintor, folclorista, poeta y escritor Isaiás Gamboa Holguín, **destacado por su compromiso con la recopilación y preservación de la historia de Candelaria.**

Gamboa es ampliamente reconocido como el autor de la letra del himno de Candelaria, un símbolo emblemático de la identidad cultural del municipio.

Su labor como historiador lo ha llevado a publicar obras fundamentales para la documentación de la historia candelareña como “**Candelaria 1950-1990**” y “**Municipio de Candearia: Del puente para acá**” (investigación en colaboración con Walter Moreno e Isaiás Gamboa Martínez).

Estos textos constituyen valiosas referencias sobre el patrimonio histórico del municipio.

Además de su contribución histórica, ha enriquecido la cultura del municipio a través de obras literarias como su reciente lanzamiento “**Los cuentos del abuelo**”. Este libro, enmarcado en el género narrativo, busca **preservar la tradición oral** de diversas partes de Candelaria, conectando a las nuevas generaciones con el legado cultural de sus antecesores.

La experiencia y el conocimiento de Isaiás Gamboa Holguín **lo convierten en un actor esencial para el éxito de este proyecto, aportando una perspectiva integral que combina la historia, la literatura y el arte como herramientas para fortalecer la identidad cultural de Candelaria.**



Usuario Validador

El usuario validador del proyecto son **los habitantes del municipio de Candelaria, Valle del Cauca**, quienes encarnan **la diversidad, riqueza cultural y desafíos del territorio**. Los candelareños son la esencia de la identidad que este proyecto busca fortalecer, ya que sus vivencias, tradiciones y perspectivas constituyen el fundamento del arraigo territorial y cultural del municipio.

Diversidad Sociocultural

Los candelareños son una comunidad diversa, **enriquecida por la migración de grandes poblaciones provenientes de Nariño y el Cauca**. Estos **grupos han aportado sus tradiciones y saberes**, ampliando la riqueza cultural del municipio y transformándolo en un espacio de intercambio y mestizaje cultural.

Conexión Cultural y Territorial

Si bien los niveles de arraigo varían, **los candelareños comparten una herencia cultural que incluye música, danza, gastronomía y narrativas orales transmitidas a lo largo de generaciones**. Este patrimonio colectivo es un recurso invaluable para revitalizar el sentido de pertenencia y proyectar una imagen más positiva del municipio.



Expectativas y Percepción del Desarrollo

Mientras algunos sectores demandan mayor inversión y atención estatal para superar el rezago histórico, otros perciben oportunidades de desarrollo ligadas al turismo, la economía local y el fortalecimiento cultural. **La segmentación entre los candelareños desmotivados y optimistas refleja la disparidad en las condiciones de vida y en la visión de futuro del municipio**.

Mapas de empatía

Candelareño Desmotivado

Este grupo se encuentra principalmente en zonas más descuidadas a nivel estatal. Las personas de estas áreas suelen estar desmotivadas debido a la falta de oportunidades y desarrollo, lo que ha generado una percepción negativa sobre el futuro del municipio. No ven posibilidades claras de expansión o mejora, lo que debilita su sentido de pertenencia y conexión con el territorio.



Entornos

Los candelareños desmotivados habitan en zonas más vulnerables de Candelaria, como la cabecera municipal y corregimientos como El Arenal y El Lauro. Estos sectores han experimentado una **falta de inversión estatal y desarrollo**, lo que ha llevado a la degradación de infraestructuras y servicios básicos. Las áreas rurales y periféricas de Candelaria, donde los recursos son limitados, también están **marcadas por la falta de conectividad y oportunidades para la comunidad**.

Necesidades

Infraestructura y servicios básicos: Mejoras en las condiciones de las viviendas, carreteras, escuelas y centros de salud.

Oportunidades laborales y educativas: Creación de empleos, capacitación y apoyo para emprendimientos locales, así como mayores oportunidades de educación.

Atención estatal y proyectos comunitarios: Necesitan mayor inversión por parte de las autoridades municipales y regionales, para mejorar la calidad de vida y el desarrollo del territorio.

Estilo de vida

Está marcado por la precariedad económica. **Muchos dependen de trabajos informales o de la agricultura para su sustento**, y el acceso a servicios como salud y educación es limitado. Las condiciones de vida son sencillas y, en muchos casos, **las personas se ven obligadas a migrar a otras zonas en busca de mejores oportunidades**.

Motivaciones y metas

Supervivencia y estabilidad: La principal motivación de este grupo es alcanzar un nivel mínimo de estabilidad económica y social.

Cambio de perspectiva y mejora de calidad de vida: A pesar de la desmotivación general, muchos anhelan que Candelaria pueda crecer.

Recuperación del sentido de comunidad: Buscan recuperar el orgullo por su territorio y por sus tradiciones, aunque sienten que esto es cada vez más difícil debido a la falta de apoyo.

Frustraciones y desafíos

Falta de apoyo gubernamental: La falta de inversión y el abandono estatal generan una sensación de desesperanza y desconfianza en las autoridades.

Pobreza y falta de oportunidades: El desempleo, la falta de acceso a educación de calidad y las bajas oportunidades de emprendimiento limitan el desarrollo personal y colectivo.

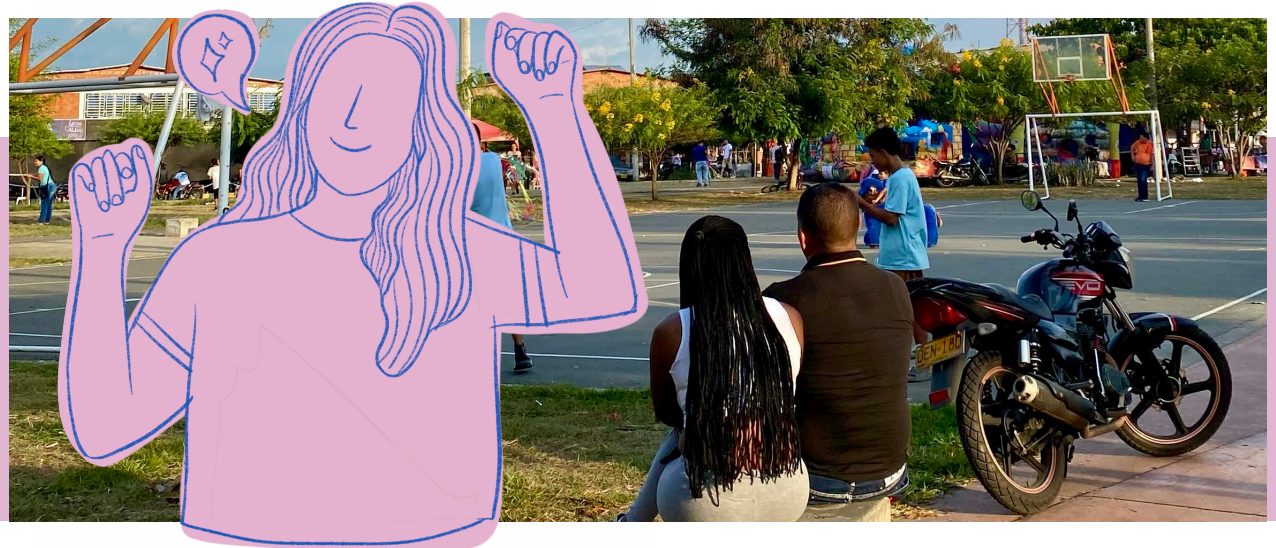
Desconexión cultural: La pérdida de identidad y el desinterés por las tradiciones locales hacen que la comunidad se sienta cada vez más alejada de su patrimonio cultural.

Fuga de talentos y jóvenes: La emigración de jóvenes hacia la ciudad en busca de mejores oportunidades afecta negativamente el futuro de Candelaria.

Mapas de empatía

Candelareño Optimista

Este perfil se concentra en **zonas que han experimentado mayor desarrollo económico y habitacional**. Este grupo suele sentirse satisfecho con su calidad de vida en Candelaria, valorando la comodidad que ofrece en comparación con Cali. Además, ven en el municipio un lugar prometedor para el crecimiento familiar y comercial. Sin embargo, no se sienten muy identificados con las tradiciones del municipio.



Entornos

Viven en zonas de mayor desarrollo económico y urbano, como los corregimientos de Villagorgona y el centro poblado Comunidad Campestre. Estas áreas han experimentado un crecimiento en infraestructura, con mejoras en viviendas, calles y servicios públicos. **La presencia de personas de fuera, principalmente de Cali, ha impulsado la construcción de nuevos hogares y negocios, creando un entorno más dinámico y atractivo para los residentes.**

Necesidades

Desarrollo económico y comercial: Necesitan apoyo para consolidar y expandir sus negocios, mejorar la competitividad local y atraer más visitantes o inversionistas.

Mejora en la calidad de vida: Aunque estas zonas son más prósperas, los candelareños optimistas aún buscan una mayor oferta de servicios, como centros educativos de calidad, atención médica más accesible y mayores opciones recreativas.

Estilo de vida

Disfrutan de un estilo de vida más moderno y confortable. Muchos tienen acceso a una mejor calidad de vivienda, servicios y educación. Están activos en negocios locales y el comercio, la mayoría trabajan en la ciudad de Cali. **Su estilo de vida es más urbano y, en general, están más conectados con las tendencias comerciales y de consumo, por ende, no se sienten identificados con las tradiciones candelareñas.**

Motivaciones y metas

Progreso y expansión: Buscan mantener y mejorar su calidad de vida, expandir sus negocios y ver crecer la economía local.

Reconocimiento y orgullo territorial: Los candelareños optimistas se sienten felices de vivir en el municipio, pero desean sentirse reconocidos y parte de la identidad de Candelaria.

Frustraciones y desafíos

Desigualdad entre zonas: Aunque disfrutan de una mejor calidad de vida, los candelareños optimistas se enfrentan a la desigualdad en el desarrollo entre las zonas de Candelaria. La falta de cohesión y las disparidades entre las comunidades más ricas y las más empobrecidas generan tensiones.

Falta de apoyo institucional: A pesar de los avances en ciertas áreas, algunos siguen enfrentando la falta de apoyo efectivo de las instituciones locales para continuar con sus proyectos de desarrollo o mejorar los servicios públicos.

Percepción negativa de los “desmotivados”: La disparidad entre los candelareños optimistas y los desmotivados puede generar fricciones sociales, ya que algunos sienten que no se valora suficientemente el esfuerzo y el cambio positivo logrado en sus áreas.

Usuario Objetivo

Los jóvenes de la **Institución Educativa Nuestra Señora de la Candelaria** representan un perfil clave en el proyecto debido a su influencia directa en la preservación y transmisión de la identidad cultural y social de Candelaria. Aunque este grupo es parte de la población de Candelaria, su rol como usuario objetivo tiene una importancia particular por su **cercanía al sistema educativo, su potencial como agentes de cambio y su conexión con las tradiciones locales.**



Mapa de empatía

Estudiantes de grado 10-11

Entornos

Los estudiantes tienen entre **15 y 17 años y están en grados 10 y 11 de bachillerato**. Vienen de diferentes zonas del municipio, incluyendo corregimientos y veredas como “El Otoño”. Además, algunos provienen de Venezuela, lo que aporta una rica diversidad cultural dentro de este grupo. Viven en un entorno donde las oportunidades educativas son limitadas, particularmente cuando se trata de acceder a educación superior de calidad, lo que les obliga a desplazarse a otras ciudades para continuar con sus estudios. **La falta de opciones educativas cercanas genera un entorno de incertidumbre y preocupación sobre su futuro académico y profesional.**

Necesidades

Acceso a una educación superior de calidad: En Candelaria no existen instituciones que ofrezcan carreras universitarias. Esto obliga a los jóvenes a salir del municipio, lo que representa un desafío tanto logístico como económico.

Falta de oportunidades y deseo de contribuir a la comunidad: Se enfrentan a la falta de oportunidades dentro del municipio y sienten presión por contribuir al desarrollo de Candelaria mientras exploran sus opciones educativas fuera.

Estilo de vida

A pesar de las limitaciones, son activos en su vida cultural, deportiva y científica. **Participan en diversas actividades que enriquecen su entorno y fomentan sus habilidades creativas y manuales.** Son jóvenes muy conectados con la tecnología y están atentos a las tendencias tanto culturales como digitales. Viven en una comunidad que valora la tradición y la cultura, pero también se interesan por el futuro y la modernización de su municipio. **Muchos de ellos son emprendedores y tienen aspiraciones de mejorar tanto su vida como la de su comunidad mediante el conocimiento y las habilidades que adquieran.**

Motivaciones y metas

Están motivados por el deseo de recibir una educación que les permita desarrollar sus habilidades y aplicar ese conocimiento para contribuir al desarrollo de su comunidad. **Quieren ser agentes de cambio, no solo dentro de Candelaria, sino también en el ámbito más amplio, llevando las tradiciones y la cultura local a otras ciudades.** Su meta principal es obtener una educación superior que les permita acceder a mejores oportunidades laborales y así mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Además, buscan ser un ejemplo para otros jóvenes del municipio, demostrando que, a pesar de los obstáculos, se puede avanzar y alcanzar el éxito.

Frustraciones y desafíos

La falta de acceso a educación superior en Candelaria es uno de los mayores obstáculos, ya que esto implica desplazarse a otras ciudades, lo cual no solo es costoso, sino también emocionalmente desafiante, pues deben adaptarse a nuevos entornos lejos de su familia y su comunidad. **Además, muchos sienten que sus esfuerzos no son suficientemente apoyados por el municipio o por las instituciones educativas locales, lo que agrava su sensación de desconexión y falta de oportunidades.** La competencia para acceder a recursos educativos y el temor de no tener los medios suficientes para continuar sus estudios son frustraciones recurrentes.



Marco de Referencia

Identidad Cultural

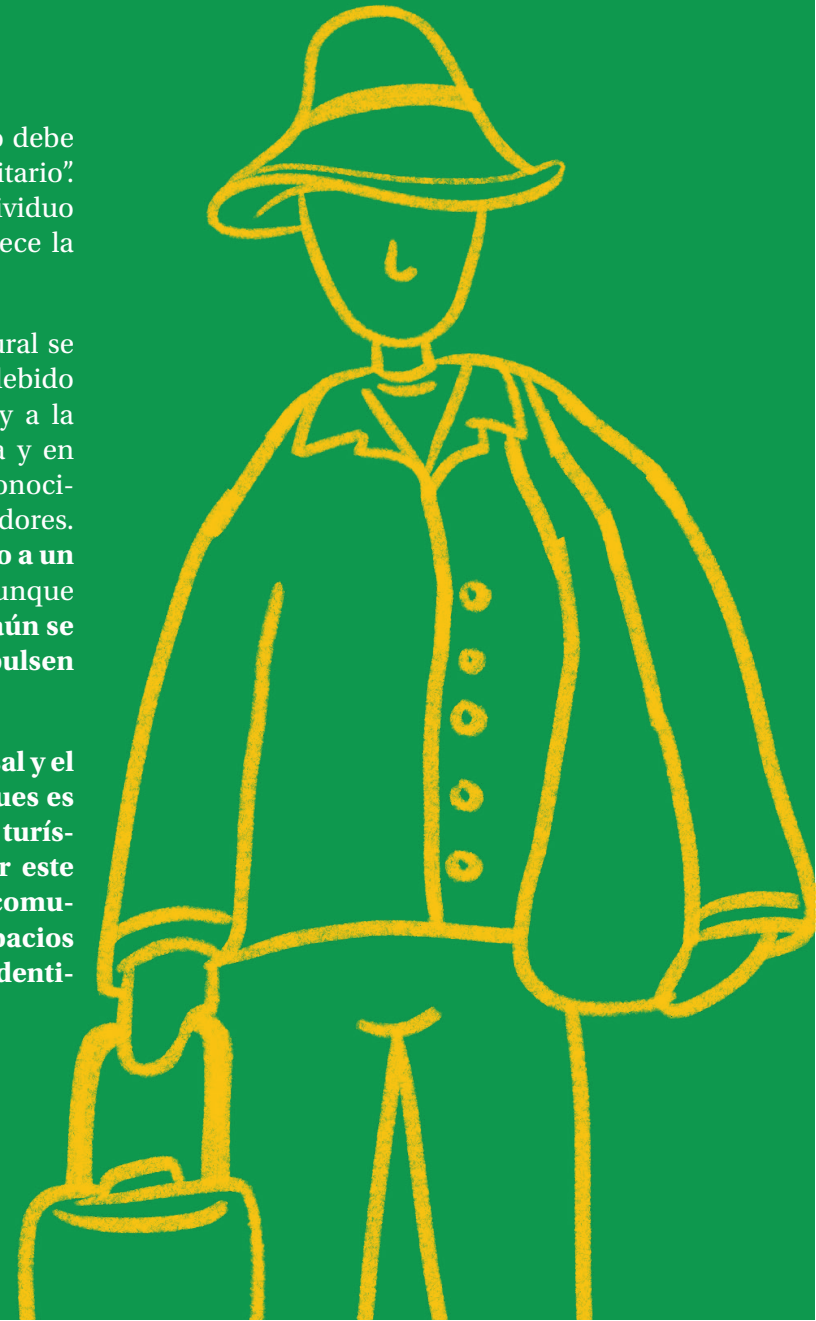
De acuerdo con Cepeda (2018), para definir la “identidad” es fundamental abordar primero el concepto de **“patrimonio inmaterial”**, que incluye no solo los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, sino también los objetos y espacios inherentes a las comunidades, reconocidos por estas como parte integral de su cultura. En este sentido, **el patrimonio se define como un eje central en la construcción de la identidad cultural, lo que resalta la importancia de las tradiciones y festividades como elementos fundamentales para una comunidad.** En la actualidad, donde la diferenciación en el mercado y el arraigo a un territorio son esenciales, las comunidades se aferran a estos elementos distintivos.

Según Cepeda (2018), la **“identidad cultural” se entiende como el conjunto de costumbres, tradiciones y otras manifestaciones que una comunidad desarrolla para crecer y perdurar en el tiempo.** Así, la identidad de un lugar está intrínsecamente vinculada a su evolución. Aunque la identidad cultural está relacionada con el sentido de pertenencia a una comunidad, donde los integrantes comparten características únicas que los

hacen reconocibles, el autor destaca que no debe confundirse con el “sentimiento comunitario”. Este último hace referencia a cómo cada individuo experimenta y vive su cultura, lo que favorece la unión y estabilidad del grupo.

En el caso de Candelaria, la identidad cultural se ha ido diluyendo a lo largo del tiempo, debido al crecimiento poblacional desorganizado y a la falta de inversión estatal en infraestructura y en la creación de espacios que conserven los conocimientos y prácticas ancestrales de los pobladores. Como resultado, **la identidad se ha reducido a un mero “sentimiento comunitario”**, ya que, aunque cada habitante vive la cultura a su manera, **aún se carece de movimientos colectivos que impulsen o busquen conservar estas prácticas.**

El concepto de identidad es el eje transversal y el norte de este proyecto de investigación, pues es fácil desviarse hacia aspectos meramente turísticos; sin embargo, **no es posible abordar este campo sin antes promover un proceso comunitario de autoreconocimiento y crear espacios que permitan a Candelaria fortalecer su identidad cultural.**



Turismo Cultural

El turismo cultural ha evolucionado de ser un nicho exclusivo centrado en el patrimonio tangible a convertirse en **un fenómeno masivo que abarca tanto el legado material como el inmaterial**, estableciendo una conexión más profunda entre los turistas y las comunidades locales. **A medida que las sociedades se globalizan, la construcción de la imagen de un destino turístico se ha vuelto un proceso complejo y dinámico, en el que la comunicación y el marketing juegan un papel crucial.**

Según Espeso-Molinero (2022), la construcción colectiva de la imagen turística es esencial, ya que **las acciones comunicativas y la participación activa de las comunidades locales son clave para proyectar una imagen auténtica y atractiva del destino.** Sin embargo, este proceso enfrenta desafíos, ya que la imagen de un lugar está frecuentemente influenciada por percepciones históricas y culturales que pueden ser difíciles de modificar, incluso con esfuerzos promocionales significativos. Un ejemplo de esto es la Serra da Estrela en Portugal, donde, a pesar de los intentos por diversificar su imagen más allá de un destino de invierno, persiste la percepción tradicional entre los turistas.

Esto subraya la necesidad de desarrollar **estrategias de marketing y comunicación que no solo promuevan los atractivos tangibles, sino que también generen una conexión emocional con los visitantes, co-creando experiencias que se alineen con sus expectativas y valores personales** (Espeso-Molinero, 2022).

La importancia del componente afectivo en la construcción de la imagen turística es cada vez más evidente. **Los turistas actuales no solo buscan consumir cultura, sino también ser parte de su creación. Esto se refleja en la tendencia del “consumo omnívoro”,** donde se combinan actividades tradicionales con experiencias de cultura popular, como ferias y conciertos, creando experiencias turísticas personalizadas y significativas (Richards, 2014).

Por ello, la construcción de la imagen turística debe ser inclusiva, considerando las diversas perspectivas de los visitantes y las identidades locales, que también se ven influenciadas por estas representaciones. Este enfoque **no solo favorece la satisfacción del turista, sino que también promueve**

la sostenibilidad cultural al preservar las tradiciones y valores que hacen único a un destino (Espeso-Molinero, 2022).

Si bien, como se ha señalado, hablar de turismo en Candelaria es actualmente complejo debido a diversas problemáticas, **es fundamental tener presente el concepto de turismo cultural, ya que puede convertirse en un agente transformador clave para el municipio.** Este tipo de turismo puede servir como un segundo paso hacia la atracción de inversionistas, empresarios y turistas, lo que potencialmente traería grandes inversiones y un desarrollo sostenible para Candelaria. Para lograrlo, **es necesario recuperar y destacar la identidad cultural local, especialmente al recordar su importante aporte histórico,** como la cuna de la rumba y la salsa.

De este modo, el turismo cultural podría convertirse en una vía para revitalizar y consolidar la identidad cultural de Candelaria, permitiendo que la comunidad no solo preserve su legado, sino que también lo comparta con el país de manera respetuosa y enriquecedora.



Moodboard realizado por la estudiante Carolina Ortiz

El Diseño como Agente de Transformación Cultural

El diseño, como disciplina orientada a la resolución creativa de problemas, tiene un papel clave en la reinterpretación y proyección de la identidad cultural. En Candelaria, el diseño puede actuar como un puente entre la tradición y la innovación, traduciendo los elementos culturales del municipio en experiencias visuales y sensoriales que atraigan tanto a visitantes como a residentes. Por ejemplo, la creación de identidades visuales coherentes y atractivas puede fortalecer la percepción externa del territorio y destacar su riqueza cultural (Blanco & López, 2019).

Más allá de su impacto estético, **el diseño debe ser**

entendido como un proceso participativo que involucre a la comunidad en la cocreación de soluciones. Este enfoque no solo asegura que los productos y servicios diseñados sean auténticos, sino que también fomenta un sentido de pertenencia entre los habitantes. De esta manera, **el diseño puede contribuir no solo a la promoción turística, sino también a la cohesión social y al empoderamiento comunitario.** La transformación cultural, por tanto, **no radica únicamente en lo visual, sino en cómo estas representaciones impactan las dinámicas sociales y económicas del territorio.**



Foto tomada del archivo fotográfico de Marco Tulio Olave

Candelaria: Historia y Cultura

La Virgen de la Candelaria

Candelaria es un municipio ubicado en el sur del Valle del Cauca, con una historia que se aproxima a los 500 años. Isaías Gamboa Holguín y Walter Humberto Moreno Gómez (1996) el municipio se originó como unas tierras asignadas a una familia española, quienes trajeron consigo la tradición de la Virgen de la Candelaria desde su país de origen.

Debido a la falta de registros históricos sobre la fundación del municipio, se cree que fue esta

tradición la que inspiró el nombre de este lugar que, con el tiempo se transformó en el municipio de Candelaria.

Hace más de 100 años, sus pobladores decidieron instaurar la procesión de la Virgen de la Candelaria, tradición más emblemática del municipio. Esta consiste en un recorrido por las calles de la cabecera municipal con la imagen de la Virgen, adornada con una temática bíblica diferente cada año. La procesión se lleva a cabo desde tiempos en que las calles eran empolvadas, y los habitantes del municipio viajaban durante días y

noches a pie o a caballo para llegar antes del 2 de febrero, con el fin de celebrar esta fiesta en familia y con amigos.

Hoy en día, la tradición sigue siendo un emblema y símbolo de identidad para los candelareños. Aunque tiene un origen católico, la Virgen de la Candelaria representa para los habitantes del municipio un signo de orgullo y pertenencia.

Así mismo, la vela que Ella porta en sus manos es vista como un símbolo de luz, guía y protección para los habitantes del pueblo.



Mezcla de culturas

La historia de Candelaria está estrechamente vinculada con la actividad agrícola, especialmente con la caña de azúcar, que ha dejado una huella profunda tanto en su paisaje como en la estructura social de la comunidad. Sin embargo, este proceso no ha estado exento de desafíos, como la degradación ambiental derivada del monocultivo. Según Campo González (2017), **la industrialización agrícola no solo ha alterado el ecosistema local, sino también la relación de las personas con su entorno.**

A lo largo de este proceso de transformación agrícola, Candelaria experimentó también cambios significativos en su demografía y estructura social. Como señala la autora, este fenómeno **propició una migración masiva de personas originarias de los departamentos de Nariño y Cauca**, quienes se desplazaron hacia el municipio en busca de las oportunidades laborales y la estabilidad que ofrecían los ingenios azucareros. Estos ingenios brindaban trabajo a los campesinos, especialmente en actividades como el cultivo, corte y transformación de la caña de azúcar, una alternativa que no estaba disponible en sus tierras de origen. Esta

migración contribuyó al mestizaje cultural y social de la región, haciendo de Candelaria un punto de encuentro de distintas tradiciones y costumbres.

Actualmente, el municipio sigue siendo un **crisol cultural**, que, además de sus paisajes verdes, ha preservado y adaptado tradiciones como **los carnavales de blancos y negros** (una festividad que actualmente se ha perdido), **el juego de chaza** (deporte típico de Nariño) y **los ritmos musicales propios de los departamentos de Cauca y Nariño**. Además, la construcción de un templete en honor a la **Virgen de las Lajas**, tradición nariñense, simboliza el entrelazamiento de las culturas que han influido en la identidad local.

Aunque la bonanza de la caña de azúcar ya no persiste, **Candelaria sigue siendo un lugar de acogida para personas provenientes de diversas zonas del sur del Valle del Cauca (especialmente la ciudad de Cali) y los departamentos vecinos**, quienes buscan nuevas oportunidades de obtener casa propia en proyectos de vivienda social, lo que les beneficia en temas económicos y un ambiente tranquilo.



Metodología

"Luz que nos Une"

(Design Thinking + DCU)



Despertar la luz

**Empatizar con la
comunidad**

Entrevista semi-
estructurada

Focus group

Observación
participante

Capturar la esencia

**Definir el
problema**

Revisión documental

Entrevista semi-
estructurada

Benchmarking

Destellos creativos

**Idear en
colaboración**

Talleres de co-
creación

Lluvia de ideas

Moodboard personal

Moodboard
comunitario

Bocetos

Moldear la luz

**Prototipar
soluciones**

Configuración del
sistema de diseño de
comunicación visual

Creación de piezas
gráficas

Revelar su resplandor

Co-Evaluar

Prueba de usuario

Retroalimentación

Métodos y Herramientas

La metodología adoptada en este proyecto, “La luz que nos une”, combina principios de Design Thinking y Diseño Centrado en el Usuario, creando un **enfoque integral que permite iterar y perfeccionar constantemente**. Consta de **cinco etapas**, cada una diseñada **para profundizar en la comprensión de los usuarios y su contexto**, y para garantizar que las soluciones desarrolladas reflejen sus necesidades, aspiraciones y cultura. A continuación, se detallan cada una de las etapas:



Despertar la luz

Esta etapa inicial se centró en generar empatía con los usuarios y comprender el contexto del municipio de Candelaria. **Fue fundamental para establecer una conexión emocional con la comunidad y reconocer las dinámicas sociales, culturales y económicas que los afectan.**

- **Entrevistas semi-estructuradas:** Se dialogó con líderes sociales, emprendedores y comerciantes de diferentes corregimientos para conocer sus perspectivas sobre los retos y oportunidades del municipio. Estas conversaciones permitieron identificar sus valores, preocupaciones y visiones de futuro.

- **Focus groups:** Se realizaron dinámicas grupales con colectivos sociales

para explorar percepciones compartidas, generar debate sobre las problemáticas locales y recopilar ideas sobre cómo fortalecer la identidad cultural de Candelaria.

- **Recorrido por el territorio:** Se visitaron diferentes corregimientos, registrando observaciones sobre sus características únicas, como arquitectura, paisajes y dinámicas de interacción social. Este ejercicio fue clave para entender las diferencias y similitudes entre las diversas zonas del municipio.

Esta fase permitió construir un panorama general del municipio desde múltiples perspectivas, fomentando una comprensión profunda y significativa.



Acceso al
archivo
fotográfico



Acceso
memorias de
las entrevistas

Capturar la esencia

En esta etapa se definieron las problemáticas y necesidades clave basándose en la información recolectada previamente. **Aquí se buscó consolidar datos y ampliar el entendimiento de las raíces culturales y sociales de Candelaria.**

- **Revisión documental:** Se exploraron estudios, informes y proyectos previos relacionados con el fortalecimiento de identidades territoriales. Esto proporcionó un marco teórico y conceptual para guiar el desarrollo del proyecto.

- **Entrevista con el experto aliado:** El historiador y artista Isaías Gamboa Holguín compartió valiosa información sobre la historia, tradiciones y patrimonio intangible del municipio. Su experiencia permitió acceder a conocimientos profundos que no están ampliamente documentados, enriqueciendo significativamente el proyecto.

- **Benchmarking:** Se analizaron casos de éxito en otros municipios de Colombia que han trabajado en proyectos similares, destacando estrategias innovadoras para promover y fortalecer su identidad cultural. Este análisis ofreció inspiración y pautas para adaptar enfoques exitosos al contexto de Candelaria.

Esta etapa permitió capturar la esencia de Candelaria desde una perspectiva informada y contextualizada, sirviendo como base para las fases creativas.



Entrevista: Historiador Isaías Gamboa Holguín



El objetivo principal de la entrevista fue explorar la tradición más emblemática del municipio: la celebración de la Virgen de la Candelaria, su influencia en la identidad del territorio y su impacto en la vida de sus habitantes.

Se abordaron temas clave relacionados con **el origen de esta festividad, su evolución a lo largo del tiempo y su papel como elemento unificador de la comunidad.** Isaías Gamboa destacó cómo **la devoción a la Virgen de la Candelaria no solo da nombre al municipio, sino que también actúa como un símbolo central de su identidad cultural, impregnando las prácticas religiosas, sociales y culturales de sus habitantes.**

Asimismo, se discutió cómo esta tradición ha permeado a la población, generando un sentido de pertenencia y continuidad histórica que trasciende generaciones. **La festividad se describe como un momento de cohesión social, en el que convergen la fe, la música, la danza y otros elementos culturales que reflejan el carácter diverso y dinámico de Candelaria.**

Benchmarking

En el marco del proyecto, se realizó un análisis estratégico enfocado en **identificar mejores prácticas, enfoques innovadores y estrategias de comunicación exitosas de competidores, tanto dentro como fuera del sector turístico y cultural.** Este análisis permite extraer aprendizajes valiosos y detectar oportunidades para fortalecer la identidad cultural y turística de Candelaria.

Crterios de análisis

1. Canales de comunicación: Se busca comprender los canales utilizados por otros actores para llegar a sus audiencias, asegurando una difusión efectiva. Esto incluye redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles, y otros medios digitales y tradicionales.

2. Posicionamiento: Evalúa los elementos que hacen únicos a los competidores y cómo son percibidos en el contexto de la identidad cultural y turística. Este criterio permite identificar enfoques diferenciadores aplicables a Candelaria.

3. Novedad: Analiza la innovación en las estrategias de comunicación para detectar oportunidades de diferenciación que mantengan el interés del público y resalten el carácter distintivo del municipio.

4. Tono de comunicación: Considera cómo el tono empleado por los competidores impacta emocionalmente a las audiencias. Esto ayuda a determinar un enfoque efectivo para resonar con la identidad y el público objetivo de Candelaria.



Cali, Valle del Cauca – “La Capital Mundial de la Salsa”

Canales: Uso activo de redes sociales, sitios web, correo electrónico y publicidad tradicional; sin embargo, su portal web carece de atractivo y funcionalidad.

Posicionamiento: Reconocida internacionalmente por su vida nocturna, la Feria de Cali, y el Festival Petronio Álvarez. Se distingue por su enfoque en la salsa y su cultura vibrante.

Novedad: Experiencias como la Ruta de la Salsa destacan en innovación. Cali también busca diversificar su turismo con enfoques ecológicos y culturales.

Tono: Utiliza un lenguaje alegre, cercano y dinámico, que refleja su cultura juvenil y vibrante.

Benchmarking



Sarmiento, L. (S.f). Flores y la Basílica del Señor de los Milagros [Fotografía]. Recuperado de <https://images.app.goo.gl/PmC3ZFSWJFdkJt6e7>

Buga, Valle del Cauca –

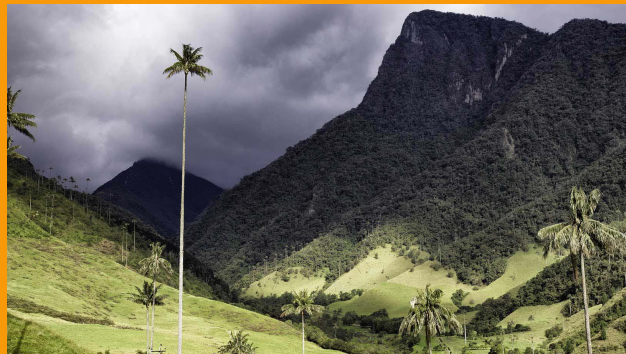
“La Ciudad Señora”:

Canales: Aunque emplea redes sociales y publicidad tradicional, carece de plataformas exclusivas para promoción turística.

Posicionamiento: Reconocida como un destino religioso con la emblemática Basílica del Señor de los Milagros, atrayendo peregrinaciones nacionales e internacionales.

Novedad: Presenta una oferta turística limitada, con oportunidades para diversificar más allá del enfoque religioso.

Tono: Mensajes inspiradores y emotivos, adecuados para un público religioso y culturalmente tradicional.



Boillot, C. (S.f). Valle del Cocora [Fotografía]. Recuperado de <https://colombia.travel/es/salento>

Salento, Quindío –

“Cuna de la Palma de Cera”:

Canales: Redes sociales y el “voz a voz” son esenciales para su promoción. Blogs ministeriales refuerzan su difusión.

Posicionamiento: Famoso por el Valle de Cocora, su arquitectura tradicional y su enfoque ecoturístico.

Novedad: Aunque no es un destino novedoso, su atractivo turístico se mantiene gracias a sus paisajes únicos y oferta cultural diversa.

Tono: Mensajes relajantes y emocionantes, enfocados en el público amante de la naturaleza y la tranquilidad.



Sanint, S. (S.f). Piedra del Peñol [Fotografía]. Recuperado de <https://colombia.travel/es/medellin/guatape-y-piedra-del-peñol>

Guatapé, Antioquia –

“El Pueblo de los Mil Colores”:

Canales: Redes sociales y el “voz a voz” juegan un papel clave, apoyando la interacción directa con los visitantes.

Posicionamiento: Su identidad se centra en la Piedra del Peñol y el embalse, ofreciendo actividades naturales y culturales únicas.

Novedad: Se destaca por su uso estratégico de marketing digital, atrayendo turistas con campañas innovadoras y paisajes únicos.

Tono: Inspirador y relajante, orientado a amantes de la naturaleza y la cultura.

Benchmarking

A través de una matriz de doble entrada, se evaluaron los aspectos más destacados de cada municipio de acuerdo con los criterios establecidos. De este análisis se concluyó que **Cali es la ciudad con mayores aciertos en términos de mantener una identidad sólida, única y coherente**, siendo reconocida como la “Capital Mundial de la Salsa” y utilizando una estrategia comunicativa innovadora y adaptada a diversas audiencias.

Los hallazgos obtenidos ofrecen un marco de referencia para implementar estrategias efectivas en Candelaria, ajustadas a su contexto particular. A continuación, se destacan algunas lecciones clave que pueden aplicarse:

1. Definición de un posicionamiento claro y auténtico: Al igual que Buga con su énfasis en el turismo religioso y Salento con su identidad ecoturística, Candelaria debe capitalizar su tradición más emblemática, la celebración de la Virgen de la Candelaria, como un elemento distintivo. **Este enfoque puede reforzarse con narrativas culturales que conecten emocionalmente a residentes y visitantes.**

2. Innovación en las estrategias de comunicación: Cali y Guatapé han demostrado que **las experiencias diferenciadoras, como la Ruta de la Salsa o los reco-**

	CANALES	POSICIONAMIENTO	NOVEDAD	TONO D. COM.	TOTAL
CALI	5	5	5	5	20
BUGA	2	5	3	3	13
SALENTO	3	5	4	3	15
GUATAPÉ	5	5	5	3	18

rridos en el embalse, generan un impacto positivo en el turismo. Para Candelaria, esto podría traducirse en **la creación de rutas culturales que integren sus elementos históricos, religiosos y naturales, promoviendo una experiencia única para los visitantes.**

3. Uso de un tono de comunicación emocionalmente resonante: Al igual que Salento y Buga, Candelaria debe mantener un **tono de comunicación** que resuene con sus valores culturales y religiosos, pero que también **evoque emociones positivas en su audiencia, generando orgullo en la comunidad local y atrayendo turistas interesados en experiencias auténticas.**

Matriz de doble entrada. Se asignaron calificaciones del 1 al 5 a cada competidor en función de su desempeño en los criterios seleccionados, donde 1 representa desempeño deficiente y 5 un desempeño excelente

Destellos Creativos

En esta fase del proyecto, **se priorizó la participación activa de los estudiantes de la Institución Educativa Nuestra Señora de la Candelaria mediante talleres de co-creación**, denominados “Se el cambio que deseas ver en tu municipio”. Estos talleres **fueron diseñados como un espacio dinámico e inclusivo, donde los estudiantes, como usuarios objetivos, contribuyeron con su creatividad e ingenio al proceso de diseño.**

- Identificación de Requerimientos de Diseño: Se identificaron los principales requerimientos de diseño necesarios para representar la identidad cultural de Candelaria.

- Diseño de la Experiencia de los Talleres: Diseño y planeación de una experiencia que configura espacio seguros para aprender sobre cultura y diseño para el fortalecimiento de la identidad de un territorio

Requerimientos de Diseño

NECESIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO	
Reforzar la identidad cultural de Candelaria a través del diseño de comunicación visual	Creación de una identidad visual para Candelaria	Estético/ comunicativo	Des pal
Involucrar a la comunidad en el proceso de creación de identidad	Talleres de co-creación con estudiantes.	Funcional/ operativo	Realiz 10-11 c
Asegurar que la marca sea reconocida por los habitantes	Creación de souvenirs y aplicaciones de marca	Funcional/ operativo	Desar tote ide
Generar conexión emocional con residentes y visitantes	Desarrollar una narrativa visual que comunique la esencia cultural	Estético/ comunicativo	Ino sensor
Promover la identidad de Candelaria de manera más eficiente y accesible	Creación de una pieza gráfica interactiva que promueva actividades dentro del municipio	Funcional/ operativo	Desarr turisti

Talleres de Co-creación (Planeación)

DESCRIPCIÓN
Desarrollo gráfico de logo, tipografía y paleta de colores que representen la cultura y valores del municipio
Realizar talleres con estudiantes de grado donde se trabajen conceptos básicos de diseño y cultura
Desarrollo de productos como camisetas, bags y elementos que incluyan la identidad visual para su distribución
Incluir símbolos, íconos y elementos visuales (texturas, sonidos) que reflejen la historia y cultura del municipio
Desarrollo de una pieza que promueva rutas turísticas y eventos locales, de fácil acceso para los locales



Moldear la luz

En esta etapa se consolidó el sistema de diseño de comunicación visual para Candelaria, **un proyecto integral que busca no solo comunicar, sino también educar, inspirar y conectar a través de la identidad cultural del municipio.**

1. Talleres de Co-creación

Fueron diseñados para involucrar activamente a la comunidad, especialmente a estudiantes, en la construcción de su identidad cultural mediante actividades creativas y colaborativas. **Estos espacios no solo sirvieron para generar ideas, sino que también se establecieron como una metodología que conecta a los participantes con sus raíces culturales y con el diseño como herramienta transformadora.**

- Taller experiencial

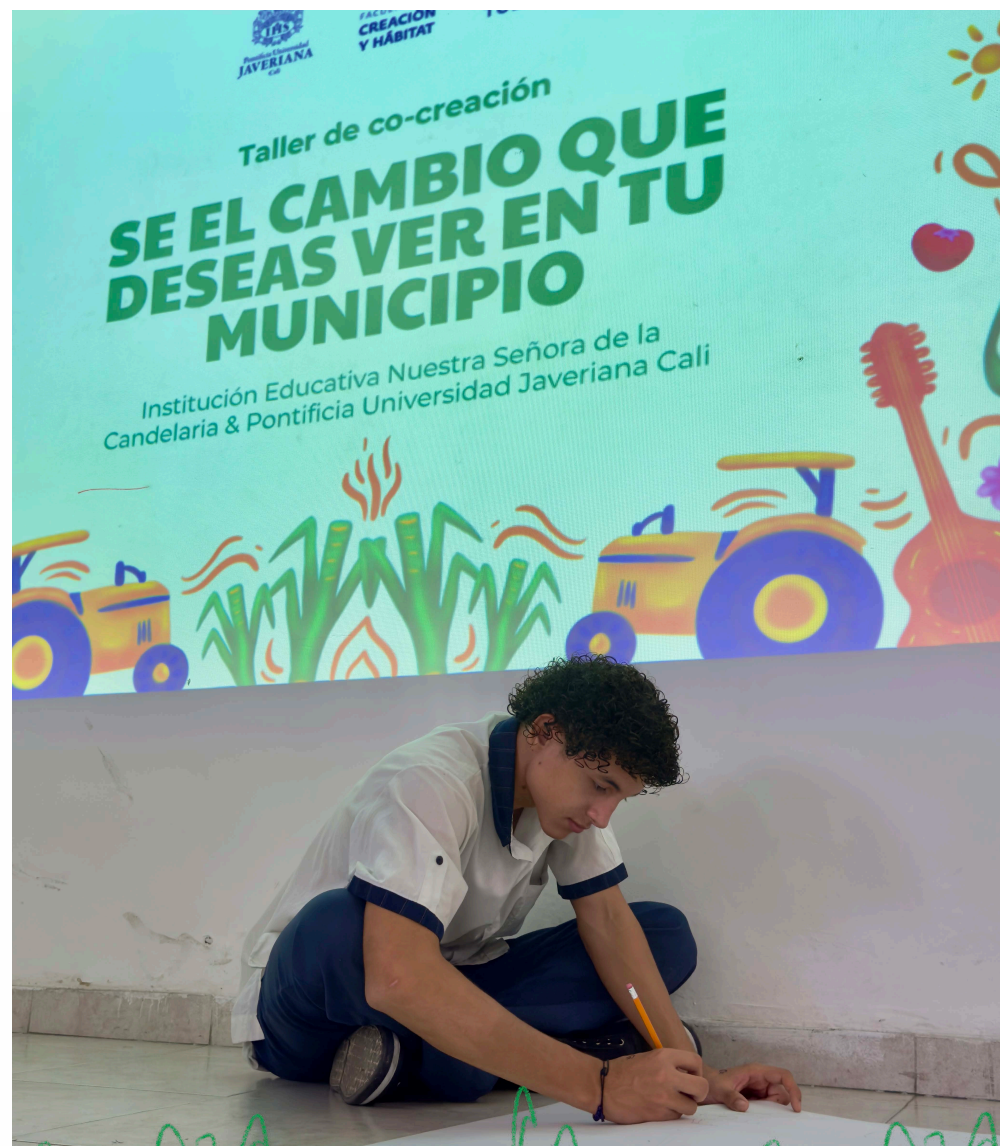
- Recursos educativos (Diapositivas)



Acceso a los recursos educativos



Acceso a los registros fotográficos

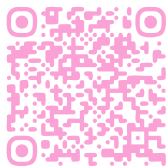


2. Guía Pedagógica

Para garantizar la sostenibilidad del proyecto, se desarrolló una guía pedagógica práctica y estructurada. Este recurso permite a líderes comunitarios y docentes replicar las experiencias de co-creación, integrando la identidad cultural de Candelaria en procesos educativos y recreativos.

La guía incluye:

- Importancia de la identidad cultural
- Conceptos claves de la cultura candelareña
- Conceptos básicos del Diseño de comunicación visual
- Metodología de trabajo inspirada en el Design Thinking
- Explicación paso a paso de la experiencia y los resultados esperados
- Recursos virtuales pedagógicos (diapositivas y cronograma para el docente)



Acceso a la guía virtual



3. Marca Cultural

En el corazón del sistema se encuentra la marca Candelaria, que se construyó alrededor del eslogan “**La luz que nos une**”. Inspirada en la tradición de la Virgen de la Candelaria, **la marca utiliza el fuego como símbolo de vida, guía y unión.**

Diversidad
Étnica

Calidad
Humana

Cultura

Educación



Ponce, L. (2017). Marca Pasto [Fotografía]. Recuperado de <https://mumu.com.co/portfolio/pasto/>

Moodboard (Marcas ciudad)



Uribe, T. (2021). Marca Medellín [Fotografía]. Recuperado de <https://copu.media/medellin-presenta-su-marca-ciudad-creada-por-las-agencias-independientes-jua-jaime-uribe-asociados-y-breakfast-club/>



Aires, F. (2014). Marca Porto [Fotografía]. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/trazando-el-exito-de-por-to-la-transformación-una-ciudad/>



Shulinen, E. (2019). Marca Pasto [Fotografía]. Recuperado de <https://mumu.com.co/portfolio/pasto/>

Moldear la luz

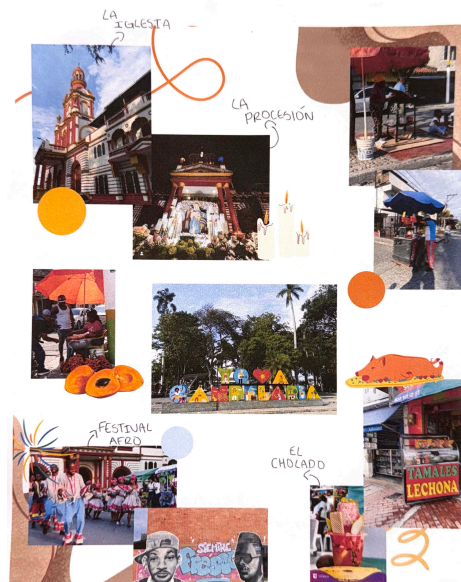
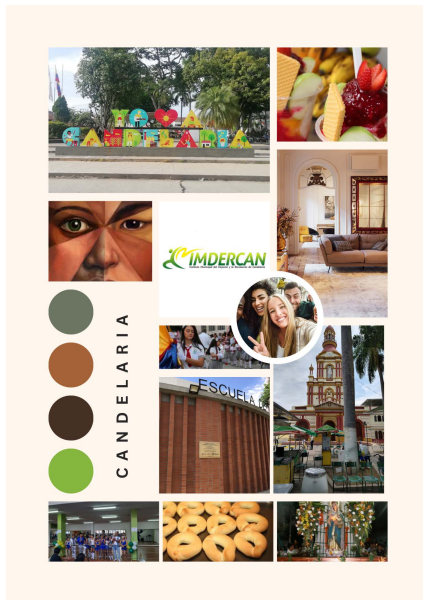
Marlen Gamboa Castillo - PADCV

Moodboard (Estudiantes)



Acceso a los registros fotográficos

Moodboard Personal



CANDELARIA

Fuego = Vida y Unión

* Legibilidad

Candelaria

VELA

LLAMAS

la luz
que nos
une



FUEGO

Bocetación

En esta etapa se exploraron diversas formas de transmitir la metáfora del fuego como símbolo central de la identidad de Candelaria. La marca se desarrolló utilizando **lettering tanto para su logotipo como para el eslogan, buscando que los trazos evocaran la fluidez y el dinamismo de las llamas**. Cada línea y curva fue cuidadosamente diseñada para **reflejar la energía viva, la calidez y el poder transformador que el fuego representa en la tradición de la Virgen de la Candelaria**.

Con el objetivo de renovar y modernizar la percepción de la identidad visual del municipio, **se decidió alejarse de los colores tradicionales verde y amarillo de la bandera de Candelaria**. En su lugar, se trabajó con una paleta cromática vibrante y cálida, inspirada en los tonos rojizos y anaranjados. **Esta decisión buscó darle un aire fresco y contemporáneo a la marca, sin perder la conexión con sus raíces culturales**.

El proceso de bocetación **incluyó múltiples iteraciones donde se combinaron elementos tipográficos y gráficos**, experimentando con formas orgánicas y texturas que reforzaran el simbolismo del fuego como un elemento unificador y renovador. **Este enfoque permitió crear una identidad visual auténtica, capaz de transmitir la esencia de Candelaria de una manera atractiva y significativa**.

Configuración de la marca

Logotipo

La marca final refleja una **integración equilibrada entre lo moderno y lo artesanal**, inspirada en la luz y el movimiento del fuego como símbolo central de la identidad de Candelaria. El logotipo, desarrollado en lettering, utiliza un diseño fluido y dinámico que evoca las llamas, con un vibrante color amarillo que simboliza la riqueza y la tradición del municipio. **Este tono está enmarcado por un reborde rojo, que añade un carácter artesanal y hecho a mano, reforzando la autenticidad y cercanía que se buscaba transmitir.**

Eslogan

El eslogan, también desarrollado en lettering, complementa el logotipo con un diseño poderoso y versátil. **Se trabajaron variaciones cromáticas que incluyen tonos amarillos, rojos y naranjas, destacándose tres principales versiones:**

- 1. Leterring ilustrado con los elementos culturales:** Aplicación especial para grandes formatos o elementos de activación de marca.
- 2. Lettering ilustrado sin los elementos:** Puede adaptarse a diferentes formatos, apto para fotografías o aplicaciones más simples.
- 3. Amarillo con reborde rojo,** ideal para materiales pedagógicos.

Candelaria

Logotipo



Eslogan V. 1



Eslogan V. 2



Eslogan V. 3

Activación de la marca

En esta etapa, se implementaron **estrategias diseñadas para conectar profundamente a los candelareños con la identidad de su municipio, incentivándolos a convertirse en embajadores turísticos orgullosos de su tierra.**

Esta experiencia de activación no solo busca generar interés y pertenencia en los candelareños, sino que también **se presenta como un modelo replicable para otras comunidades que deseen fortalecer su identidad territorial y cultural.** Es un llamado a redescubrir el territorio desde la cercanía, la interacción y el orgullo colectivo.



Guía de experiencia

El proceso inició con la creación de una **guía de experiencia que incluye un mapa ilustrado de Candelaria, diseñado de manera innovadora para facilitar el reconocimiento rápido de los atractivos y la ubicación de cada corregimiento.** Este mapa no solo es funcional, sino también visualmente atractivo, promoviendo el interés y la exploración del territorio.

Kit de activación

Junto con la guía, se diseñó un kit promocional **compuesto por una totebag y una camiseta, ambos portando el logo y eslogan de la marca.** Estas piezas **no solo son prácticas, sino que invitan a los habitantes a llevar consigo la identidad visual** de Candelaria, promoviendo un sentido de orgullo y pertenencia mientras recorren el municipio.

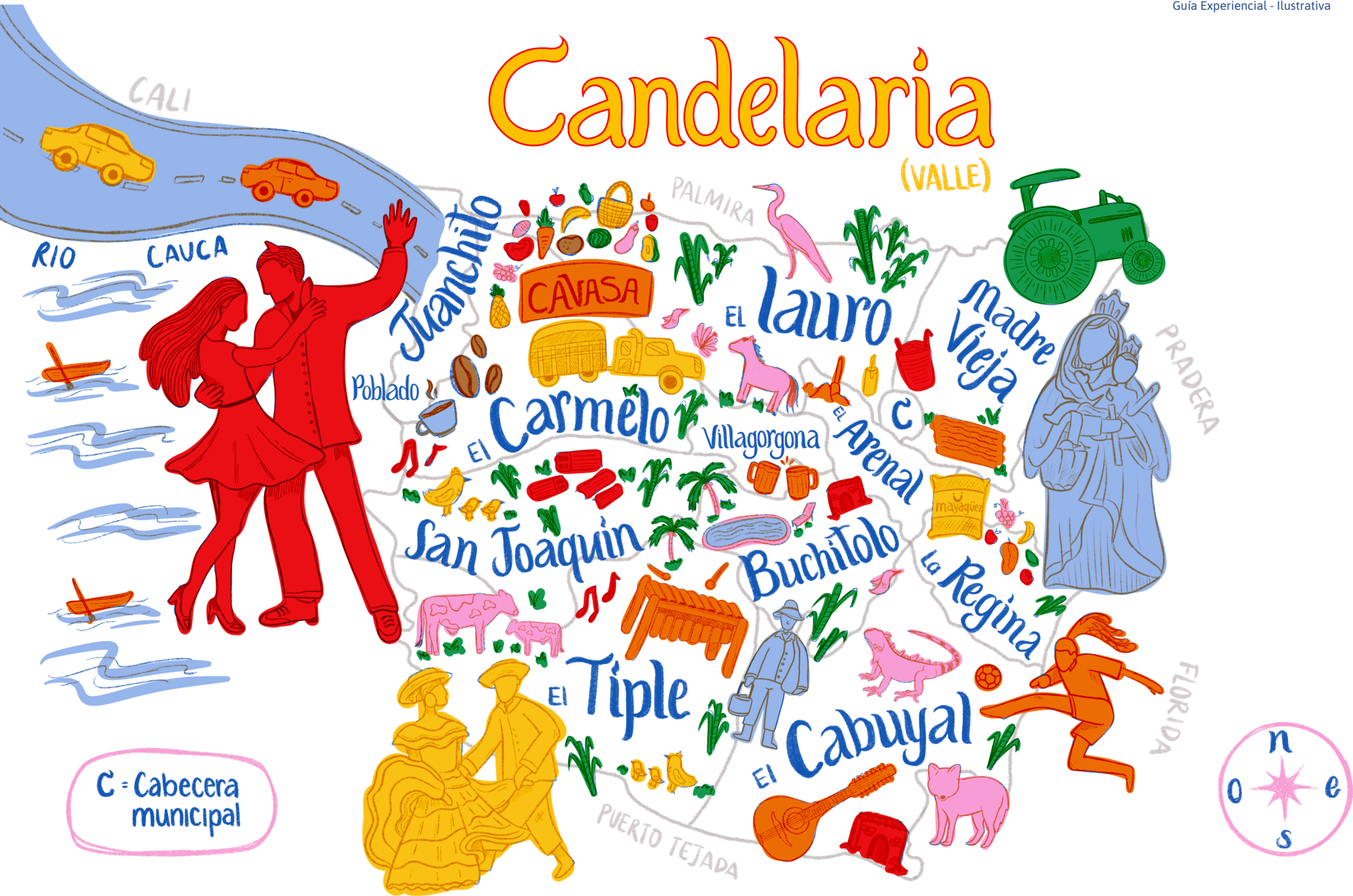
Toque final...

Para reforzar el compromiso con la experiencia, la guía incluye una propuesta interactiva: **tras completar las ocho actividades sugeridas en los diferentes corregimientos, los participantes pueden reclamar una vela con el eslogan de la marca, que se establece como el souvenir principal de Candelaria.** Este objeto simbólico representa:

“La luz que nos une”, conectando las tradiciones, la identidad cultural y el concepto central de la marca.



Candelaria



C = Cabecera municipal



Revelar su resplandor

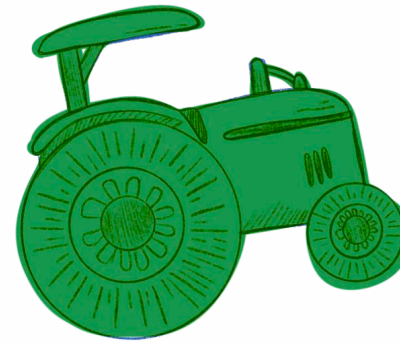
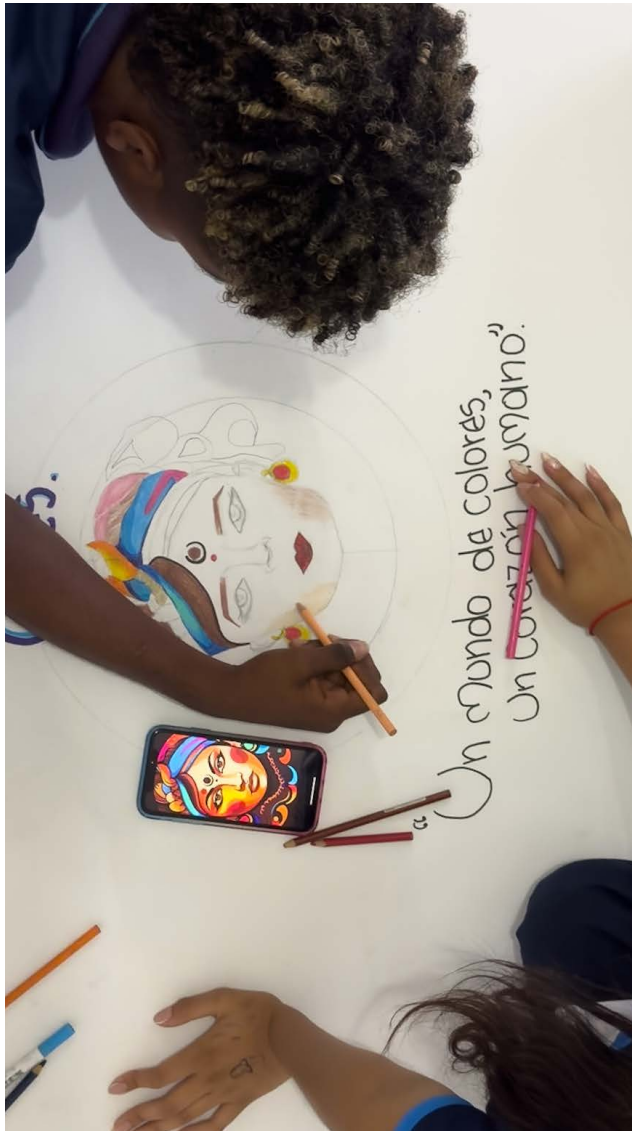
La etapa final del proyecto, se enfocó en la **co-evaluación del trabajo realizado y en analizar el impacto y funcionalidad del sistema de diseño desarrollado**. Este proceso permitió validar los resultados obtenidos, así como ajustar y mejorar los elementos en función de las percepciones y necesidades reales de los usuarios.

Los métodos de co-evaluación incluyeron:

- **Retroalimentación continua:** Durante todo el proceso, se priorizó el trabajo colaborativo con los estudiantes de la Institución Educativa Nuestra Señora de la Candelaria. Se escucharon sus opiniones y se les dio protagonismo al integrar sus narrativas gráficas en la construcción de la identidad visual, asegurando que el diseño reflejara su visión y creatividad.

- **Exposición del kit de activación de marca:** Las piezas del kit, como la guía de experiencia, las totebags, camisetas y el souvenir de la vela, fueron expuestas en zonas concurridas del municipio. Esto permitió observar de cerca las reacciones y comentarios de los habitantes de Candelaria. Estas interacciones brindaron valiosa retroalimentación sobre la aceptación, relevancia y conexión emocional que la marca logró generar en su comunidad.





A través de esta etapa, **se consolidó la autenticidad del proyecto, reafirmando su alineación con los valores y la identidad cultural de Candelaria.** Además, se garantizaron las condiciones para que el sistema de diseño no solo sea funcional, sino también adaptable y sostenible a largo plazo, reflejando el orgullo y la pertenencia de la comunidad hacia su territorio.

Conclusiones

Este proyecto permitió evidenciar el **impacto positivo de generar espacios formativos y didácticos** donde **el diseño se convierte en un agente transformador**, capaz de interesar y motivar a comunidades, especialmente a los jóvenes, en la preservación de su patrimonio intangible y el fortalecimiento de la identidad de su municipio. **Estos espacios no solo fomentan el orgullo y la conexión con las raíces culturales, sino que también aportan al desarrollo sostenible local y potencian el atractivo turístico del territorio.**

El diseño de comunicación visual demostrado en este proyecto **trasciende lo meramente gráfico o estético, reafirmando su valor estratégico en procesos sociales y comu-**

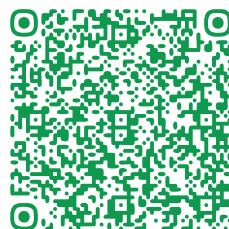
nitarios. Este tipo de iniciativas evidencia la importancia de que los diseñadores sean cada vez más involucrados en **decisiones políticas**, en la planeación y el desarrollo de los territorios, convirtiéndose en actores clave para el progreso colectivo.

En definitiva, **el diseño se confirma como un agente de cambio transformador, capaz de crear soluciones adaptadas a las necesidades reales de los usuarios, cercanas y sostenibles, que permanecen en el tiempo.** Este enfoque no solo contribuye al enriquecimiento cultural de una comunidad, sino que también **abre el camino hacia modelos de desarrollo inclusivos, significativos y con un impacto duradero.**

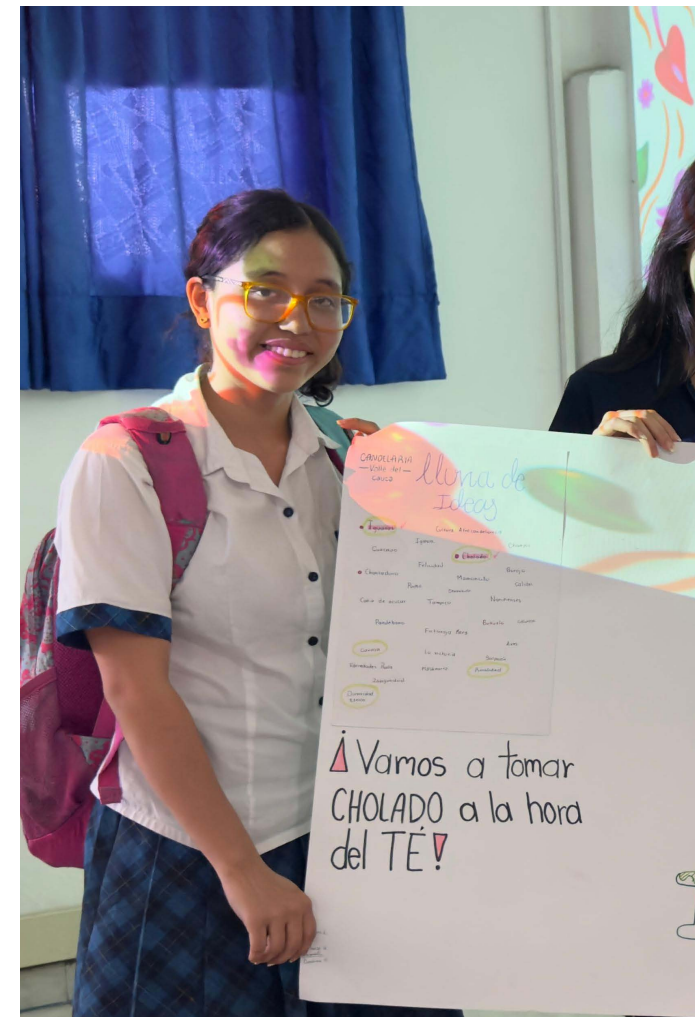
Anexos

Si requiere acceder a los anexos, archivo fotográfico y/o material de apoyo de este proyecto, ingrese a este link:

https://javerianacaliedu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/magamboa17_javerianacali_edu_co/Ev1io_lAe8xGqam4xM2Di_EB-7UdfaoonszYYdEt-NaT1-w?e=aNNN7x



O acceda escaneando el código QR





Referencias

Blanco, P., & López, C. (2019). El diseño como herramienta de transformación cultural: Estrategias para la identidad local. Editorial Creativa

Gamboa I., & Moreno W. (1996). Candelaria 1950-1990. Universidad del valle. Cali

Díaz de Triana, C. (2007). Municipio de Candelaria. Del puente para acá (y la historia investigada por Isaías Gamboa Holguín e Isaías Gamboa Martínez)

Campo González, C. (2017). El monocultivo y sus implicaciones: Caso Candelaria. Revista de Estudios Regionales, 12(3), 45-62.

Cepeda Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. Tabanque, (31), 244-262. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>

Espeso-Molinero, P. (2022). Turismo cultural y construcción de imagen. Revista de Turismo y Sociedad, 14(2), 78-96.

Gobernación del Valle del Cauca. (s.f.). Buga, la ciudad del Señor de los Milagros, se une a la red mundial de turismo religioso y el Valle celebra. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/81300/buga-la-ciudad-del-senor-de-los-milagros-se-une-a-la-red-mundial-de-turismo-religioso-y-el-valle-celebra/>

Colombia.travel. (s.f.). Medellín: Guatapé y Piedra del Peñol. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://colombia.travel/es/medellin/guatape-y-piedra-del-penol>

Turismo Antioquia. (s.f.). Guatapé. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://turismoantioquia.travel/guatape/>

Medellín.travel. (s.f.). Guatapé. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://www.medellin.travel/guatape/>

El Tiempo. (2023). Cali fue escogido como uno de los cinco destinos turísticos competitivos. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/cali-fue-escogido-como-uno-de-los-cinco-destinos-turisticos-competitivos-745134>

Colombia.travel. (s.f.). Planes para disfrutar un fin de semana de turismo en Cali. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://colombia.travel/es/blog/planes-para-disfrutar-un-fin-de-semana-de-turismo-en-cali>

Colombia.travel. (s.f.). Cali. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://colombia.travel/es/cali>

Colombia.travel. (s.f.). Buga. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://colombia.travel/es/buga>

Colombia.travel. (s.f.). Salento. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://colombia.travel/es/salento>



“Este proyecto es un homenaje a la identidad y cultura de Candelaria, donde el diseño se convierte en una herramienta para iluminar nuestras raíces, conectar a la comunidad y preservar la esencia que nos une como territorio.”