



YUDITH CECILIA JAIMES CARVAJAL COD. 60264347 - Estudiante

JOHN ALEXANDER BENAVIDES BERNAL - Docente Asesor

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE INGENIARÍAS Y ARQUITECTURA
DISEÑO INDUSTRIAL
PAMPLONA, DIC 2022.**

Resumen

El objetivo principal de este trabajo es poner en práctica y desarrollar nuestras capacidades y habilidades, tratando de reflejar todo lo aprendido durante la carrera de Diseño Industrial y el Diplomado en Diseño Digital e Industria Creativa en la Universidad de Pamplona. Se trata de una estrategia de comunicación que permita plasmar el proyecto del Concurso Coloreando por Santurbán, para lo cual hemos creado tres personajes que faciliten la conexión de la infancia y adolescencia con temas ambientales, especialmente la riqueza natural que encontramos en los páramos.

Palabras clave

Páramo, Santurbán, web 3.0, infancia, agua.

Abstract

The main objective of this work is to put into practice and develop our skills and abilities, trying to reflect everything learned during the Industrial Design degree and the Diploma in Digital Design and Creative Industry at the University of Pamplona. It is a communication strategy that allows the project of the Coloring for Santurbán Contest to be captured, for which we have created three characters that facilitate the connection of childhood and adolescence with environmental issues, especially the natural wealth that we find in the moors.

Keywords

Páramo, Santurbán, web 3.0, childhood, water.

Agradecimientos

Gracias, gracias, gracias... Al Todopoderoso y a mi familia por su apoyo incondicional para alcanzar este sueño. A Jhon Eddison Ortega por ser un gran compañero de vida, por esta espectacular idea de Coloreando por Santurbán y por ser mi ejemplo a seguir en esto de la constante formación. A todos las niñas, niños, padres de familia, tutores, docentes de las instituciones que participaron, los compañeros de proyecto y profesionales por hacer parte de esta gran experiencia. A mis amigos y profesores de la Unipamplona que con alegría me animaban a culminar. Y en especial a mis dos ángeles, el del cielo y de la tierra; quienes me motivan y hacen posible el estar hoy aquí. ¡Gracias a todos de corazón!

Índice

	Pág.
Introducción	4
Objetivos	4
Justificación	5
Metodología	6
Desarrollo del proyecto	6
Estado del arte	6
Concept art	8
Inspiración	8
Elementos icónicos	9
Paleta de Colores	9
Marca Personal, logo y universo gráfico	9
Primer acercamiento	10
Storytelling una estrategia necesaria	11
La segunda es la vencida	12
Un nombre, una historia	13
Definición del Logo final del Concurso	14
Perfil de los personajes	15
Escenarios	16
Página Web	16
Propuesta inicial de página	17
Montaje de la página	18
Conclusiones	18
Página definitiva	19
Referencias bibliográficas	20

Introducción

Una estrategia de difusión y comunicación para el fortalecimiento del Concurso Coloreando por Santurbán, se plantea como el proyecto requisito para optar al título de Diseño Industrial; el cual refleje los conocimientos adquiridos y nos permita ponerlos en práctica para generar una propuesta enmarcada en el diseño digital. Lo anterior, después de estudiar las diversas posibilidades de incursionar en la industria creativa, como un nuevo mercado en el cual nuestra carrera tiene mucho que aportar.

El Concurso Coloreando por Santurbán es una idea del Diputado ambientalista Jhon Eddison Ortega y la Fundación Ciudadanos Azules Internacional, que surge a inicios del 2021 como respuesta a la necesidad de motivar en infancia y adolescencia una consciencia, responsabilidad y compromiso con el medio ambiente, para que conozcan la amenaza de la mega minería en el territorio, se apersonen y defiendan su derecho al agua.

Objetivos

Objetivo General

Aplicar una estrategia de difusión y comunicación de los resultados alcanzados con el desarrollo del Concurso Coloreando por Santurbán.

Objetivos específicos

1. Sistematizar la información relacionada con el Páramo de Santurbán, su importancia, el Concurso Coloreando por Santurbán y el impacto generado en la región.
2. Desarrollar la estrategia más adecuada para el fortalecimiento y difusión de los resultados obtenidos en Concurso Coloreando por Santurbán.
3. Implementar la estrategia seleccionada para el fortalecimiento del Concurso Coloreando por Santurbán y difusión de las obras de los niños ganadores.

Justificación

La publicidad ha sido la clave para incluírnos a todos en la modernidad de los aparatos y las ideas: todas las tecnologías han sido presentadas por la publicidad (García, 2012). No existe idea exitosa que no haya sido primero promocionada; porque de nada servirá tener el mejor producto o servicio si este no es conocido, para luego si ser consumido por las masas.

El Concurso logró una amplia participación de niños y adolescentes en la región, y de nada serviría todo este esfuerzo tanto de la organización, como de los participantes, sus padres, tutores, docentes, instituciones educativas, líderes comunales, entidades de apoyo y empresas involucrados; sino trabajamos para que esto sea conocido por la humanidad. Surge la necesidad imperante de promocionar Coloreando por Santurbán como el gran proyecto que es; un auténtico espacio donde miles de niños con sus colores expresaron su visión de esta riqueza natural, sus comprensiones del cuidado y obligación de propender su protección. Sus voces deben ser escuchadas, de manera masiva, por lo que debemos recurrir a los medios de comunicación.

En los últimos tiempos los medios de comunicación tradicionales han sido desplazados por los medios digitales, pues estamos en una sociedad que busca la inmediatez, interacción y universalidad de la información; esto ha llevado a que toda una sociedad, pero sobre todo su industria se replantee. Es así como surge el desarrollo de estrategias digitales, pues cada año son más las personas que tienen accesibilidad a este tipo de medios (Chona y Gross, 2013).

La lucha socioambiental contra la megaminería en el Páramo de Santurbán ya ha librado batallas jurídicas y de resistencia social. Ahora es el momento que la infancia que ve amenazado su futuro se exprese. El uso de la lúdica en ambientes que no lo son, para que a través de experiencias de juego, retos e incentivos se motive a modificar su conducta (Chacón et al, 2019); nos permite que este tipo de temas sean abordados de una manera mucho más placentera y con resultados que trascienden en una comunidad. Masificar y gamificar la información para que la protección del Páramo se siga convirtiendo en una consigna de los habitantes de la región principalmente los menores; fue este el objetivo de El Concurso Coloreando por Santurbán, que requirió el uso de estrategias digitales para lograr esa gran participación, y ahora debe continuar aplicándola para la promoción de sus resultados.

Metodología



De acuerdo a la necesidad hemos decidido aplicar la Metodología Agile, que está enfocada especialmente para la entrega de proyectos cuando se desarrolla software, pues tiene como principal característica la adaptabilidad de sus procesos durante el desarrollo, sin importar si se trata de solo alguna funcionalidad o una total solución. Sus principales pasos son analizar, diseñar, desarrollar, integrar, probar. Ideal porque no es un proceso limitado, sino permite trabajar de forma repetitiva facilitando la retroalimentación y garantizando a futuro un buen desarrollo (Rad y Turley, 2019).

Entendiendo que no contamos con mucho tiempo para presentar los resultados del ejercicio final del Diplomado en Diseño Digital e Industria Creativa, esta metodología permite establecer ciclos de trabajo cortos, donde se realiza una mejora continua a manera de iteraciones.

Desarrollo del proyecto

Estado del arte

El estado del arte es la primera actividad que debe desarrollar toda investigación y su objetivo es dar cuenta de las investigaciones que se han realizado sobre un tema específico (Ramírez, 2021). En este caso vale revisar ¿Cuáles han sido las experiencias exitosas de los niños colombianos en la movilización ambiental?



(Mangiapane, 2020)

Greta Thunberg es la activista ambiental sueca de 19 años que se ha tomado el mundo; en el 2018 inició con las huelgas por el clima y ha despertado un movimiento especialmente de jóvenes, motivados a luchar por sus comunidades y demandando a los gobiernos enfrentar el cambio climático. (Aşiran, 2019).



(Zapata, 2022)

Francisco Vera Manzanares, con solo 12 años es el activista más reconocido en Colombia. Fundador del movimiento Guardianes por la Vida que promueve acciones para mitigar el impacto del cambio climático. "son solo un canal para difundir mi mensaje, yo no me concentro demasiado en las redes sociales, me concentro más que todo en las acciones en el territorio, es allí donde se hace el verdadero activismo" aclara a (Gamboa, 2022).



(Calderón, 2022)



(RTVC, 2022)

Josué Arias Calderón, influencer de 9 años miembro de Cumbres Blancas Colombia, organización ambiental que divulga y trabaja para la conservación de los glaciares. “Es importante que nosotros los niños, que somos la nueva generación, nos interese por el medio ambiente, porque es el ecosistema que nos están dejando los adultos... Ahora somos muchos niños ambientalistas y seremos más” respondiendo en entrevista (Pavas, 2022).

Frailejón Ernesto Pérez, hace parte de la serie 'Cuentitos Mágicos', producto de RTCV - Señal Colombia que ha logrado conectar con su pegajosa canción. Un ejemplo de cómo Internet puede ser una herramienta para compartir conocimientos y usar las redes sociales con sentido. “Gracias a esta movilización digital, la gente ha empezado a cambiar sus hábitos” puntualiza (Argáez, 2022).

En estos tiempos es evidente la gran necesidad de una cátedra ambiental en todos los niveles educativos, pero principalmente en la infancia, ya que todos los conocimientos adquiridos en esta etapa influyen positivamente a lo largo de su existencia y con injerencia en su entorno (Carmona, 2020).

En cuanto a que los niños hagan parte de las movilizaciones en la lucha contra la crisis climática, el Comité de Naciones Unidas para los Derechos del Niño manifestó su apoyo, recordando que tienen todo el derecho y amparo legal para que “sus voces sean escuchadas y tomadas en cuenta” (EFEverde, 2019).

En la primera etapa “Analizar”, se procedió a compilar y examinar la información existente del proyecto, para definir cuál debería ser plasmada en esta nueva fase de presentación de resultados. Teniendo en cuenta que ya se cuenta con una página web del concurso, pero la información allí publicada databa del proceso de promoción y de inscripción; se hace necesario rediseñarla y que sea ella la estrategia de comunicación para socializar el proyecto, las obras ganadoras y los alcances que tuvo.

Concept art

Para la siguiente, etapa de diseñar, entramos a la fase de conceptualización, entendiendo que cualquier boceto (figura 2, 3 y 4), croquis o ilustración realizado a lápiz o con cualquier otro material, es considerado concept art y su fin principal es representar una idea o diseño en su etapa inicial (García, 2018).



2. Primer boceto del Concurso



3. Boceto posterior del Concurso



4. Definición del nombre Concurso

Inspiración

En muchas culturas indígenas, el oso andino es considerado como el hermano mayor del hombre y el guardián de los bosques. Ucumari es el nombre utilizado para esta especie y varía de acuerdo a la región. En lenguaje inca o quechua Ucu significa hueco y como no conocían anteojos, era el oso-con-huecos-en-sus-ojos (Pérez, 2001).

(Meme dame una razón para proteger los páramos, s. f.)

– Dame una razón para proteger los páramos

– Pues...



Elementos icónicos

Es fundamental que se encuentre representado el oso de anteojos, el agua (gota), el planeta, los frailejones y el bosque alto andino.



5. (Carrillo, s. f.)



6. (Anonymous, s. f.)



7. (Mejía, s. f.)

Paleta de Colores

Entendiendo que la tendencia de color principal de este año está inspirada en la naturaleza y que nuestro proyecto es netamente ambientalista, nuestra paleta de colores estará entre la gama de los verdes, azules y tonos tierra (Obtener colores de imagen online, s. f.).

Primará mayormente el verde menta / salvia suave, un fresco color pastel que relajará, bajará instantáneamente la presión arterial, hará olvidar los pendientes y relacionará con nuestra necesidad innata de estar al aire libre. Inspirado en los hermosos paisajes y texturas del Páramo de Santurbán, que con su exuberante follaje nos llama a conectarnos con la naturaleza, nos llena de energía y resulta en una enorme ola de calma que nos invade.



PALETA DE COLORES

#84c8d5	#2c4246	#e1e9e8
#817661	#48g7b8	#3c8b8e
#306686	#b0g36c	#13191f



PALETA DE COLORES

#231d1g	#bdccce	#a8g034
#64572f	#0f7bd2	#bbac95
#e6d389	#52371d	#e1bb41



PALETA DE COLORES

#d9e2b0	#9bc952	#2c2a3c
#93957a	#a29bbb	#6a9132
#696387	#65605a	#afbcb8

Marca Personal, logo y universo gráfico

El concurso por tener un público tan específico, niños entre los 6 y 16 años, tiene un estilo infantil único y divertido, buscando llamar la atención con sus colores, donde se identifique con claridad que va dirigido a un público infantil y adolescente.

Primer acercamiento

Se establece que la imagen para la campaña de promoción sería un oso de anteojos y se juega a ver como queda en el logo.



(Latorre, 2021)

Storytelling una estrategia necesaria

Aunque inicialmente solo se pretendía realizar un personaje con el cual acompañar el nombre del concurso, a especie de imago tipo, después de ver la primera representación del oso de anteojos, surge la idea de elaborarlo de tal manera que sirva para acompañar algunas piezas de promoción y pedagógicas que capten la atención del público objetivo. Pero por disponer de pocos recursos económicos y de tiempo no podríamos realizar animaciones.

"Enséñame algo y aprenderé. Dime la verdad y creeré. Pero cuéntame una historia y vivirá en mi corazón por siempre" es un Proverbio cheroqui que nos enseña que el arte de contar historias ayuda a generar mayor empatía y conexión emocional (Cruz, 2018), fundamental para el éxito del proyecto.



(Latorre, 2021)



La segunda es la vencida

Como la idea era generar material de apoyo con la imagen visual del concurso se decidió diseñar de nuevo la mascota, para que además de tener la calidad necesaria también comunicara mucho mejor las características, que fuera tipo comic y además contara una historia.



(Blanco, 2021)



Un nombre, una historia

Fue entonces como surge la necesidad que nuestro personaje tuviera nombre y en una lluvia de ideas del equipo se plantea nombrarlo en honor al Porfesor Pachito.



#NUESTROSJURADOS

@coloreandoporsanturban



FRANCISCO ARAQUE PARADA

Ganador del 'Gran Premio Planeta Azul, 2008-2009' del Banco de Occidente, como reconocimiento al trabajo adelantado en pro de la protección de Sisavita, un área ecológica estratégica de páramo, subpáramo y bosque andino que incluye ocho lagunas de origen glaciar y dieciocho quebradas que conforman el río Cucutilla. Como parte de esta noble empresa, el profesor Araque, junto con cientos de habitantes del municipio de Cucutilla, logró que la Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental (Corponor) declarara el Parque Natural Regional Sisavita.

Durante los quince años que lleva en su empeño, el profesor Araque ha utilizado el Proyecto Ambiental Escolar (PRAES) como instrumento estratégico para convocar el trabajo y la creatividad de los alumnos y docentes de los establecimientos educativos del municipio, así como de los líderes comunitarios, padres de familia y concejales, en torno a la protección de Sisavita. (Becerra, 2009)



Además de ser un ciudadano ilustre de nuestra ciudad, es un gran docente y ambientalista, por lo que esta fue la oportunidad perfecta de rendir tributo al arduo trabajo; en especial porque gracias a sus investigaciones se reconoce que el Páramo de Santurbán también hace parte importante de Norte Santander, incluso en mayor proporción que Santander.

Se busco que nuestro oso de anteojos tuviera rasgos como sus cejas, su expresión facial y lo bonachón. Además lo llamamos Pachi.

También y gracias a la disposición manifiesta con el proyecto, el Profesor fue uno de los jurados encargado de evaluar las obras para definir las ganadoras.

(Araque, 2021)

Definición del Logo final del Concurso

El logo denota nuestros elementos básicos el frailejón, el oso, el sol, rodeado un fondo que semeja nuestro líquido vital.

El dibujo está hecho modo caricatura para conectar mejor con el mundo infantil.

La tipografía aparece colocada en dos líneas para hacer la marca más compacta con el nombre del proyecto.

Los colores corporativos son la gama de colores amarillo, verde y azul.



Perfil de los personajes



Pachi (el oso de anteojos)
 Macho adulto
 De gran tamaño
 fuerte
 Robusto
 Pelaje negro y en tono más claro
 alrededor de los ojos, el cuello y
 el hocico
 Bonachón
 Tranquilo
 Amable
 Educado
 Risueño
 Tiene muchos conocimientos del
 lugar donde vive
 Le gusta cuidar la naturaleza



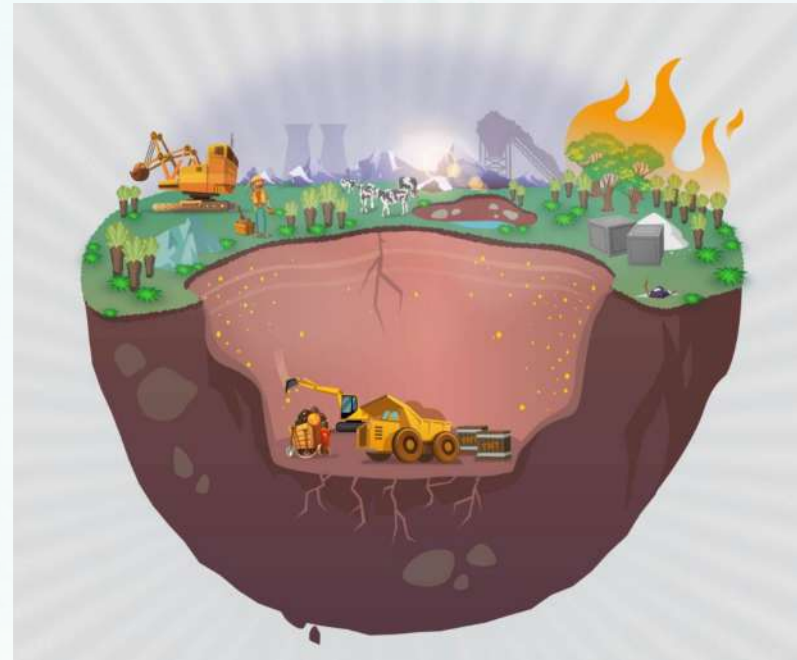
Dany (niño explorador)
 Chico joven
 Fuerte
 De mediana estatura
 Cabello castaño y crespo
 Usa gorra
 Ojos verdes y con anteojos
 Piel blanca
 Chaleco impermeable
 Jean azul
 Botas caqui
 Morral con mapas y planos
 Pinceles y colores
 Cantimplora
 Sonriente, algo nervioso
 Inquieto, enérgico



Tatis (niña exploradora)
 Es una chica joven
 Fuerte y dinámica
 De mediana estatura
 Cabello negro con una flor
 Ojos cafés
 Piel blanca
 Con sombrero
 Enterizo corto caqui
 Medias azules
 Botas caqui
 Morral
 inteligente
 Curiosa, inquieta, creativa
 Le gusta cuidar los animales
 y estar en la naturaleza

Escenarios

Se diseñaron dos vectores, como escenarios para usar de acuerdo a la necesidad. El primero para significar las maravillas del páramo, su riqueza natural. En el segundo el opuesto, como las amenazas que se ciernen actualmente en el Páramo de Santurbán ponen en peligro este majestuoso lugar, donde la megaminería, el fracking, los incendios forestales, la ganadería a gran escala pueden destruir el agua de la región.



Página Web

Al momento de pretender comunicar cualquier tipo de información el fin principal es motivar al receptor a actuar y la mejor manera es persuadirlo a través de historias (Cruz, 2018), es por esto que para socializar los resultados del Concurso Coloreando por Santurbán, la web 3.0 surge como la opción más viable y necesaria para continuar con el proyecto (toda vez que en la anterior se encontraba desactualizada, con el material de la convocatoria para que los niños participaran). Entonces se procedió a establecer la información pertinente para ser incluida.

Propuesta inicial de página

1er
scroll



2do
scroll



3er
scroll



4to
scroll



5to
scroll



6to
scroll



7mo
scroll



8vo
scroll



9no
scroll



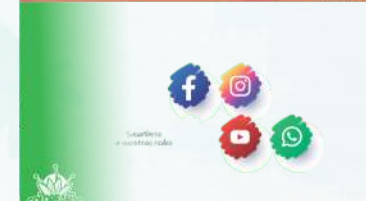
10mo
scroll



11vo
scroll



12vo
scroll



13vo
scroll



14vo
scroll



15vo
scroll



Se planteo presentar la información a través de scroll, iniciando describiendo el páramo, su ubicación geográfica, características, principales beneficios, sus actuales amenazas, luego describiendo en que consistió el concurso, sus alcances, las obras ganadoras. para finalizar con las redes sociales, motivar a apoyar nuestra campaña y rematando con los logos de las entidades organizadoras y de apoyo.

Montaje de la página

Se realizó una serie de pruebas, donde se colocó toda la información, pero debido a la gran cantidad y que esta no tenía un hijo conductor que facilitara y unificara visualmente todo el contenido; se procedió a replantear la forma de presentarla.

Fue entonces que se propuso una especie de historieta que contara cronológicamente el desarrollo del concurso y permitiera de manera ordenada tener acceso a toda la información.

Con los personajes y fondos disponibles se procedió a ensamblar una serie de cuadros con burbujas de dialogo, semejando como el diálogo de los personajes. Jugando con diversos planos y variando los personajes se fue contando cada aspecto que integran esta gran historia.

Para hacer uso de cada uno de los videos producimos como material de evidencia, se enlaza al cuadro de la historia en el que corresponde.

En total es un juego de veinte (20) cuadros de diálogo que narran la información más relevante construida en el desarrollo de este proyecto, de una manera llamativa, entendible, respetando la secuencia y la iconografía establecida para el Concurso. Se cuidó que la información más relevante fuera tenida en cuenta y explicada a través de una narrativa que generara emoción en los usuarios de la página. La cual es posible apreciar en

www.coloreandoporsanturban.com



Conclusiones

El desarrollo del Concurso Coloreando por Santurbán fue una excelente plataforma para entender la importancia de la Gestión del Diseño, donde pudimos reconocer sus pasos a través de las necesidades que planteaba el proyecto en cada una de sus fases. Es motivante ver como de una idea que nace en una charla de cafetería ha logrado tener tal desarrollo, ver que es una gran propuesta ambiental con incidencia en muchos niños de la región y obtener el reconocimiento de tantas instituciones. El Diplomado fue fundamental para poder conocer y concluir de la mejor manera esta etapa de proyección de resultados del Concurso.



INICIO

QUIENES SOMOS

GANADORES

CLASES CON PACHI

CONTACTANOS



Organizado por



Con el apoyo de



Sigue en nuestras redes sociales

Referencias bibliográficas

- Anonymous. (s. f.). Agua dibujo. Letsdraw.it. <https://letsdraw.it/es/h/como-dibujar-agua/ejm3x#hash=4krs8j47e>
- Araque, F. (2021, septiembre) [Imagen] [Foto de Perfil Francisco Araque Parada] Facebook. <https://www.facebook.com/francisco.araqueparada>
- Argáez, J. (29 de agosto de 2022). Frailejón Ernesto Pérez, un superhéroe digital que protege el ambiente. Ministerio TIC. <https://www.mintic.gov.co/porta/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/238560:Frailejon-Ernesto-Perez-un-superheroe-digital-que-protege-el-ambiente>
- Aşiran, A. (01 de octubre de 2019). Niños en pie de lucha por el planeta. TRT. <https://www.trt.net.tr/espanol/ciencia-y-tecnologia/2019/10/01/ninos-en-pie-de-lucha-por-el-planeta-1279521>
- Becerra, M. (06 de agosto 2009). Maestros del medio ambiente. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5793527>
- Blanco, A. (2021, 21 agosto). Ilustración y animación de la evolución oso de anteojos Coloreando por Santurbán.
- Calderón, J. (2022, 20 marzo). @superjosueoficial. <https://www.instagram.com/superjosueoficial/?hl=es>
- Carmona, M. (18 de febrero de 2020). Los niños son los mejores educadores ambientales. Magisterio. <https://www.magisnet.com/2020/02/los-ninos-son-los-mejores-educadores-ambientales/>
- Carrillo, R. (s. f.). Oso de anteojos: Tremarctos ornatus. pinterest.com. <https://pin.it/4HZh6tN>
- Chacón, J., Marín, D., y Vidal, M. (2019). Bibliometría aplicada a la gamificación como estrategia digital de aprendizaje. Revista de Educación a Distancia (RED).
- Chona, S. y Gross, M. (2013). Estrategias digitales de mercadeo aplicadas a través de las redes sociales. Doctoral dissertation, Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4493/ChonaLondono-Sebastian-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cruz, C. (2018). Storytelling. Editorial Taller del Éxito.
- EFEverde. (27 de septiembre, 2019) La ONU da su apoyo a que los niños participen en las movilizaciones climáticas. EFEverde. <https://efeverde.com/movilizaciones-climaticas-onu-ninos/>

- Gamboa, B. (20 de marzo de 2022). Francisco Vera Manzanares, el niño ambientalista que es la voz de la ecoesperanza. El País. <https://www.elpais.com.co/cultura/francisco-vera-manzanares-el-nino-ambientalista-que-es-la-voz-de-la-ecoesperanza.html>
- García, A. (2018). Concept art y diseño de personajes para el videojuego: The Rise of Thyra. Investigación y proceso de creación Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València.
- García, D et al. (2012). El campo laboral publicitario: Identidades, roles, imaginarios. Ediciones Fundación Universidad Central.
- Latorre, A. (2021, 29 julio). Propuesta inicial logo Coloreando por Santurbán.
- Mangiapane, G. (2020, 21 julio). Greta Thunberg. World Economic Forum en colaboración con Reuters. <https://es.weforum.org/agenda/2020/07/greta-thunberg-el-mundo-debe-romper-los-viejos-contratos-y-construir-nuevos-sistemas-para-salvar-el-clima/>
- Mejía, L. (s. f.). Los fantasmas del páramo. Periodismo sin afán. <https://periodismosinafan.com/index.php/2012/09/20/los-fantasmas-del-paramo-un-libro-que-alerta-sobre-la-grave-situacion-de-saturban/>
- Meme dame una razón para proteger los páramos. (s. f.). Verbub.com. <https://www.verbub.com/i/219518/dame-una-razon-para-proteger-los-paramos-pues>
- Obtener colores de imagen online. (s. f.). PineTools. Recuperado 8 de noviembre de 2022, de <https://pinetools.com/es/obtener-colores-imagen>
- Pavas, V. (29 de abril de 2022). Súper Josué, un niño que escala cumbres y lucha por el planeta. El Colombiano. <https://www.elcolombiano.com/tendencias/super-josue-arias-es-un-nino-ambientalista-colombiano-que-quiere-ensenar-a-cuidar-el-planeta-FB17346388>
- Pérez, J. (2001). Guía para la conservación del oso andino u oso de anteojos, Tremarctos ornatus (FG Cuvier, 1825) (No. 19). Convenio Andrés Bello.
- Rad, N. y Turley, F. (2019). Los Fundamentos de Agile Scrum. Van Haren.
- Ramírez, C. (2021). Experiencia del proceso de diseño, del aula a la praxis y de la praxis al aula. Editorial UPTC.
- RTVC. (2022, 22 marzo). El frailejón Ernesto Pérez. Semana. <https://www.semana.com/enfoque/articulo/dia-del-agua-asi-es-el-frailejon-el-mejor-amigo-del-liquido-vital/202204/>
- Zapata, A. (2022, 24 mayo). Francisco Javier Vera. Casa Amèrica Catalunya. <https://americat.barcelona/es/la-cantautora-marta-gomez-canta-y-dialoga-con-el-activista-colombiano-francisco-javier-vera-sobre-medio-ambiente-paz-e-infancia>

COLOREANDO

POR SANTURBÁN



DANY



PACHI



TATIS



LA MAGIA A TRAVÉS DE LA PINTURA