

Reinterpretación de leyendas urbanas mediante la narración gráfica

Oscar Andrés García Suarez ⁽¹⁾

Resumen: La composición y diseño de las narrativas gráficas cuentan con el rol de relatar por medio de la imagen ilustrada (figurativa, abstracta, fotográfico u en otro estilo artístico) perspectivas o momentos alegóricos a la historia o cotidianidad que el autor pretende por interés de índole personal o profesional dar a conocer una experiencia o idea a su interpretación para el público, donde el valor gira alrededor de su riqueza argumental en el resultado que es una agrupación armoniosa de simbologías únicas de referencia, donde el hilo narrativo o sentido de la obra, arte, dirección y propósito son los pilares que conforman este producto. En ese sentido, las historias deben llevar una base inspiracional conformada por una o varias ideas de alusión (hay que entender que nada bajo el cielo es nuevo, sino que una buena idea está hecha en relación a varios modelos (Kleon, 2017)) y reglas en la gráfica que al igual que en la gramática deben tener claro el tipo de comunicación que debe llevar hacia el espectador.

Palabras clave: Reinterpretación - Cultura inmaterial - Narrativa gráfica - Mensaje visual - Simbología - *Storytelling* - Mitos y leyendas

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 321-322]

⁽¹⁾ **Oscar Andrés García Suarez** es Ilustrador conceptual e investigador interesado en narrativas sobre eventos simbólicos y coyunturales, inspirados en las culturas míticas de Colombia y otros eventos de tendencia. Se enfoca en la construcción visual y compositiva a través de medios como novelas gráficas, literatura, cine, y videojuegos. Es Diseñador Gráfico de la Fundación Universitaria los Libertadores (Colombia, 2024). *Proyecto de grado* “G66 El rastro de la ruta fantasma. Narración gráfica como medio reinterpretaivo en la creación de historias basadas en leyendas urbanas de Bogotá”. Experiencia de Investigación: Estudiante semillerista (1 año) de la Fundación Universitaria los Libertadores Trampantojo donde fue Investigador, colaborador y participante del evento Imago Festival 2. Logros: 2º lugar en la categoría análoga (2022); 1º lugar en la categoría experimental (2024). Proyectos de Investigación: “G66, el rastro de la ruta fantasma. Narración gráfica como medio reinterpretaivo en la creación de historias basadas en leyendas urbanas de Bogotá”; Investigador principal (2023), Fundación Universitaria los Libertadores; Imago festival 2 + *Artbook* y documento investigativo. Pertenece a la Red de investigadores de la Universidad de Palermo. LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/andres-suarez-472701226/>

Introducción

En la actualidad del diseño gráfico, en el sector del diseño visual ha habido tendencias y parámetros amoldados hacia ir más allá de la síntesis refinada del visual, es decir, hacia el pensamiento lógico de la gráfica, en ello entra a relucir las categorías emergentes de la ilustración y su implementación en el ejercicio laboral, académico y disciplinar, donde es evidente que tanto su funcionalidad como su demanda, radica en la construcción del “*Storytelling*” o creación del concepto (propósito hacia el usuario) y secuencialidad técnica en la composición (dibujo y guion) de la obra. Conviene subrayar, que en toda obra destinada a un proyecto de diseño debe cumplir como engranaje comunicativo hacia el espectador este requisito, sin embargo, dentro de la narrativa gráfica o historia secuencial acomodadas en diferentes composiciones, estas tienen un tipo de lenguaje simbólico diferente, en su elección y ejecución, ya que es más versátil el uso del lenguaje figurativo y abstracto.

El cómic y la novela gráfica destacan como formatos populares para narrar historias gracias a su alto contenido simbólico, permitiendo transmitir fielmente el imaginario del autor o los hechos que, solo en palabras, no logran expresarse completamente. A través del discurso gráfico, estos formatos pueden comunicar mensajes profundos que invitan a la reflexión e instrucción del lector. La creación de narrativas visuales requiere integrar el discurso simbólico, visual y, a veces, literario, definiendo así los elementos adecuados para una composición coherente y significativa. Es crucial que el contexto del lenguaje visual esté alineado con el conocimiento del público, adaptándose a los cánones narrativos de cada género. La reinterpretación desempeña un papel clave al adaptar marcos simbólicos y estéticos que reflejan el imaginario cultural, basándose en conceptos como el exotismo (adaptación superficial), la apropiación (toma sin contexto original), la adopción (respeto por el significado), la tradición (respeto simbólico a prácticas históricas), y el colonialismo (imaginario impuesto por otra cultura) (Sandoval, 2022).

Además, otros factores a tener en cuenta son los filtros holísticos o del entorno y otros factores de contexto, donde la información pasa por medio de los sentidos, lenguaje (semiología: relación de significado con la imagen mental) y conocimiento cultural, en el cual los aspectos constructivos de la imagen definen la inteligibilidad del mensaje gráfico (Munari, 2016) (*Ver Figura 1*).

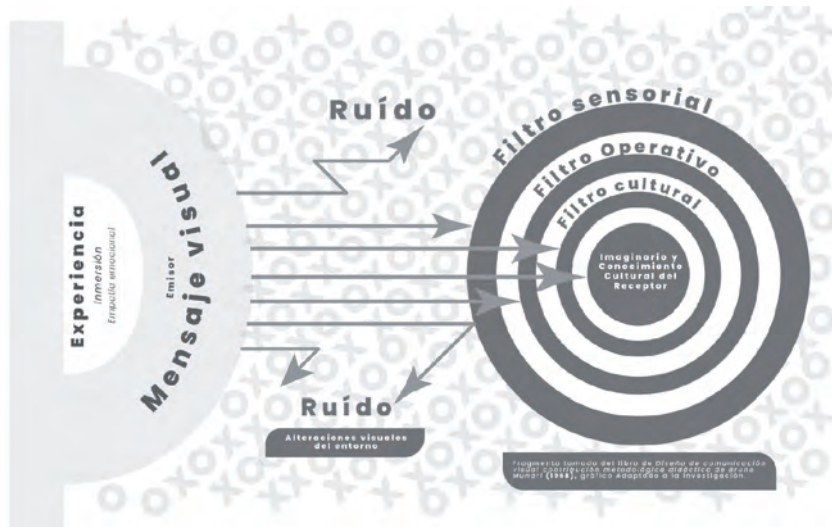


Figura 1. Filtros contextuales que debe pasar un mensaje visual (Munari, 2016) (Fuente: Fragmento tomado del libro de Diseño de comunicación visual contribución metodológica didáctica de Bruno Munari, 1968).

En ese sentido, según lo anterior, los requisitos para crear una historia de porte visual recaen en la -maniobrabilidad de los réditos culturales (imagen, costumbres, historia u otro) seleccionados para reinterpretar y transformar en una historia de autoría autónoma;

- con un fin de autorrealización como autor y profesional (dentro de la pirámide de Maslow el reconocimiento y autosuperación en oficio) y un aporte social o académico (solución a un dilema académico o disciplinar);
- dónde el problema que toca el tema es la aculturación local (desconocimiento o falta de apropiación de la cultura colombiana) en el conocimiento de las figuras míticas, por la transculturación de los productos generados por la creciente globalización del mercado del entretenimiento;
- en donde se llega a que el objetivo de la investigación recae en destacar las bases y aspectos compositivos y conceptuales en la creación de narraciones gráficas, para crear relatos y diseños visuales efectivos que cuenten como base para reinterpretar y proponer historias;
- empezando en relatos basados en leyendas urbanas (*Bogotanas*) con temática de terror u horror, como premisa hacia un aporte social (producto) que inspire y resalte antecedentes ya puestos en el mercado;
- así mismo en el académico donde se analicen aspectos conceptuales pertinentes para la obra (teóricos-técnicos y artísticos) en el cual la intención es dar valor a la identidad y

patrimonio inmaterial un lugar importante dentro de la cultura popular, mediante la creación de narrativas visuales o en su defecto un relato con base inspiracional en el territorio nacional;

- cuyo propósito es dar ejemplo de inspiración para crear e incentivar la industria de la narración gráfica nacional, tomando de modelo o referencia las obras del manga Japones u otras compañías con experiencia en el mercado, empezando por analizar y elegir metodologías que mejor se adapten en la creación de narrativas basadas en la leyenda urbana de Bogotá de la ruta G66 donde se haga uso de aspectos simbólicos, ejecución y apropiación de lenguaje visual relacionado a la creación de relatos del género terror u horror;
- asimismo, comparar antecedentes visuales de productos o resultados gráficos populares y de culto donde se haga un estudio sobre su composición, estética, estilo, discurso, dinámica y coherencia narrativa. Así entendiendo diferentes formas de referenciar y utilizar aspectos históricos-culturales que asistan o apoyen en la reinterpretación de sucesos de la vida real, con el fin de crear relatos propios donde la conexión de diferentes argumentos haga impacto en los giros de trama y desarrollo de la misma, de ese modo definir el canal adecuado para relatar historias gráficas mediante la observación y el análisis de mercado y medios.

Metodología

Para la creación de narrativas visuales es indispensable tener una base argumental reforzada en documentación, ya que la referencia visual del *representamen* debe seguir un margen de referencia inteligible para el público al que se va a dirigir el proyecto, por lo que trabajar sin rumbo, ilustrando elementos al azar que traten de forma banal o sin efecto alguno de comunicar, es algo a lo que no se quiere llegar, por ese motivo es importante tener de modelo símbolos de conocimiento común, así mismo los que son de oriundos de un territorio en específico.

Aun así cabe recalcar que en casos de crear un mito o leyenda propio no necesariamente debe reflejar una cultura o manera de pensar, sino tener aires de referencia, sin embargo, hay ademanes visuales o reinterpretaciones de sumo cuidado que se deben advertir, donde el énfasis recae en el uso de la imagen como una herramienta efectiva para capturar y documentar la cultura, por lo que, es importante trabajar con suma responsabilidad el uso y construcción de estas imágenes por el manejo de los tópicos populares, ya que puede caer en el “etnocentrismo” que es utilizar la imagen cultural de forma negativa mediante juicios e interpretaciones erróneas (peyorativa en el peor de los casos o puede desarrollarse a lo largo del tiempo) donde la falta de comprensión mutua desencadena estereotipos culturales y conflictos interculturales. Por tanto, dentro de la antropología y otros campos de estudio cultural a menudo abordan y critican el etnocentrismo como un obstáculo para la comprensión cultural genuina, en ello se valora evaluar mediante una postura que esté dentro del campo del relativismo cultural, es decir no da por sentado perspectivas o juicios absolutos de entendimiento, ya que todas las creencias, valores y prácticas culturales deben entenderse en el contexto de su propia cultura particular, y que no hay estándares

absolutos para evaluar una cultura como superior o inferior a otra. En otras palabras, el relativismo cultural sugiere que no hay criterios universales que puedan utilizarse para juzgar todas las culturas, ya que cada cultura debe ser comprendida dentro de su propio marco de referencia cultural.

Los relatos orales, ya sean reales o fantasiosos, nacieron de las hazañas y experiencias de miembros destacados de comunidades primitivas, así como de la necesidad de explicar lo sobrenatural en un entorno desconocido. Estos relatos cimentaron identidades culturales al dar sentido a fenómenos inexplicables y hechos históricos, generando mitos y leyendas con valores identitarios y religiosos. Las culturas evolucionaron de forma similar a la especiación de especies, como los pinzones, variando según su entorno. Ejemplos como el mito de la *Torre de Babel* reflejan esta diversidad, mostrando cómo los grupos preservan su identidad, costumbres y tradiciones para sobrevivir y adaptarse en distintos contextos (Sloterdijk, 2006).

En ello se desencadena los pilares esenciales del patrimonio cultural y tradicional de la humanidad, Parte esencialmente intrínseca de la mentalidad colectiva del pueblo, en donde justifican la importancia de la naturaleza, fenómenos naturales, criaturas fantásticas, las virtudes y los talentos humanos, en donde se da posibles explicaciones sobre estas particularidades que son basados en hechos reales o son explicaciones fantasiosas de algún origen, y estos hacen parte del legado imaginario de esa comunidad, además lo más relevante son los momentos de inmersión a la hora de contar estas historias, como por ejemplo las historias de terror en horas nocturnas, por lo que es esencial el ambiente o escenarios donde la atención no se desvíe por su forma de contar la historia y el entorno (trabajo de inmersión) (Ocampo, 2006). Pero, la presentación e innovación de los relatos visuales por medio del diseño interactivo o el tratamiento de la imagen han sido formas eficaces de contar historias.

Además, cuando se trabaja un proyecto narrativo del *género de terror u horror*, es indispensable tener definidos los lenguajes visuales que se van a emplear en el relato, por lo que es un trabajo mediado por la simbología del miedo, íconos representativos e índices cinestésicos o literales, como también las fobias (aversiones irracionales exageradas hacia un objeto o situación), y estas pueden ser voluntarias (desarrollo social en el entorno), involuntarias (instintivas o naturales) o psicológicas (tener un grupo selecto con tendencias o condiciones peculiares), e incluso adquiridas por la experiencia, entonces para comprender la base de los miedos y fobias hay que saber de antemano que estos objetos nominales al género, son una construcción social y cultural, ya que los sentimientos de aversión hacia un elemento tienen una motivación simbólica instruida que puede ir evolucionando tras el pasar del tiempo, o en otro contexto tomar otra faceta (Indart, 1989).

En esa esencia, hay paralelismos inquietantes como lo son las ánimas en Colombia y los “Yūrei” japoneses comparten similitudes como espíritus movidos por sentimientos negativos que trascienden al más allá. Estos seres, conocidos como “Onnen”, son almas que murieron por traición y provocan eventos paranormales en los lugares o personas responsables de su sufrimiento. Los “Onryō” son espíritus vengativos que buscan venganza, similar a maldiciones o lugares marcados por tragedias (Yoda & Alt, 2017).

Cabe recalcar saber las tipologías de mitos y leyenda, ya que son fundamentales para entender la narrativa cultural. Los mitos, transmitidos oralmente, explican el origen de as-

pectos clave de las civilizaciones, como el universo, los dioses, el ser humano, los fenómenos naturales, el fin del mundo, las lecciones morales, las hazañas heroicas y la fundación de naciones. Además de ser explicativos, los mitos justifican creencias religiosas, políticas, estatus sociales y celebraciones, como la llegada de la primavera con el regreso de Perséfone, asociando momentos del año con entidades divinas. También, a través de transformaciones o metamorfosis, transmiten lecciones morales, como los cambios representados por animales en los signos zodiacales (Ocampo, 2006).

Las leyendas son relatos basados en hechos reales que incluyen elementos de fantasía y se sitúan en contextos geográficos y temporales específicos. Suelen otorgar simbolismo a lugares o criaturas, convirtiéndolos en íconos. Existen diversos tipos de leyendas: históricas (eventos relevantes), religiosas (milagros y santos), etiológicas (orígenes naturales o culturales), sobrenaturales (seres y advertencias), urbanas (relatos contemporáneos), y de tesoros ocultos. Su objetivo es explicar lo sobrenatural de forma comprensible, enseñar lecciones morales, advertir sobre comportamientos incorrectos o enaltecer hazañas. Estas leyendas pueden estructurarse como relatos de apariciones, metamorfosis o lugares encantados (Ocampo, 2006), y en este último, las leyendas se hacen presentes en un lugar de origen específico, donde las circunstancias del desarrollo social a través del tiempo justifican el estado socio político la distribución espacial del territorio urbano, la distribución geográfica establece lugares segmentados por funciones específicas donde los sectores guardan jerarquías según las razones, tamaños (delimitaciones sociales) guarden límites imaginarios. Sin embargo hay anomalías que obstruyen la armonía de este sistema, y que mediado a las prestaciones que el lugar tiene se instaure gradualmente oportunidades o beneficios; en el cual las áreas más cercanas al “centro de orden superior” son las que cubren el umbral de demanda mínimo o en simples palabras lugares que satisfacen las necesidades de consumo o servicio (Se analiza las dinámicas por principios de: mercado, tráfico y administración), y estas son menesteres que la población prefiere tener a la mano (distancia: alcance físico del mercado) (Christaller, 2022) (*Ver Figura 2*).

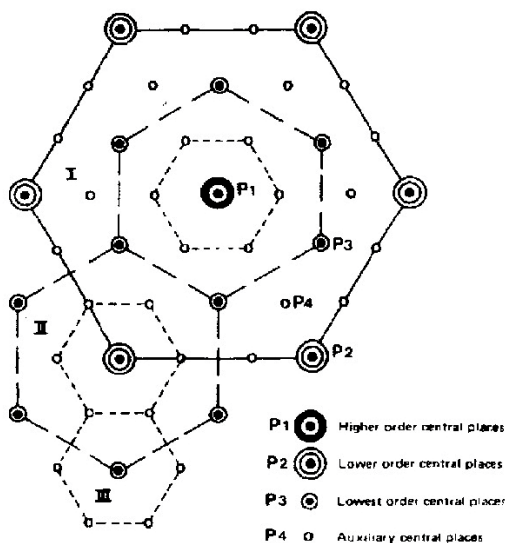


Figura 2.
Esquema ilustrativo sobre la distribución espacial urbana propuesta por Walter Christaller en los Ensayos sobre política económica (Fuente: Teoría de los Lugares Centrales de Christaller, 1966)¹.

Cuando un modelo urbano no sigue el ideal planteado, o por errores sociopolíticos, surgen entornos con experiencias menos agradables, influenciados por antecedentes históricos que afectan la interacción social. Esto lleva a transformaciones en los ambientes y a vínculos emocionales de los habitantes con su entorno, que influyen en comportamientos y relaciones (Tuan, 2011). Así, la interacción con el espacio puede generar apego o rechazo, basándose en factores simbólicos e historias locales, lo cual contribuye a la identidad del territorio y de la comunidad que lo habita. Las marcas históricas de territorios como ciudades, barrios o espacios icónicos surgen de momentos trascendentales, ya sean avances o desgracias sociales. Estos lugares adquieren denominaciones basadas en eventos históricos o simbolismos populares. En el proyecto, se exploran figuras como fantasmas y espectros, relacionados con la percepción colectiva, transmitidos por rumores o relatos populares. Estas apariciones, inicialmente invisibles, se transforman en espectros asociados a crímenes o secretos ocultos, generando leyendas sobre lugares atormentados o misteriosos.

De ese modo, la comunicación interviene en lo visual, que según lo anterior se traduce en imágenes mentales influenciadas en interacciones con el entorno, por ende, la humanidad como especie que se rige bajo una naturaleza social y evolutivamente más sensible a los códigos de la comunicación, han tenido la urgencia o propensión de plasmar y comunicar por medio de la imagen, esta necesidad emergente desde la infancia ha sido inspiración para crear las primeras composiciones que son intentos para retratar la realidad del sujeto, y esto, como un archivo histórico ha sido una herencia de miles de años que ha forjado la biografía del mundo con resultados tanto sobresalientes como interesantes por tener alta incidencia en los diferentes contextos del mundo (Greenway, y otros, 2023). Todo lo ante-

rior, es una construcción cultural para comunicar al receptor por medio de evocaciones, sobre el mensaje visual (Cunill, 2006), por tanto la narración visual es una construcción que requiere datos respaldados por conceptos, metodologías y lenguajes de tipo social, contextual, histórico y simbólico que a continuación, según los requerimientos de construcción del relato gráfico son los conceptos necesarios para tener en cuenta a la hora de la creación del producto, sin antes dejar claro, la importancia del enfoque visual con respecto a la interpretación de la imagen mental del individuo, es decir, que la visión del lenguaje está configurada en su mayoría del aprendizaje adquirido por el entorno (Chadwick, 2001) o predispuesta a la adaptabilidad de sus condiciones de vida y psique, ya que “el sujeto individuo es una construcción propia del lugar y disposiciones a otros canales, que se va produciendo como resultado de la interacción de sus posturas internas y su medio ambiente, y su conocimiento que está apegado a la realidad y moldeado por su pensamiento crítico, por tanto, gran parte de nuestro bagaje y comunicacionalmente están formados por imágenes, pero dependiendo del entorno (experiencias, hogar, hábitos, tradiciones instituciones y medios de comunicación) este enfoque tiene variantes dependiendo de la receptividad y cognición del individuo, donde el resultado es un forjamiento de sentido de pertenencia por un esfuerzo de formar las competencias pertinentes que el individuo debe tener de requisito para la sociedad, y en sí mismo dar propósito a este mismo dentro del ambiente en que vive, y en el caso de que interactúe en un espacio como lo es el urbano, dar denominación significativa a los lugares por fobias o fobias (puede ser grupal, de aquí parte el nombre de las zonas o apodos).

Para empezar a crear la historia a reinterpretar, con los cimientos teóricos necesarios para entender de forma asertiva como abordar la documentación (recolección de información), metodología y tratamiento de la imagen según el requerimiento del proyecto, para ello se bifurcó dos determinantes que son la parte académica y técnica, como también la del estado del arte o antecedentes. En ello, se enfatizó el peso temático que es la creación del contenido o la historia, ya que esta es la que le da forma al imaginario que puede ser retratado de diferentes formas; de aquí parte el término “*storytelling*” que es un recurso esencial dentro del diseño para comunicar una idea o concepto de forma significativa, atractiva y emotiva, por lo que es requisito imperativo para un producto de narración gráfica tenerlo, con el fin de formar esa conexión que es muy importante para exteriorizar los valores, propósito y contexto sobre la historia que se quiere contar, para esto, hay que tener entendido qué elementos inciden en la cotidianidad de los usuarios o espectadores, o en su defecto el bagaje cultural que tienen para interpretar por medio de la “*alfabetidad visual*”, es decir, el lenguaje gráfico que debe tener relación con el input del proyecto (recolección y significado) de los elementos gráficos para trabajar (etapa investigativa) como la proyección del output que es la definición de los elementos efectivos para la comunicación del concepto y aplicación, para ello es importante tener una perspectiva interdisciplinar por temas irremediablemente incidentes como lo es la psicología, sociología, antropología y entre otros, que pueden darle diferentes significados enriquecedores a la historia (Jorge, 2011). Ya que debemos entender que la elección y ejecución de estos elementos que contienen un significado simbólico va ligado a una construcción social. En consecuencia, los resultados visuales deben perfilar factores influyentes como lo es el contexto y narrativa, dos factores claves que dirigen el trabajo del arte, ya que transmite el objetivo o intención

de un hecho o imaginario en escena, y la composición de los personajes, objetos e incidencia del paisaje, acomodados cuentan una historia, o para los más perspicaces y los más cultos, aguarda una segunda historia, por lo que todo esto es un trabajo que tiene como objetivo conectar con la audiencia mediante la inspiración de emociones, comportamientos y curiosidad (*Ver Figura 3*).



Figura 3.
Obra Iván el terrible
y su hijo del artista
ruso Iliá Repin
(1885). La escena
que representa
es el profundo
arrepentimiento
del Zar Iván IV El
terrible, tras herir
mortalmente a su
hijo Iván Ivanovic,
el momento cuenta
que antes del suceso,
hubo un forcejeo
(Fuente: Wikipedia.
Imagen de Dominio
Público).

En otro orden de las cosas, está la ejecución técnica y selección de los elementos en el plano que intentan reflejar asertivamente las emociones en los personajes mediante la expresividad como el lenguaje corporal en los protagonistas de la escena o el contexto del fondo. Y esto se puede ver mejor en las obras de arte en la aplicación de la narrativa y uso de la composición. Estos se han diversificado por medio de la ilustración, storyboard y el cómic, presentaciones variadas que son adaptadas para comunicar bajo lenguajes publicitarios, animación, videojuegos, cine o como asistentes a un texto (portadas, pósteres y otros formatos de presentación editorial o igual, dónde es importante la optimización del mensaje visual con respecto a la imagen), donde es prioritario flexibilizar la imagen con respecto al contenido e intención donde se debe transmitir eficazmente el mensaje con respecto a los objetivos y exigencias de diseño.

Para comprender, cómo trabajar la historia hay que tener entendido su complejidad mediada por el espacio y el tiempo, que estos son medidos por el juicio del artista, algunas de estas categorías son: la narrativa mono escénica, que se centra en una acción (*Ver Figura 4*); narrativa simultánea, la composición muestra más de una acción, sin embargo el es-

pectador debe saber con antelación de qué trata (Ver Figura 5); la narrativa continua, al igual que la simultánea no necesita saber la historia por fácil lecturabilidad (Ver Figura 6); narrativa secuencial, al igual que la continua se divide por viñetas (Ver Figura 7); narrativa sinóptica, en una escena que muestra múltiples acciones, pero se diferencia de la simultánea, en que el espectador necesita tener antes una comprensión de la historia para interpretar la imagen, por lo que utilizar señales es una buena asistencia a la comprensión de la imagen, ya que se utiliza figuras exageradas y repetición de patrones, en resumen puede llegar a ser muy simbolista (Ver Figura 8); narrativa panorámica, toma una escena general con múltiples acciones en secuencia sin repetición alguna (personaje o acción) (Ver Figura 9) y por último la narrativa progresiva que ilustra el paso del tiempo por una secuencia de acciones puestas en una escena (Ver Figura 10) (Greenway, y otros, 2023).



Figura 4. Escena representativa a una escena mono-escénica con la obra “El caminante sobre el mar de nubes” del pintor Caspar David Friedrich (Fuente: Wikipedia, Imagen de Dominio público).

Figura 5. Obra perteneciente al Libro de los muertos, entra dentro de la categoría de narrativa simultánea, ya que narra tres escenas sobre juicio a un muerto donde pasa por el encuentro con Anubis, se pesa el corazón, y luego se ejecuta el juicio del alma (Fuente: El Juicio de Osiris, Papiro de Hunefer; 1275 a. C., Wikipedia, Imagen de Dominio Público).



5



6



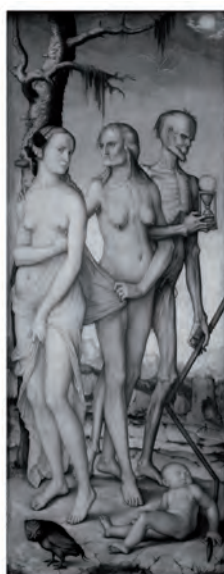
8



9



7



10

Figura 6. La obra es Fiesta de Herodes de Benozzo Gozzoli. El cuadro tiene dos escenas sobre el relato bíblico de la muerte de San Juan Bautista -que en contraste al banquete de Herodes- muestra en simultánea la decapitación del santo (Fuente: Wikimedia Commons, Licencia Creative Commons).

Figura 7. Página tomada de Batman: Noel con ilustraciones de Lee Bermejo, dónde narra en secuencia intuitiva las acciones de los personajes (Imagen ©Lee Bermejo)².

Figura 8. Panel original de la Puerta del Paraíso de Lorenzo Ghiberti. Muestra la historia en múltiples escenas de Adam y Eva en el paraíso y su exilio. Historia de la vida de Adán: el nacimiento de Adán, la creación de Eva y Adán y Eva expulsados del Paraíso (Fuente: Wikipedia. Licencia Creative Commons).

Figura 9. La última cena de Leonardo Da Vinci (1495). Cuenta la interacción entre los 12 apóstoles y Jesús (Fuente: Wikipedia. Imagen de Dominio Público).

Figura 10. Las tres edades y la Muerte de Hans Baldung (1541). La obra ilustra los momentos de la vida humana y la simbología asociada a esta, como el reloj de arena y el búho de la sabiduría (Fuente: Wikipedia. Imagen de Dominio Público).

La formación de estas ideas visuales se moldean acorde al objetivo del creador, y a medida que se va desarrollando el proceso creativo por contraste, puntos focales narrativos se establece una secuencia de lectura que pretende guiar inconscientemente al espectador a leer la intención e historia de la obra, como también dar evidencia sobre la intención de la atmósfera (contexto), puntos de vista (situación del personaje), simbolismo y retóricas visuales, inmersión (romper la cuarta pared inquietando al espectador con el acabado o ilusión que proyecta la pieza visual), uso de la zoomorfología a un personaje o alguna variedad que presente alguna anomalía fuera de la realidad, dirección (sentido y fluidez de lectura de la obra en paralelo al orden de los objetos y personajes en la composición), exageración en acciones o enfoque de la escena, en ese punto, también se rige el humor dónde se pretende exacerbar características o situaciones con el fin de hacer reír o llamar la atención sobre un tema irónico. Otro recurso, es la ambigüedad que deja vestigios o pistas sobre la historia a narrar donde la temperatura (es decir, si una imagen es caliente, significa que tiene más densidad de información, y por el contrario si fría, tiene una menor densidad de información (Walde, 1990) de la imagen según la complejidad o simplicidad del producto visual según el tipo de emoción que se pretende inspirar.

La composición y lectura de elementos visuales se basa en la psicología de la percepción, aplicando principios como figura y fondo, similitud, proximidad, continuidad, clausura y pregnancia. Estas propiedades organizan el recorrido sensorial del cerebro, facilitando la interpretación de formas. Inicialmente, estas características son denotativas, es decir, evidentes, pero luego adquieren un sentido inferencial o connotativo que exige un proceso de decodificación para entender el mensaje (Koffka, 2014), asimismo, el trabajo personalizado de la imagen es esencial para construir un mensaje visual coherente y estéticamente inmersivo. Sus atributos deben alinearse con el tono y temática proyectados, y crear una dirección de arte que influya en la imagen. Esto requiere aplicar atributos visuales como forma y color alineados al significado, logrando así una composición ideal que solucione las necesidades del mensaje. Además, la disposición de los elementos en el plano, deben estar constatados por el equilibrio y tensión que comunica la escena, de esa manera, aportando sentido e intencionalidad, con el fin de facilitar la efectividad del mensaje hacia el lector (Dondis, 1976).

La composición es un factor narrativo clave que enriquece la narrativa gráfica al dar profundidad, ritmo y significado a los detalles. La ubicación y maquetación de estos elementos son fundamentales para equilibrar el mensaje visual de acuerdo al propósito del contenido. Existen reglas basadas en principios naturales, matemáticos y perceptivos que ayudan a medir la composición, tanto cualitativa como cuantitativamente. Un ejemplo es la proporción áurea, utilizada en arquitectura y escultura clásicas, que ofrece un equilibrio armónico. Su versión secuencial, la espiral de Fibonacci, sigue una secuencia numérica (0, 1, 1, 2, 3, 5, etc.) y es aplicada en disciplinas como la arquitectura, la ingeniería y la pintura. Esta espiral dirige la atención hacia puntos focales importantes. Otra regla ampliamente utilizada es la de los tercios, que busca crear composiciones equilibradas y agradables. Se utiliza en pintura, fotografía, cine y diseño, colocando los elementos en las intersecciones de una cuadrícula 3x3. Esto genera contraste y tensión, guiando la atención del espectador hacia los puntos cruciales de la obra (*Ver Figuras 11, 12 y 13*).

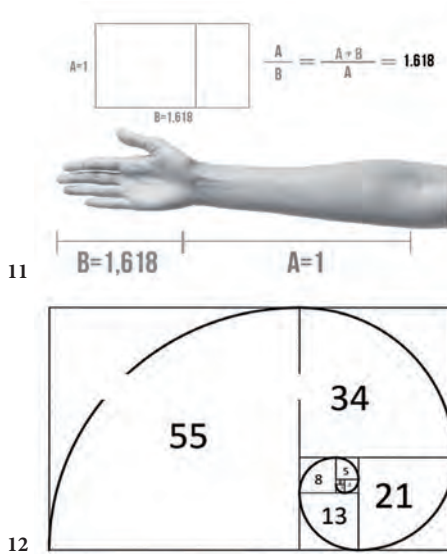


Figura 11. Referencia y aplicación de la proporción áurea (Fuente: Wikipedia).

Figura 12. Espiral de Fibonacci junto con la serie numérica que representa la proporción por cuadrante (Fuente: Wikipedia).

Figura 13. Aplicación de la ley de tercios en una fotografía.

Además de los métodos convencionales mencionados anteriormente, existen otras formas más fluidas como lo son las formas, la escala o proximidad, el ritmo, perspectiva, textura y contraste, metodologías que brindan otros efectos e ilusión, asimismo el color, la luminosidad y los tonos de valor son factores vibrantes que acomodados en la composición deben lograr un balance idóneo que genere el estado de ánimo específico para el espectador, asimismo para captar el interés y transmitir los mensajes o historia al espectador, por lo que la construcción de una escena al igual que la preparación de una receta debe guardar medida en la cantidad de elementos usados sin atiborrar o dejar casi vacía la obra (Greenway, y otros, 2023).

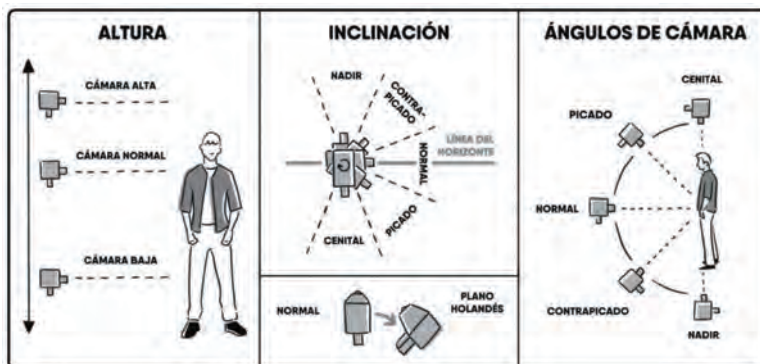
Todo esto, debe tener un proceso reiterativo ya que se debe ser muy crítico con la pieza, ya que a ojo clínico se determina la efectividad del mensaje o historia, como también hay que obedecer a la buena forma (ejecución para que sea atractiva al ojo) que beneficie el resultado de la pieza (acabado), y si aun así hay problemas en solucionar la pieza en cuestión, no es pecado ver referencias que hayan dado posibles soluciones a la pieza del proyecto. En otro énfasis al tratamiento de la imagen narrativa, está la versatilidad del formato cómic, una posibilidad que hibrida por el uso de la imagen ilustrativa.

Otro recurso a tener en cuenta en el tratamiento del contenido en los planos, que en su función se destaca por perfilar momentos y generar atmósferas o tensiones dentro de una escena del relato (Ver Figuras 14 y 15).



Figura 14. Tipos de plano (Fuente: Imágenes recuperadas del libro Aprende a dibujar cómic Volumen 0, 2016).

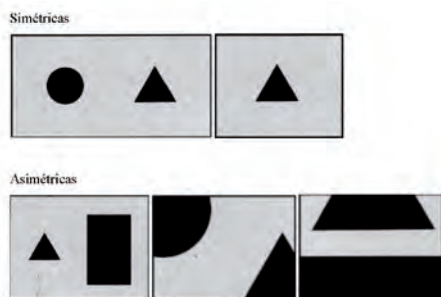
Figura 15. Imagen recuperada de la página web cinedidacta (Fuente: <https://cinedidacta.com/>).



De esta forma, La presentación de los planos pueden tener combinaciones entre la altura y los planos o recortes en donde se pueden establecer zonas de interés, al igual que aplicados la composición de estos dentro de la viñeta pueden llegar a romper esquemas exagerando los puntos de interés por composición o cantidad de elementos.

La tensión que se genera dentro del formato o el equilibrio o asimetría dentro del plano delimitado, son disposiciones estratégicas de los elementos sobre un plano con el fin de priorizar la secuencialidad e importancia cuando se lee una imagen (*Ver Figura 16*).

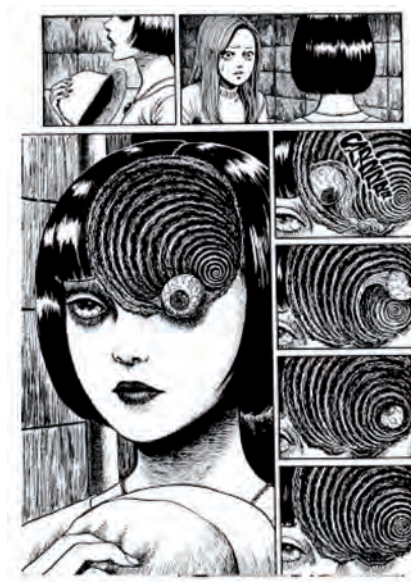
Por lo tanto, el cómic es uno de los formatos de relato gráfico más maleables y adaptables por la visualización, pero el más demandante en calidad en el resultado visual, por tratarse de un trabajo interdisciplinar donde interviene el trabajo del escritor (guionista), diseñador de *concept art* y de personaje, animador (con aptitudes de cineasta), arquitectura y paisajismo, artista e ilustrador para definir artes finales (Rodríguez & Busquet, 2021) (Ver Figura 17).



16

Figura 16. Simétrico-Asimétrico.

Figura 17. Viñetas pertenecientes al manga Uzumaki de Junji Ito (2000) (Fuente: <https://www.eslahoradelastortas.com/uzumaki-integral-de-junji-ito/>. Imagen © Junji Ito).



17

Los productos de narrativa gráfica en los géneros de terror y horror ofrecen experiencias distintas. El terror genera miedo intenso y psicológico por amenazas tangibles y la anticipación de peligro, mientras que el horror provoca aversión visceral frente a lo desconocido o irracional, como monstruos o fenómenos sobrenaturales. Ambos géneros pueden incorporar elementos de drama, suspenso, comedia o thriller, siendo este último destacado por su tensión narrativa, giros de trama y la revelación de misterios, en algunos casos manteniendo una conexión con la realidad (Maldonado, 2020).

Así pues, estos géneros que son muy similares, pero difieren en la forma de inmersión, toman de insumo dos términos psicológicos que son el miedo y la fobia, donde el miedo es una emoción adaptativa en respuesta a los sentidos cuando captan una amenaza real o perceptiva (puede que no haga daño alguno) y por otra parte, la fobia es un trastorno de ansiedad caracterizado por una reacción de miedo desproporcionada o exagerada hacia un objeto o situación (Cardona, 2018). De lo anterior, son condiciones simbólicas del campo de la psicología que incide en la composición visual y literaria.

En ese contexto, tener la idea del producto se tangibiliza en parte a historias o sucesos basados en hechos reales, y estos toman forma producto de los traumas psicológicos por los rumores populares (ansiedad generalizada).

En otro contexto, la cultura popular se ha definido por conocimiento adquirido sobre el estereotipo del villano que es la personificación de lo impuro y pagano establecido por la religión y en el caso global.

En la cultura popular, especialmente en Colombia, el villano es a menudo representado como una figura del mal, asociada con el diablo. Este simboliza la corrupción y las tentaciones, y se manifiesta a través de vicios y sufrimientos, marcando una frontera entre el bien y el mal. Las brujas, por ejemplo, se perciben como servidoras del diablo, realizando rituales paganos y sellando pactos oscuros para obtener beneficios a expensas del bienestar general (Enigmas, 2006). Esta percepción, influenciada por el colonialismo y el cristianismo traído por España, sigue vigente y relaciona los males de la sociedad con seres que buscan desviar las almas hacia el mal.

En ese sentido, la incidencia de la cultura popular en la leyenda urbana de Bogotá seleccionada para el proyecto, la ruta de Transmilenio G66 tiene tintes de apropiación cultural por asociar icónicamente al número de la bestia 666. En añadidura, según relatos, entre las 2 y las 3 a.m., un bus morado sin conductor ni pasajeros aparece en las rutas del sur, especialmente en la estación de la Av. Jiménez, continuando hasta desaparecer en Soacha. Este bus, que solo se ha reportado desde 2014 (MD, 2021), se considera un presagio de desgracias. En 2019, un joven subió al bus tras una fiesta y nunca se le volvió a ver, alimentando la creencia de que quienes abordan el bus desaparecen sin dejar rastro (Castro, 2023).

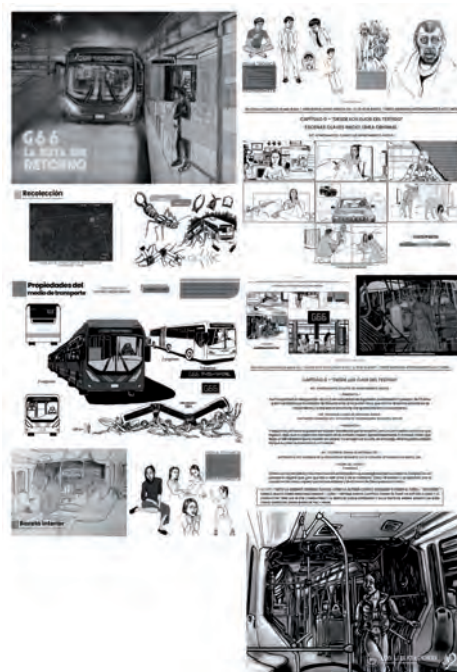
Resultados

Se propuso exponer como solución al proyecto un *Artbook* donde se deja en evidencia la construcción del concepto visual y la historia alrededor de la leyenda del G66, pero sin antes decir que el preludio del proyecto fue en énfasis al evento de *Imago Festival 2* que

dejó resultados destacados. Asimismo, el proyecto se presentó en el *Encuentro Nacional de semilleros de Redcolsi 2022–2023 en Bogotá y en Medellín*, en el *8° Encuentro de Investigación en Diseño, Comunicación, Creatividad, Publicidad y Mercadeo en las Sociedades del Conocimiento*, en el *Congreso de Enseñanza del Diseño 2023 en Argentina* y el *4° Congreso internacional de investigación en diseño Horizon+(es) Maestría en Diseño–UNAL* (4° Congreso internacional de investigación en diseño Horizon+(es) (Disponible en: <https://youtu.be/6PxbOGa66Sk?si=3LpF9M9NB1162Bvk> / Conferencias DC-Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño XIV edición, en Intervalo de tiempo en exposición: 56:29 – 1:13:57): <https://www.youtube.com/watch?v=n273XL1UMYA&list=PLIDq9Jx6lKHebSlic6umqwlVZOtYqCsjc&index=34>) (Ver Figuras 18 y 19).



18



19

Figuras 18. Presentaciones del *Proyecto Artbook*. **Figura 19.** Muestra del *Artbook* presentado.

Opiniones sobre el producto

La mayoría de los comentarios destacan en apoyo y buen recibimiento hacia el *Artbook* por su proceso creativo y aplicación de los datos recopilados para la creación del relato. Estos son algunos comentarios que dejaron algunos espectadores que opinaron.

“Me parece un trabajo bastante completo, personalmente el tema me resulta atractivo, al tratar de generar una apropiación de nuestra propia cultura e historias, ubicándose en este caso en la categoría del misterio; también me llama la atención el profundo análisis que se realiza de cada elemento en particular que interviene en la narración, conocer la historia de Transmilenio, sus rutas y el tipo de personas que lo usan, hicieron que la construcción de los personajes y la narrativa en general, a pesar de ser ficción, se pueda percibir muy cercana a la realidad.” (Alejandro Triana, estudiante de Diseño Gráfico de la FULL, 2024).

“Es bastante interesante la construcción de la narrativa y la forma en que se construye la historia de forma gráfica, en donde explica tanto las razones del proyecto, como en qué se destaca la historia, además es muy enganchador leer la historia detrás de los personajes y las representaciones ilustrativas de los actores.” (Natalia Cifuentes, estudiante de Hipermedia de la FULL, 2024).

Discusión

El público objetivo incluye lectores casuales, pero se centra en adultos con preferencias específicas y afinidad por temáticas maduras. Entre los perfiles están el **comprador amateur**, atraído por la estética del producto; el **coleccionista avanzado**, crítico y activo en foros y convenciones *Geek*; el **experimentado**, con años de experiencia, una extensa colección y obras propias; y el **coleccionista exclusivo**, que busca piezas raras y de alta gama, frecuentemente en subastas. Cada perfil muestra distintos niveles de compromiso y experiencia en la cultura *Geek*.

Definición del público objetivo

- **Consumidores (perfil para mi producto):**
 - **Primario:** Nervios de acero o masoquistas miedosos que gusten del subgénero survival horror.
 - **Secundario:** Simpatizantes de obras de aventura y acción cinematográficas en el que el eje del producto sea el desarrollo de la historia por medio del suspenso.
 - **Terciario:** Consumidores de películas o videojuegos interactivos.
 - **Cuaternario:** Consumidor casual

Buyer

Luis Alejandro Medina Martinez

Puesto Diseñador gráfico y gestor de piezas de publicidad.

Especificaciones básicas:

Género: Masculino.

Estado civil: soltero.

Personalidad: Introvertido, enérgico, apasionado hacia sus gustos y curioso.

Ingresos anuales: 2'500.000 a 3'000.000.

Edad: Entre 18 y 24 años.

Nivel de educación más alto: Título universitario parcial.

Industria: Publicidad.

Tamaño de la organización en la que trabaja: Entre 51 y 200 empleados

Redes sociales: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Pinterest

Herramientas que necesita para trabajar

- Software de CR.
- Programas de diseño (Suite adobe).
- Gestión de proyectos.
- Sistemas de gestión de contenido Servicios de almacenamiento en la nube.
- Correo electrónico.
- Programas de procesamiento de texto.

Canal favorito de comunicación

- Redes sociales.
- En persona.
- Correo electrónico.
- Teléfono.

Su trabajo se mide en función: de Creación de piezas y definición de artes finales para expedirlos en productos para uso comercial.

Responsabilidades laborales: Creación y gestión de piezas gráficas para mercadeo, información interna y publicidad.

Metas u objetivos: Su proyecto personal es crear un cómic con el impacto del manga japonés y el posicionamiento de grandes industrias gráficas, incorporando ciudades colombianas y figuras míticas del folclore. También desea escribir y desarrollar conceptos visuales para videojuegos de terror y aventura. Además, quiere tener un PlayStation 5 para ampliar su colección de juegos de terror y disfrutar de sus gráficos.

Su superior es: Director de arte y jefe de publicidad.

Obtiene información a través de: Por medio del contacto con el cliente, investigación campo sobre tendencias y cultura popular del momento, con el fin de armar un *Brief*.

Dificultades principales

- Comunicación.
- Gestión de proyectos y falta de organización.
- Resolución de problemas y toma de decisiones.
- Recursos Colaboración y creatividad.
- Desarrollo profesional.

Antecedentes

Ha sido apoyado por sus padres moral y académicamente en la elección de su carrera y vocación. Sin embargo, las cosas no se le dieron cuando aplicó a una casa animadora, por lo que optó trabajar provisionalmente en una agencia de publicidad, mientras adquiere experiencia y nivel para volver aplicar o también incursionar de forma independiente en la narrativa gráfica.

• Aficiones

- Cómic y mangas del género de terror y horror.
- La ilustración gráfica.
- Series animadas y películas.
- Música clásica del rock y pop, como también soundtracks de openings o endings de animes.
- Coleccionar figuras de sus películas favoritas y series animadas.
- Jugar videojuegos: Tiene una Nintendo switch.
- Practica deportes como el ciclismo amateur y senderismo.
- Coleccionar posters de películas, series y videojuegos.

• Juegos de vídeo favoritos

- Resident evil.
- Mortal Kombat.
- Fatal frame: maiden of black water.
- Outlast.
- Little Nightmares 1 y 2.
- Agony.
- World of horror. Remothered: Broken Porcelain.

Métricas sobre el posicionamiento popular de figuras míticas y legendarias en Colombia Consumidores y no consumidores

Se realizaron encuestas para conocer la opinión del público sobre productos de la cultura *Geek*, específicamente cómics. La muestra consistió en 34 personas a quienes se les presentó un escenario hipotético con dos obras: una popular y otra emergente de la cultura nacional, para comparar sus posturas y preferencias respecto a estas narrativas gráficas (Ver Figura 20).

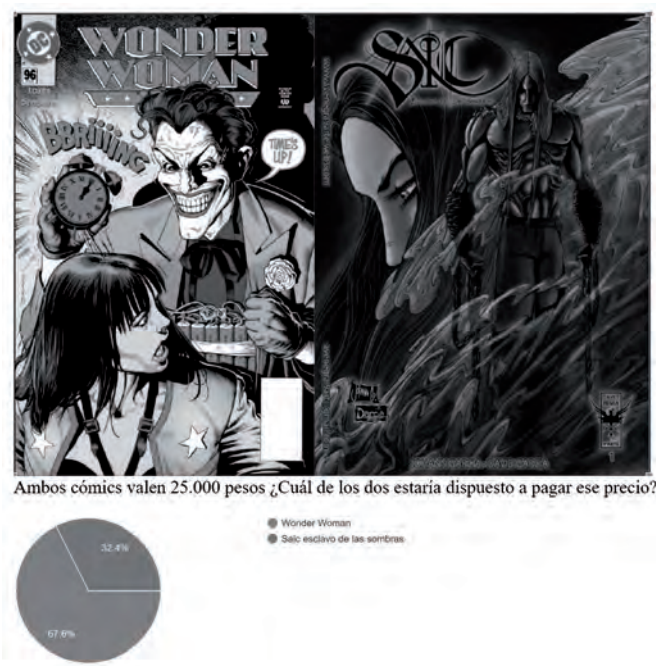


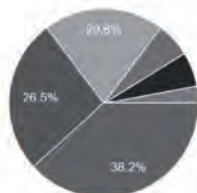
Figura 20.
Ambos cómics valen 25.000 pesos ¿Cuál de los dos estaría dispuesto a pagar ese precio?

La encuesta evidencia que más del 50% de la muestra prefiere el producto de la editorial DC por el posicionamiento y fuerza de conocimiento sobre los personajes, además que el Joker es una personalidad bastante llamativa y atractiva a nivel popular entre las personas del común.

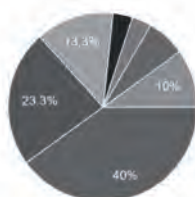
Ahora, pasando a la preferencia de las bases culturas que son objetos de reinterpretación para crear historias y son conocidas por el conocimiento colectivo, pasamos a cuál es de su preferencia (Ver Figuras 21 y 22).

En qué rango de edad está?

34 respuestas



De los siguientes mitos y leyendas ¿Cuál es tu preferida?
Muestra: 30 personas.



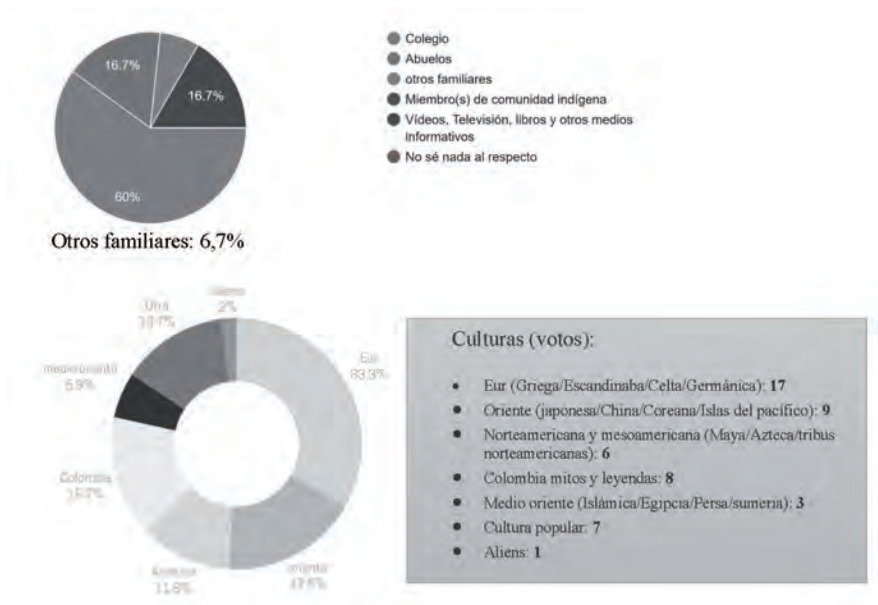
Azteca, Maya e Inca: 3,3%
Cristiana: 3,3%
China: 6,7%

Figuras 21 y 22.

En que rango de edad esta? / De los siguientes mitos y leyendas ¿Cuál es tu preferida?

Las mejor recibidas son la griega, nórdica y japonesa en la cual la colombiana ocupa el cuarto puesto.

Pasando a los entornos de enseñanza, con el fin de saber cuáles son los espacios más utilizados para enseñar o divulgar sobre la mitología y las leyendas de Colombia, estos fueron los espacios en los cuales coinciden con los entornos de enseñanza o con el contacto de personas veteranas en el tema (Ver Figuras 23 y 24).



Figuras 23 y 24. ¿Dónde escuchaste o aprendiste sobre la existencia de los mitos y leyendas de Colombia? / A creadores de contenido visual (Artistas, diseñadores e Ilustradores) Si ustedes hicieran una historia con base narrativa (inspiración) cultural a alguna cultura a nivel mundial, en donde tomen su bestiario, deidades, leyendas, costumbres o estética ¿cuál sería de su preferencia?

Implicados (Ver Figura 25):

- Diseñadores y creadores de contenido (creadores): El rol que ocupan serían de intermediarios para crear los productos que enlacen el interés por la cultura local y las reinterpretaciones del artista
 - Dibujantes y escritores.
 - Amantes de la cultura *Geek* lectores y consumidores de productos de entretenimiento aspirantes.
 - Diseñadores.
 - Escritores.
- Consumidores (simpatizantes): Su influencia va relacionada en el mercado y es baja su influencia ya que hay un volumen reducido que gusta del tema, pero aun así tienden a estar fidelizados con las culturas extranjeras
 - Cultura *Geek*.
 - Manga.
 - Ilustradores y artistas conceptuales.
 - Diseñadores gráficos.

- Retractores: Tienen una gran influencia ya que hacen parte esencial del movimiento de mercado que ya tiene posicionamiento las grandes industrias del entretenimiento frente a un producto relacionado temáticamente a la cultura local (Colombia).
 - Fidelizados a las grandes industrias del entretenimiento.
 - Las personas que no gustan del terror por tener la percepción estereotipada de ser películas en su mayoría del género gore, Slasher o paranormal y por ese motivo algunos no le ven sentido o siente aversión hacia estas obras.
 - Población que tiene una tradición rígida respecto al relato (sucede si la historia hace parte de la religión o creencia).
- Afectados:
 - La cultura inmaterial de Colombia.

	Influencia baja	Influencia alta
Alta importancia	Ilustradores y artistas conceptuales - Población que tiene una tradición rígida respecto al relato (sucede si la historia hace parte de la religión o creencia) - seguidores de la cultura colombiana, antropólogos y sociólogos – Eventos de cultura Geek u Otaku.	Dibujantes y escritores de relatos gráficos - Fidelizados a las grandes industrias del entretenimiento - personas que no gustan del terror por tener la percepción estereotipada de ser películas en su mayoría del género gore, Slasher o paranormal y por ese motivo algunos no le ven sentido o siente aversión hacia estas obras.
Baja importancia	Medios tradicionales.	Padres de familia - Consumidores influenciados por los productos de las grandes industrias – Cultura general de elementos simbólicos narrativos visuales de películas, libros, series y videojuegos.

Figura 25. Relación de implicaciones e implicados.

Soluciones futuras y proyecciones:

- Campañas publicitarias por medio del marketing digital (medios digitales) Luego de un posterior ejercicio de diseño y creación del producto (sabiendo que el tema es la cultura de los relatos y costumbres de Colombia).
- Eventos especializados en el tema, dando importancia a la misión de promover la creación por medio de la adopción de las temáticas.
- Patrocinios de marcas relacionadas al arte o incluso eventos tradicionales o patrimoniales, e incluso programar actividades y rúbricas relacionadas a la creación de estos relatos.

Estructura del Artbook

- Portada.
- Contenido.
- Prefacio.
- Introducción.
- Contexto.
- Construcción de la narrativa.
 - Sobre la ruta maldita.
 - La fría calle de Bogotá
 - Puertas paganas.
- Diseño visual de la historia.
 - Características simbólicas.
- Planeación de la historia.
 - Storyboard.
 - Guion descriptivo.

Conclusiones

- La creación gráfica de una narrativa se basa en símbolos del género, contexto del autor, tono visual y el público objetivo, considerando también obras similares como referencia para definir el estilo y la representación visual acorde al relato.
- Gestionar un proyecto de narrativa visual bajo herramientas y metodologías de diseño, en donde el trabajo sistematizado en etapas se adapte a las necesidades del proyecto, asimismo tener de referencia los cánones visuales pertinentes, donde se analice y compare el proyecto con obras similares y evaluar el canal propicio para exponer el proyecto al público.
- La aculturación puede surgir de la transculturación cuando no se tiene claro el sentido de pertenencia, lo que puede llevar a apropiar elementos culturales sin comprensión adecuada, causando reinterpretaciones etnocentristas u ofensivas a comunidades con tradiciones fuertes. Es crucial basarse en una investigación cultural profunda al crear productos inspirados en la cultura local. Estos deben resaltar características identitarias, equilibrando el entretenimiento con un mensaje que promueva la identidad cultural y social, dejando un propósito significativo.

Notas

1. Christaller, W. 1966. *Central Places in Southern Germany*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
2. Batman: Noel (2011) Dc Comics. De Luxe edition. Con ilustraciones de Lee Bermejo. Inspirado en el clásico Un cuento de Navidad de Charles Dickens.

Referencias bibliográficas

- Cardona, R. A. (22 de Mayo de 2018). *YouTube*. Obtenido de Diferencia entre fobia y miedo: <https://www.youtube.com/watch?v=jaGMoiXYqQE>
- Castro, V. (06 de Marzo de 2023). G66: *historia detrás del mito sobre misterioso ‘TransMilenio fantasma’ en Bogotá*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/g66-de-transmilenio-mito-del-misterioso-bus-fantasma-en-bogota-747128>
- Chadwick. (2001). *La psicología de aprendizaje del enfoque constructivista*. CDMX: Centro de Estudios Educativos, A.C.
- Christaller, W. (4 de Febrero de 2022). *Ensayos sobre política economía - Teoría de los Lugares Centrales de Christaller*. Obtenido de Youtube ; La guía ; Studocu ; Scielo: https://www.youtube.com/watch?v=o_IFfmbBdc ; <https://www.studocu.com/co/document/fundacion-universitaria-compensar/fundamentos-economicos/ensayo-economia/38069024> ; <http://www.scielo.org.co/pdf/espe/v31nspe70/v31n70a3.pdf> ;
- Cunill, E. L. (2006). *Semiótica y comunicación del miedo*. Barcelona: Anthropos.
- Dondis, D. (1976). *La Sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Enigmas. (2006). *Satanismo y brujería*. Bogotá: Panamericana Editorial.
- Greenway, T., Morse, S., cartwright, J., Rigby, S., Barker, P., Lewis, M., ... Lay, D. (2023). *Artist's Master series Composition & Narrative*. United Kingdom: 3dtotal Publishing.
- Gutierrez, H. (15 de Diciembre de 2020). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=XVynPuPAZk>
- Indart, J. C. (1989). *semiótica del objeto fóbico*. Buenos aires: argentina Ediciones Nueva Visión.
- Jorge, F. (2011). *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires: Ediciones: Infinito.
- Kleon, A. (2017). *Roba como un artista*. Barcelona: Gustavo Gili GL.
- Koffka, K. (2014). *Principles of gestalt psychology*. Abingdon: International Library of Psychology.
- Maldonado, F. (20 de Julio de 2020). *YouTube*. Obtenido de Diferencias entre Terror, Horror y Thriller: <https://www.youtube.com/watch?v=trz3su4xSd>
- MD, P. (23 de Septiembre de 2021). *Youtube*. Obtenido de Camilo MD: <https://www.youtube.com/watch?v=8PmA7Y1x7Dg>
- Munari, B. (2016). *Diseño de comunicación visual contribución metodológica didáctica*. Barcelona: Gustsvo Gilis.
- Nanda, S. (1987). *Antropoloogía cultural*. Boston: Grupo editorial iberoamérica.

- Ocampo, J. (2006). *Mitos y Leyendas Latinoamericanas*. Bogotá: Plaza & Janes Editores Colombia S.A.
- Orozco, A., & Ardila, C. (2008). *Mitos y leyendas de Colombia*. Colombia: Editorial Educativa Kingkolor S.A.
- Parry, R. L. (2017). *Ghosts of the Tsunami*. New York: MCD.
- Rodríguez, J., & Busquet, J. (2021). *Aprende a escribir guiones*. Mallorca: Editorial Dolmen.
- Sandoval, C. (2022). Exotismo, Apropiación, adopción, Tradición. Bogotá, Colombia.
- Sloterdijk, P. (2006). *En el mismo barco*. Madrid: Ediciones Siruela.
- Tuan, Y.-F. (7 de Abril de 2011). *EL BLOG DE JOSÉ FARIÑA URBANISMO, TERRITORIO Y PAISAJE*. Obtenido de Topofilia y entorno: <http://geoburan.blogspot.com/2011/04/topofilia-y-entorno-yi-fu-tuan.html#:~:text=Yi%20Fu%20Tuan%20vuelve%20a,el%20valor%20del%20hombre%20mengua>.
- Walde, L. (1990). Aproximación a la semiótica de Charles S. Pierce. *Acciones textuales Revista de teoría y análisis*.
- Yoda, H., & Alt, M. (2017). *YUREI ATTACK! Guía de supervivencia de los monstruos japoneses*. Madrid: Quaterni.

Abstract: The composition and design of graphic narratives have the role of telling through the illustrated image (figurative, abstract, photographic or in another artistic style) perspectives or allegorical moments to the story or everyday life that the author intends for interest of personal or professional nature to make known an experience or idea to its interpretation for the public, where the value revolves around its argumental richness in the result that is a harmonious grouping of unique symbolism of reference, where the narrative thread or sense of the work, art, direction and purpose are the pillars that make up this product. In this sense, the stories must have an inspirational base formed by one or several ideas of allusion (it must be understood that nothing under the sky is new, but that a good idea is made in relation to several models (Kleon, 2017)) and rules in the graphics that, as in the grammar, must be clear about the type of communication that must be conveyed to the spectator.

Keywords: Reinterpretation - Immaterial culture - Graphic narrative - Visual message - Symbolology - Storytelling - Myths and legends

Resumo: A composição e o design de narrativas gráficas têm o papel de contar através da imagem ilustrada (figurativa, abstrata, fotográfica ou em outro estilo artístico) perspectivas ou momentos alegóricos à história ou ao cotidiano que o autor pretende por interesse de natureza pessoal ou profissional dar a conhecer uma experiência ou ideia à sua interpretação para o público, onde o valor gira em torno de sua riqueza argumental no resultado que é um agrupamento harmonioso de simbolismo único de referência, onde o fio narrativo ou sentido da obra, arte, direção e propósito são os pilares que compõem esse produto. Nesse sentido, as histórias devem ter uma base inspiradora formada por uma ou

várias ideias de alusão (deve-se entender que nada sob o céu é novo, mas que uma boa ideia é feita em relação a vários modelos (Kleon, 2017)) e regras no grafismo que, assim como na gramática, devem ser claras quanto ao tipo de comunicação que deve ser transmitida ao espectador.

Palavras-chave: Reinterpretação - Cultura imaterial - Narrativa gráfica - Mensagem visual - Simbologia - Storytelling - Mitos e lendas.
