

# El mestizaje cultural e identidad visual en el diseño gráfico colombiano

*Liliana Patricia Durán B\**

*Allison Daniela Ramírez González\*\**

*Laura Ximena Salcedo Barrero\*\*\**

*Kevin Andrés Moreno Luna\*\*\*\**

*Willy Hans Moncayo Quiñones\*\*\*\*\**

## Resumen

En este artículo se explica el fenómeno del desconocimiento de la identidad visual en el diseño gráfico colombiano, ocasionado en buena medida por la amplia diversidad cultural del país. La intención es aportar al reconocimiento de dicha identidad para así arraigar el sentido de pertenencia de los diseñadores con su patria y recuperar los elementos simbólicos y autóctonos en sus trabajos. A través de una investigación cualitativa se analizaron las opiniones de algunos profesionales de este ámbito creativo para identificar los que serían los referentes representativos del diseño gráfico en Colombia. También se realizó un examen de las obras más emblemáticas y la caracterización de elementos de la identidad visual en el territorio nacional. Respecto a lo anterior se destaca el indigenismo, el entorno cultural y la gama tonal, factores que varían en cada región e invitan a una reflexión enfocada en el desarrollo de propuestas que postulen el mestizaje como posibilidad de innovación en diseño.

**Palabras clave:** comunicación, diseño gráfico, identidad cultural, identidad visual, mestizaje cultural

## Abstract

This article explains the lack of knowledge of visual identity in Colombian graphic design, caused largely by the country's wide cultural diversity. The intention is to recognize this identity in order to root out the sense of belonging of the designers with their homeland and recover the symbolic and

\* Docente de investigación de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Diseñadora Gráfica de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y magíster en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas, Colombia. Contacto: liliana\_duran@cun.edu.co

\*\* Estudiante del programa de Diseño Gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: allison.ramirez@cun.edu.co

\*\*\* Estudiante del programa de Diseño Gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: laura.salcedob@cun.edu.co

\*\*\*\* Estudiante del programa de Diseño Gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: kevin.moreno@cun.edu.co

\*\*\*\*\* Estudiante del programa de Diseño Gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: willy.moncayo@cun.edu.co



indigenous elements in their works. A través de una investigación cualitativa se analizaron las opiniones de algunos profesionales de este ámbito creativo para identificar los que serían los referentes representativos del diseño gráfico en Colombia. Furthermore, a review of the most emblematic works and the characterization of elements of visual identity in the national territory was also made. In relation to the above, the indigenism, the cultural environment and the tonal range are highlighted, factors that vary in each region and invite to reflect on the development of proposals that postulate the mestizaje as a possibility of innovation in design.

**Keywords:** Communication, Cultural Crossbreeding, Cultural Identity, Graphic Design, Visual Identity

## Introducción

Para hablar de la identidad del diseño gráfico en Colombia se requiere profundizar en cuatro aspectos fundamentales: el diseño, la gráfica, el mestizaje y la cultura colombiana. Tras revisar referentes como los estudiados en este documento, se podrá comprender cómo un país con culturas diversas puede llegar a tener una identidad visual. Para iniciar, se abordará el amplio concepto de *diseño* en relación con la idea de identidad cultural, con la intención de descubrir las raíces de la disciplina y subrayar algunos de sus principales aportes por su valor y rigor científico. Acto seguido, se presentará el problema y la pregunta de investigación: dados el mestizaje cultural y la variedad de regiones de Colombia, ¿se podría hablar de una identidad visual del diseño gráfico colombiano?

Para conocer esta compleja propuesta, es pertinente aproximarse al concepto de *diseño gráfico* y su finalidad. Hoffmann (3 de septiembre del 2014) menciona que la noción de diseño gráfico está en constante evolución y depende fuertemente de los cambios culturales y sociales de un país a lo largo del tiempo. Para el caso específico de Colombia, habría que agregar la trascendencia de estudiar la idea de identidad gráfica, pues, a través de ella se hace posible reconocer

los rasgos culturales y buscar, en medio de la diversidad, las características que la determinarían como propia del terreno nacional.

Para comprender mejor el proceso investigativo de esta propuesta, es importante reconocer que Colombia es un país multicultural, en cuyo proceso de mestizaje han intervenido múltiples actores, acontecimientos, y fenómenos culturales y sociales –como la conquista española y su impactante influencia colonial de la que aún se conservan rasgos muy distintivos: el idioma, las creencias religiosas, entre otros–. Igualmente, vale la pena mencionar la incidencia que han tenido otros fenómenos como la Revolución francesa, las guerras mundiales y actualmente la revolución informática. De tal manera, se puede advertir que cada uno de estos fenómenos culturales y sociales generaron diferentes signos, símbolos y formas de comunicación que impactaron el desarrollo semiótico de la cultura colombiana.

De acuerdo a lo anterior, esta investigación se propuso el objetivo general de determinar cuál es la identidad visual colombiana en la actualidad, con base en los efectos del mestizaje cultural, con el fin de recuperar elementos simbólicos y autóctonos del país y aplicarlos en el ámbito



artístico, social, cultural y comercial. Por otra parte, los objetivos específicos se centraron en consultar los referentes artísticos más relevantes en Colombia en el siglo xx, para identificar tendencias y técnicas gráficas introducidas al país, y luego interpretar su impacto visual en el diseño

gráfico del presente. También se plantearon las metas de determinar los rasgos colectivos que intervienen en las subculturas más representativas del territorio nacional, e identificar patrones lingüísticos, culturales y semióticos dentro del diseño gráfico.

## Metodología

De acuerdo a su finalidad, esta investigación es de tipo exploratorio y busca hacer una primera aproximación al problema del desarrollo visual del país. Las cinco entrevistas realizadas, instrumento de recolección de datos propio del enfoque cualitativo, proporcionaron información

para definir los conceptos que determinan factores importantes dentro del diseño gráfico en los contextos regionales colombianos. Se entrevistaron perfiles académicos de la Escuela de Comunicación y Bellas Artes, oriundos de diferentes regiones del país (tabla 1).

**Tabla 1.** Perfiles académicos de los académicos entrevistados

Perfil	Factor cultural
Diseñador industrial de la Universidad Católica de Pereira. Docente de la Corporación Unificada de Educación Superior (CUN), con énfasis en desarrollo de producto.	Pereira
Diseñador gráfico de la Corporación Unificada de Educación Superior (CUN). Docente de la Corporación Unificada de Educación Superior (CUN), con énfasis en <i>lettering</i> y animación.	Barranquilla
Diseñadora gráfica y directora creativa con énfasis en diseño de la comunicación e investigación.	Ibagué
Diseñadora gráfica, magíster en Diseño, docente en el ámbito de la comunicación y los nuevos medios. Asesora en investigación en diseño para tendencias.	Bogotá
Diseñador gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima, con énfasis en ilustración.	Ibagué

Fuente: elaboración propia



Las preguntas de la entrevista fueron las siguientes:

- A su juicio, ¿cuál es el trabajo, diseño o pieza gráfica que representa más a Colombia?
- ¿Cuál es su opinión sobre el diseño gráfico en Colombia y qué lo diferenciaría del de otros países?
- ¿Cómo se desarrolla el diseño a la luz del mestizaje cultural en el país?
- De los diseñadores gráficos colombianos, ¿cuál goza de su admiración y por qué?

## Cuerpo teórico

### **Una definición de diseño y su enfoque en el contexto de identidad cultural**

Para profundizar en el problema, es preciso entender ¿qué es el diseño gráfico en Colombia? Para ello, se debe partir del significado mismo de *diseño*. Zimmermann (2013) lo entiende como concepto universal, amparado en su trayecto etimológico: “la palabra diseño deriva de *designio*, intención, que a su vez procede de la palabra *seña*” (p. 6). El autor complementa que el “diseño viene a ser intención hecha seña manifiesta, intención hecha objeto, signo, forma o figura, y que como tal es identificable por su seña que es su identidad” (p. 7). De lo anterior se puede inferir que el diseño es una actividad que proyecta valor conceptual (propósito, intención, plan) a un objeto identificable (señal, marca, insignia).

Por otra parte, las observaciones de Maldonado y Bonsiepe (1965) aportan a la idea de diseño un sentido más social –ubicado entre la lingüística y la comunicación–, correlativo a un entorno determinado y siempre dotado de propósito.

- ¿Cuál cree usted que es la identidad visual que representa a la cultura colombiana?
- ¿Cuáles son los referentes que más utiliza a la hora de diseñar?

Con la información recolectada de cada uno de estos académicos, se realizó un análisis para determinar los factores que predominan en las piezas visuales colombianas y visualizar cómo influye el intercambio de culturas. Con los datos obtenidos se diseñaron gráficos para evidenciar las características del diseño visual colombiano e identificar las tendencias más sobresalientes dentro del mestizaje cultural en Colombia.

Devalle (2012) retoma algunas de las proposiciones de dichos autores y señala que

todas las intervenciones humanas en el mundo, y el diseño dentro de ellas, debían detentar un fuerte compromiso ético –en el sentido de la responsabilidad en el hacer y en el decir–. Por estas razones, la comunicación y su plataforma –el lenguaje– eran objeto de una profunda reflexión. (p. 242)

De esta manera, se concibe el diseño ya no solo como un proceso mental en donde se trata de definir un propósito enmarcado alrededor de un objeto, sino en su mismo sentido de expresión y en cómo los usuarios lo perciben, interactúan, responden, exigen retroalimentación. Sin embargo, como menciona Wolkowicz (citado en el video Hoffmann, 2014), el término *diseño gráfico* es algo que se redefine permanentemente y, por ende, está en constante evolución: muta a través de las nuevas tecnologías y los nuevos tipos de pensamiento, por lo que tratar de definirlo es algo complejo.



## Diseño gráfico en Colombia y su evolución a través del tiempo

Conviene ahora proceder a abarcar el tema del diseño en Colombia. Para esto, es menester revisar desde una perspectiva histórica la investigación de Bermúdez (2015), quien indica que “el concepto diseño gráfico no fue muy conocido en Colombia, contrario al de dibujante como complemento a un escritor, lo que completó una dupla característica de las artes comerciales durante los 50 y 60” (p. 95). De acuerdo con esto, se puede decir que el diseño gráfico a mediados del siglo pasado era algo muy novedoso, por lo que durante ese periodo “fue común ver a profesionales de otras facultades como arquitectura y

bellas artes experimentar actividades del diseño publicitario” (Bermúdez, 2015, p. 90). Para ese entonces se comenzó a conocer la mezcla entre lo funcional y lo estético, y se empezaron a impartir clases de “Carteles y letras” y “Diseño” con el fin de crear operarios para artes comerciales. Esto daría pie para lo que conocemos hoy como diseño gráfico en el país (2015, pp. 94-95). A continuación, se presenta una línea de tiempo explicativa que recopila buena parte de la información suministrada por Bermúdez (2015).

Figura 1. Línea de tiempo diseño gráfico en Colombia



Fuente: elaboración propia con base en Bermúdez (2015)



En la figura 1 destaca la mención de varios referentes del diseño gráfico colombiano, entre los cuales figuran Omar Rayo, Dicken Castro y David Consuegra –fundador del programa de Diseño en la Universidad Jorge Tadeo Lozano-. De acuerdo a Consuegra (2005), él mismo se vio influenciado fuertemente por el diseño extranjero gracias a sus estudios en el exterior. Se graduó en Bellas Artes con mención *magna cum laude* en 1961, e inició estudios de maestría en diseño en la Universidad de Yale, por lo que se vio

fuertemente influenciado por la tendencia del estilo americano de la época.

De otro lado, no se puede olvidar la importancia de la gráfica popular en el diseño colombiano. Como se puede apreciar en la figura 2, una reconstrucción de información tomada de Cardozo (2013), y Portela y Portela (2014-2015), la incidencia de la gráfica popular, sus colores vivos y sus elementos ornamentales, son asuntos cruciales para comprender la naturaleza mestiza de la identidad gráfica nacional.

Figura 2. Gráfico explicativo “Gráfica Popular en Colombia”

**GRÁFICA POPULAR**  
En Colombia  
¿Qué es?

Se llama "gráfica popular" al conjunto de signos gráficos, imágenes y letras que de forma más o menos ordenada comunican información relacionada con nuestra vida cotidiana.

- \* Artesanal
- \* Libre
- \* Viva

**DERIVA DE PRODUCCIONES CASUALES COMO**

- \* Gráfica Vernacular
- \* Kitsh

**¿DÓNDE SE UTILIZA?**

- \* Letreros de las tiendas de barrio
- \* Decoraciones de buses
- \* Diseño de lápidas
- \* Publicidad

**UTILIZA ELEMENTOS GRÁFICOS COMO:**

- \* Ornamentos
- \* Lettering
- \* Ilustración Popular

**ALGUNOS REFERENTES COLOMBIANOS**

Figura 2: Publicidad Justo y Bueno. Autor: Maudano Publicidad

Figura 1: Tabla de ruta Bogotá. Autor: Jairo Portela

Figura 3: Publicidad. Autor: Diana Calvoche (Directora de publicidad Andres Corne de Rel)

Figura 4: Postal 33 Solsticios

Fuente: elaboración propia con base en Cardozo (2013)



## **Identidad visual y su impacto en la cultura a través del diseño**

A partir de aquí es posible adentrarse en el problema de la identidad visual y cultural en relación con el diseño gráfico. Comencemos con el aporte de Capriotti (1992), quien expresa que la identidad visual puede considerarse la expresión de una organización; lejos de ser algo ajeno, se trataría de un conjunto de características que la vuelven una unidad. Algo similar ocurre con la identidad cultural: como lo expresa Morón (2012), “la identidad cultural es como la firma de un pueblo que lo diferencia de otro. Es el sello de cada sociedad con el cual estampa sus características en las manifestaciones materiales que genera” (p. 7). De modo que, para iniciar, es preciso definir lo que significa la identidad cultural para comprender su importancia.

En esta línea, cabe aclarar que “el diseño ha sido desde siempre una manifestación fiel del sentir de una cultura, expresando y comunicando ideas, pensamientos, acciones, conocimientos y creencias” (Accornero, 2007, p. 11). Este hecho es evidente en cada una de las formas en las que

el ser humano ha expresado su cosmovisión, su relación con la naturaleza y las cosas que lo rodean, a través de imágenes desde la época de las culturas prehispánicas hasta la actualidad (Morón, 2012, p. 18). Tal precedente invita a analizar el país desde sus orígenes y constatar que hubo un gran proceso, aunque inicialmente no voluntario, cabe aclarar. Por consiguiente, tal como lo menciona Hernández (2011), la Conquista española marcó al país y su cultura a tal punto que hace parte indiscutible del carácter de la nación. Así mismo, suscitó el fenómeno de transculturación, que adaptó costumbres, hábitos, religión, entre otros rasgos, y dio paso al sincretismo y al actual mestizaje cultural colombiano.

A partir de esta información se puede obtener un concepto más claro del impacto del mestizaje cultural en el país y comprender cómo afectó de manera relevante la cosmovisión y la cultura de entonces hasta ocasionar un cambio en la identidad visual de sus habitantes.

## **Resultados**

Respecto a la descripción realizada en la metodología, se identificaron elementos en común y diferencias entre las respuestas de los cinco perfiles entrevistados, como se presenta a continuación:

- A su juicio, ¿cuál es el trabajo, diseño o pieza gráfica que representa más a Colombia?

El trabajo de David Consuegra, precursor del desarrollo de la primera escuela de diseño gráfico

en Colombia, marca un inicio para la disciplina. Dicken Castro y su propuesta de moneda de 200 también aportó al diseño nacional mediante la abstracción de las figuras precolombinas como concepto para el desarrollo de una identidad. Por otra parte, se destaca el trabajo consumado en los logos de Fedearroz, Artesanías de Colombia, Colsubsidio y Juan Valdez Café, así como las piezas gráficas de Icons of Colombia, realizadas por Oscar Correa (2013), como se observa en la figura 3:



Figura 3. Referentes basados en simbología colombiana



Fuente: elaboración propia

- ¿Cuál es su opinión sobre el diseño gráfico en Colombia?

El rastro de la familia y la cultura enmarcadas dentro del contexto de la imagen regido por factores que se viven en la actualidad, es un rasgo indeleble de nuestra producción gráfica. También lo son las propuestas de abstracción de las figuras precolombinas creadas por nuestros indígenas y el uso de su folclor narrativo, que se presta muy bien para mezclas con los formatos nacientes en las tendencias mundiales.

- ¿Qué considera usted que diferencia al diseño gráfico colombiano del de otros países?

La identidad visual en Colombia está enmarcada por la mezcla multicultural que existe en el país, lo que da pie al desarrollo de diferentes enfoques de regionalismo autóctono. Pero, así mismo, Colombia se rige por las tendencias mundiales que también influyen en la caracterización de la identidad visual local. El resultado son piezas con gran cantidad de paletas de color, formas geométricas y la abstracción de figuras del folclor obtenido de las raíces ancestrales indígenas.

- ¿Cómo se desarrolla el diseño a la luz del mestizaje cultural en el país?

El diseño gráfico en Colombia parte desde su proceso de enseñanza-aprendizaje en las escuelas, especialmente en aquellas donde utilizan como referentes principales la obra de otros

países. Un ejemplo que podemos mencionar son las escuelas de la Bauhaus y la escuela de la ULM, grandes exponentes de la disciplina del diseño. Sus maestros desarrollan un conocimiento que adopta la forma de un tejido experiencial en el que ellos proyectan su propia opinión. De esta manera, el conocimiento evoluciona según la necesidad y el contexto de la época en que nace. Gracias al modelo de estas escuelas se establecieron diferentes metodologías de creación capaces de solventar diversos problemas u objetivos comunicacionales proyectados en cada región de Colombia y en sus culturas.

- De los diseñadores gráficos colombianos, ¿cuál goza de su admiración y por qué?

Discriminados por su manera de comunicar las necesidades del hombre en aspectos económicos, políticos y culturales de manera gráfica, sobresalen los siguientes referentes.

Sergio Trujillo: es un ilustrador que desarrolló un estilo propio con el que retrata la cotidianidad de las personas. Destaca en sus ilustraciones el folclor y los elementos simbólicos de las culturas prehispánicas, pero, sobre todo, el modo de traerlos al contexto actual. Uno de los ejemplos más ilustrativos de esto es la antigua moneda de 200.

David Consuegra: precursor del diseño en Colombia. Luchó por hacer crecer la cultura en diseño y el amor por la comunicación clara y





explícita. Se destacó por su trabajo de síntesis y de desarrollo de la noción de identidad corporativa. También es reconocido por sus investigaciones sobre aspectos iconográficos precolombinos indígenas.

Marta Granados: es una mujer interesante porque se mueve en el ámbito de la creación de carteles y *flyers*. Maneja diferentes técnicas, motivos figurativos y abstractos, y la mezcla de ambos al sintetizar gráficos y fotografía.

Catalina Quijano Silva: en su diseño podemos observar la inclusión de la danza mediante la ilustración y la fotografía. Además, influyó y se sumergió en los procesos de investigación al fundar TadeoLab, un laboratorio de diseño vinculado a una de las universidades con programas pioneros de diseño gráfico en Colombia, la Jorge Tadeo Lozano.

- ¿Cuál cree usted que es la identidad visual que representa a la cultura colombiana?

## Discusión

A través de la investigación se hicieron diferentes hallazgos, entre estos, que la identidad gráfica colombiana está fuertemente configurada por la estilización simple y geometrizada de elementos que derivan de la naturaleza, el indigenismo y la cosmovisión de las diferentes culturas (como formas geométricas y abstractas). En consonancia con los planteamientos de Accornero (2007), a pesar de que el arte deriva de la naturaleza, “no copia a la naturaleza; nace de ella; pero así como no copia en el arte, tampoco hay creación. El artista halla en la naturaleza

La concepción de los códigos culturales-visuales que se encuentran en las formas del entorno colombiano, así como la expresión y tradición oral de los indígenas colombianos se reflejan especialmente en la identidad visual del país. En ella se explora todo el concepto icónico y cultural de la nación, se traen los códigos culturales-visuales y se les da forma para ponerlos a dialogar con las nuevas tecnologías y los lenguajes visuales del mundo entero. En este crisol se obtiene un estilo casi propio en la identidad visual del diseño gráfico colombiano.

- ¿Cuáles son los referentes que más utiliza a la hora de diseñar?

Las respuestas de los perfiles académicos coinciden en la siguiente palabra: *depende*. En general, explican que a la hora de diseñar tienen un espectro enorme de actividades que pueden realizar. A lo anterior, son de agregar las exigencias de los clientes y la amplia variedad de referentes para cada área del diseño. De modo que, *depende*, pues todo va de acuerdo a la adaptabilidad del diseñador en sus procesos de creación.

las formas que interpreta” (p. 19). Por ejemplo, esto se puede apreciar en los trabajos de Dicken Castro, en particular, en su icónica moneda de 200, y en el diseño de David Consuegra del logo de Artesanías de Colombia. En ellos se pueden apreciar rasgos importantes asociados a símbolos prehispánicos derivados de la visión de mundo de nuestras culturas indígenas, y características de composición como la repetición, la yuxtaposición, la interposición, el ritmo, entre otros principios de diseño contemporáneo (Accornero, 2007).



También se aprecia una fuerte influencia de la gráfica popular, cuya importancia es innegable. Al respecto, Cardozo señala que “la gráfica popular en la actualidad se presenta como un objeto de estudio representativo para el ámbito del análisis cultural, abordado en campos como el diseño” (2013, p. 69). Las muestras de diseño popular se identifican especialmente por el uso de una paleta de colores amplia que va variando simbólicamente de acuerdo a la región del país de donde provenga la obra.

Ahora bien, el hecho de no contar con un punto de partida claro para definir la identidad visual en Colombia, no quiere decir que no sea posible presentar resultados a partir de algunos referentes significativos en el área del diseño gráfico colombiano. Bermúdez (2015) sugiere que los ya mencionados Dicken Castro, David Consuegra, Omar Rayo y Marta Granados son artistas ineludibles para identificar particularidades significativas dentro del desarrollo de la comunicación visual del país.

## Conclusiones

Se puede concluir que el diseño gráfico colombiano se identifica visualmente por sus marcadas alusiones al mestizaje cultural. Esto explica la diversidad de sus formas expresión, determinadas la mayoría de las veces por el contexto local que enmarca a los artistas y sus obras. Así, en la medida en que el diseño gráfico es una actividad que evoluciona de forma permanente, es plausible afirmar que dicha identidad depende de los tipos de comunicación y los diferentes enfoques del regionalismo autóctono de cada cultura y contexto.

Dispuesto así, sí se puede hablar de una identidad visual colombiana, aunque sería indeterminada, pues su diversidad gráfica y semiótica

La impronta de la obra visual de estos artistas permite establecer que el desarrollo de la identidad visual en Colombia se reflejaría propiamente en la aceptación de nuevos conceptos y tendencias que se implementan en el mundo dentro del diseño gráfico colombiano, con el fin de potenciar y cualificar el modo de presentar los contextos regionales nacionales y su urdimbre pluriétnica y multicultural. A pesar de que las formas de comunicación que exhibe el diseño colombiano son diversas y en algunos casos contrastantes, esto no significa que no exista posibilidad de una unidad identificatoria. Este hecho se puede interpretar a la luz de Capriotti (1992), para quien hablar de identidad visual exige comprender la presencia de diferentes formas de expresarla: el diseño evoluciona de forma constante según el contexto, constatación que también pone sobre la mesa el trabajo de Hoffmann (2014).

impide recopilarla en una sola colectividad. En todo caso, su presencia y aplicabilidad en ámbitos como el artístico, social, cultural y comercial es patente. Con esta investigación se pretende favorecer el reconocimiento de los elementos simbólicos que componen nuestra identidad gráfica, promover el crecimiento del sentido de pertenencia con el territorio nacional, profundizar en temas como las técnicas y la historia del diseño gráfico en Colombia, reconocer el aporte de los docentes y artistas a lo largo de las últimas décadas del siglo xx y las primeras del siglo xxi, y contribuir a descubrir nuevas líneas de investigación en las que la identidad cultural desde el diseño gráfico sea la protagonista.



## Referencias

- Accornero, M. (2007). *El rol del diseño y los sistemas simbólicos en América prehispánica*. Buenos Aires: Brujas. Recuperado de <https://bit.ly/2YHliZh>
- Bermúdez, J. (2015). El nacimiento del diseño gráfico en la educación superior bogotana, 1948-1963. *Revista Kepes*, 12, 85-112. Recuperado de [http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista12\\_5.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista12_5.pdf)
- Capriotti, P. (1992). *La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. Barcelona: El Ateneo. Recuperado de <http://www.bidireccional.net/Blog/ImagenEmpresa.pdf>
- Cardozo, E. (2013). Apropiações de la gráfica popular urbana. *Designia*, 2(1), 68-84. Recuperado de <http://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/designia/article/view/186/213>
- Consuegra, D. (1968). Artesanías de Colombia [imagen, recurso en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2SQxKIS>
- Consuegra, D. (2005). *Bernhard: diseño y tipografía*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://shorturl.at/erALM>
- Correa, O. (2013). Icons of Colombia [imagen, recurso en línea] Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/9668307/ICCO-Icons-of-Colombia>
- Devalle, V. (2012). Lenguaje, comunicación y diseño. *Cuaderno 39. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, 39, 241-254. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/346\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/346_libro.pdf)
- Hernández, L. (8 de julio del 2011). Diseño e identidad cultural. [entrada de blog]. *Lo Estratégico*. Recuperado de <https://bit.ly/2LljayF>
- Hoffmann, R. (3 de septiembre del 2014). ¿Qué es el diseño gráfico? (FADU-UBA) [recurso audiovisual]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RADcRqfxtvQ&feature=-youtu.be>
- Maldonado, T. y Bonsiepe, G. (1965). Wissenschaft und Gestaltung. *Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung*, 10-11, 10-29. Recuperado de [https://monoskop.org/images/2/21/Ulm\\_10-11.pdf#page=12](https://monoskop.org/images/2/21/Ulm_10-11.pdf#page=12)



Morón, J. (2012). *Signos de identidad: de la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana* (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1710>

Portela, J. y Portela, Y. (2014-2015). *Taller de tablas de ruta. La vieja tabla de ruta que tanto nos ayudó a movernos por Bogotá ahora ayuda a estudiantes de diseño a entender los principios básicos del diseño tipográfico* [recurso en línea]. Recuperado de: <http://www.populardelujo.com/tablasderuta>

Zimmermann, Y. (2013). *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.