TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica y Pasantía.

Diseño gráfico y difusión cultural: desarrollo de piezas visuales para la agenda de la Corporación Otraparte

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Diseño.
Diseño gráfico.

Elizabeth Hincapie Salazar.
Miguel Ángel Bran Gallego
Opción de Trabajo de grado Práctica.
2026.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por acompañarme durante de este proceso y darme la fuerza para terminar esta etapa.

A mi familia, por su apoyo constante, paciencia y motivación en cada momento, siendo un apoyo fundamental en mi formación personal y profesional.

A la Corporación Otraparte por brindarme la oportunidad de desarrollar este proyecto, así como por la confianza depositada en mi trabajo y el espacio para crecer como diseñadora.

A Manuela Ramírez mi jefe directa que me acompaño durante el proceso de prácticas y ayudó durante la realización de las piezas graficas de este proyecto, y al equipo de comunicaciones por aportarme tanto en los seis meses que trabaje con ellos.

A mis docentes, por sus enseñanzas, orientación y acompañamiento durante este proceso, aportando herramientas valiosas para la construcción de este proyecto.

Finalmente, agradezco a todas las personas que hicieron parte de este camino, contribuyendo con sus ideas, apoyo y motivación para lograr este resultado.

Tabla de Contenidos

Resumen……4
Palabras clave……..4
Problemática abordada en la práctica o pasantía 7
Objetivos 14
Metodología 15
Resultados. 24
Diseño agenda cultural octubre 24
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes 29
Diseño agenda cultural noviembre 43
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes 48
Diseño agenda cultural diciembre 63
Carrusel 64
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Diseño agenda cultural febrero 75
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes 80
Diseño agenda cultural marzo 93
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes 95
Figuras y tablas 131
Conclusiones. 150
Referencias 153
Anexos ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Resumen

El presente trabajo de grado documenta y analiza las prácticas profesionales desarrolladas en la Corporación Fernando González Otraparte, con el propósito de evidenciar el aporte del diseño gráfico como estrategia para la difusión de contenidos culturales de la agenda mensual. El proyecto surge de la necesidad de fortalecer la comunicación visual de la agenda cultural de la institución mediante piezas gráficas capaces de adaptarse a diferentes formatos digitales e impresos, conservando la coherencia de la identidad visual y facilitando la apropiación de los contenidos por parte del público.

La investigación, se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo y mediante la metodología de estudio de caso, utilizando técnicas como la revisión documental, la observación participante y el análisis cualitativo de las piezas gráficas producidas durante las prácticas profesionales.

Como resultado, se documentó el proceso de conceptualización, creación y adaptación de piezas para la agenda cultural, boletines digitales, redes sociales y material impreso, justificando las decisiones relacionadas con la composición, la tipografía, el color, la jerarquía visual y los lineamientos de identidad institucional. Asimismo, se evidenció que la aplicación de criterios de diseño. Fundamentados en la identidad visual y en los ánimos. De la corporación permitió construir piezas coherentes con el carácter cultural de la institución y adaptables a diversos medios de comunicación.

Se concluye que el diseño gráfico constituye una herramienta estratégica para fortalecer la comunicación cultural, al facilitar la organización de la información, consolidar la identidad institucional y contribuir a la divulgación efectiva de las actividades desarrolladas por la corporación. Fernando González otra parte.

Palabras clave

Diseño gráfico, comunicación cultural, identidad visual corporativa, promoción de eventos, estrategia de contenido.

Problemática abordada en la práctica o pasantía

Hoy en día las instituciones culturales enfrentan el desafío de visibilizar su oferta de valor en un entorno de información saturado. Según Suárez-Carballo, Martín-Sanromán y Galindo-Rubio (2020), el diseño gráfico adaptativo de marcas gráficas constituye una de las tendencias más sobresalientes en la estrategia digital de la identidad visual corporativa actual.

La Corporación Fernando González Otraparte es una entidad cultural sin ánimo de lucro ubicada en el municipio de Envigado, Antioquia, fundada en 2002 con el propósito de preservar, promover y difundir el legado intelectual y artístico del escritor y filósofo Fernando González Ochoa. La institución desarrolla actividades culturales, educativas y artísticas que incluyen conferencias, exposiciones, talleres y programas de formación dirigidos a diversos públicos (Corporación Fernando González Otraparte, s. f.).

La problemática central abordada durante las prácticas profesionales consistió en garantizar la aplicación coherente de la identidad visual de la Corporación Fernando González Otraparte en una amplia variedad de formatos digitales e impresos, cada uno con necesidades comunicativas particulares.

La aplicación de una identidad visual en diferentes medios requiere mantener una relación coherente entre los elementos que representan a la organización. En este sentido, la identidad visual no depende exclusivamente del logotipo, sino de un conjunto de elementos y soportes que permiten expresar visualmente la identidad de la institución (Caldevilla

Domínguez, 2009). Para la Corporación Fernando González Otraparte, este aspecto es relevante debido a la diversidad de formatos empleados para comunicar su agenda cultural, en los cuales es necesario conservar los lineamientos institucionales mientras se adapta la información a las características particulares de cada pieza.

La Corporación Fernando González Otraparte desarrolla mensualmente una programación cultural diversa que incluye conferencias, conversatorios, exposiciones, talleres, recitales y actividades académicas dirigidas a públicos de diferentes edades e intereses (Corporación Fernando González Otraparte, s. f.). Esta diversidad de contenidos exige una comunicación visual capaz de adaptarse a múltiples formatos digitales e impresos sin perder la identidad institucional.

De acuerdo con Costa (2004), la identidad visual constituye uno de los principales recursos para comunicar la personalidad y los valores de una institución, razón por la cual su aplicación debe mantenerse de manera consistente en todos los puntos de contacto con el público.

Durante las prácticas profesionales se desarrollaron piezas para la agenda mensual, carruseles de Instagram, boletines digitales, miniaturas audiovisuales y material impreso, lo que exigió adaptar continuamente el sistema gráfico institucional sin afectar su reconocimiento visual. Además, se evidenció que cada pieza gráfica debía responder a necesidades comunicativas particulares, como la difusión de eventos, la promoción del boletín institucional y la divulgación de contenidos culturales en redes sociales. Esto representaba un reto para mantener la coherencia de la identidad visual en formatos con

características y dimensiones diferentes, garantizando al mismo tiempo la claridad del mensaje y la correcta jerarquización de la información.

Adicionalmente, la creciente competencia por la atención de los usuarios en los medios digitales hace indispensable que las piezas gráficas no solo sean estéticamente atractivas, sino que también apliquen adecuadamente principios de diseño como la composición, el contraste, la jerarquía visual y la legibilidad, con el fin de facilitar la comprensión de la información y aumentar el alcance de las actividades culturales. En este sentido, el diseño gráfico constituye un elemento estratégico para fortalecer la comunicación institucional y contribuir a una mayor participación del público en la programación cultural.

El diseño gráfico aplicado a las redes sociales requiere de un proceso de conceptualización que permita establecer la intención comunicativa de cada elemento que integra una pieza gráfica. Delgado (2023) plantea que cada componente visual cumple una función dentro de la composición y responde a una estrategia previamente establecida. Desde esta perspectiva, la construcción de piezas para la difusión cultural requiere considerar no solo aspectos estéticos, sino también la relación entre el contenido, el público y los recursos visuales empleados.

La incorporación de recursos visuales en las redes sociales ha adquirido relevancia como estrategia para facilitar la comunicación y comprensión de los contenidos. A partir de una revisión bibliográfica, Guijarro Vinueza y Cueva Marcillo (2024) identificaron que el diseño gráfico contribuye a la comunicación efectiva en estos medios mediante el uso de elementos visuales que facilitan la interpretación de información y permiten destacar

aspectos relevantes de los contenidos. En este sentido, el desarrollo de piezas gráficas para redes sociales requiere considerar no solo la dimensión estética, sino también la capacidad de los recursos visuales para organizar y comunicar la información de manera clara.

Durante febrero y marzo de 2026, los canales digitales de la Corporación Fernando González Otraparte registraron un volumen significativo de consumo de contenidos. En Facebook se registraron 168.673 visualizaciones durante febrero y 148.089 durante marzo, mientras que Instagram alcanzó 220.903 y 215.202 visualizaciones respectivamente. En Instagram, además, el alcance aproximado fue de 43.600 cuentas en febrero y 38.500 en marzo. Estos datos evidencian la presencia activa de la Corporación en medios digitales y la necesidad de desarrollar piezas gráficas capaces de comunicar de manera clara y coherente una programación cultural diversa.

La resolución de esta problemática implicó un proceso de análisis conceptual y visual orientado a fortalecer la comunicación digital de la Corporación Fernando González Otraparte. Para ello, se estudiaron los principales ejes temáticos que sustentan el pensamiento y la propuesta cultural de la institución, entre ellos la pedagogía vivencial, el atisbar y el método emocional, identificando conceptos, palabras clave y recursos visuales asociados a cada uno de ellos.

Ideas para artes de la agenda mensual

corporación Otraparte

EJE MACRO

Pedagogía vivencial

Ideas principales: aprender viviendo, sintiendo y encarnando la experiencia.

Conceptos base

Conexión tierra–cuerpo / cielo–espíritu
Movimiento vital
Ritmo propio
Conciencia
Lentitud
Solidaridad
Personalidad

Palabras clave

Presencia · Intimidad · Cuerpo · Espíritu · Raíz · Ritmo · Conciencia · Vivencia · Sentir · Encarnar

Ideas visuales: texturas orgánicas, naturaleza, cuerpos en movimiento, trazos imperfectos, collage, manuscrito.



EJE 2

El Atisbar
La mirada inocente que revela lo oculto.

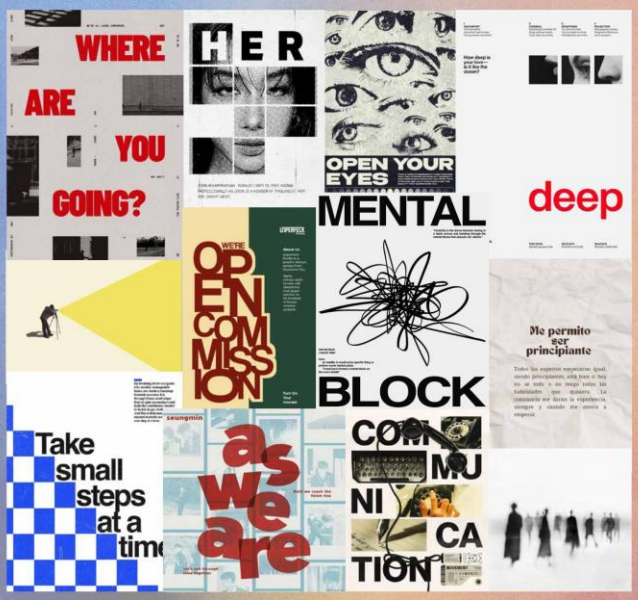
Conceptos centrales

Ojo inocente
Silencio interior
Atención pasiva
Revelación
Señal
Misterio
Dimensiones del atisbar
Atisbar(se) a sí mismo
Atisbar el paisaje
Atisbar al otro

Palabras clave

Silencio · Mirada · Umbral · Revelar · Intuir · Latencia · Presencia · Contemplación

Ideas visuales: espacios vacíos, transparencias, sombras, desenfoque, minimalismo, detalles sutiles.



EJE 3

El Método Emocional
Comprender es conmoverse.

Conceptos centrales

Emoción como conocimiento
Unificación sujeto–objeto
Experiencia corporal
Energía vital
Creación auténtica
Líneas del método
Asimilar energía

Palabras clave: vibración · fuerza · raíz · expansión

Revivir la historia
Palabras clave: memoria · tiempo · resonancia · cuerpo histórico

Ideas visuales: colores intensos, contrastes, ilustración expresiva, gestualidad, emoción cruda.



A partir de este análisis se definieron lineamientos gráficos relacionados con el uso de texturas orgánicas, contrastes, espacios vacíos, ilustraciones expresivas y elementos

simbólicos, con el propósito de garantizar la coherencia de la identidad visual en diferentes formatos de comunicación. Este proceso permitió optimizar las piezas digitales y fortalecer la difusión de las actividades culturales desarrolladas por la corporación.

De esta manera, la problemática abordada durante la práctica no se limitó a la necesidad de producir piezas gráficas para la difusión de la agenda cultural, sino a resolver el reto de mantener una identidad visual reconocible y coherente frente a la diversidad de contenidos, formatos y medios utilizados por la Corporación. El proceso de análisis y producción permitió establecer una relación entre las características de cada actividad cultural, los recursos propios de la identidad visual y las condiciones particulares de los medios digitales e impresos.

En consecuencia, el diseño gráfico se consolidó como una herramienta de organización y comunicación de los contenidos culturales de Otraparte, al permitir adaptar la información a diferentes soportes sin perder los elementos conceptuales y visuales que caracterizan a la institución. La aplicación de estos criterios en las piezas desarrolladas durante las prácticas contribuyó a fortalecer la coherencia del sistema visual y a generar recursos de comunicación acordes con la diversidad de la programación cultural de la Corporación.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar piezas gráficas para la difusión de eventos y contenidos culturales de la Corporación Fernando González Otraparte, aplicando su identidad visual y fortaleciendo la coherencia de la comunicación en medios digitales e impresos durante el periodo de prácticas profesionales.

Objetivos Específicos

1. Crear piezas gráficas para la difusión de la agenda cultural de la Corporación Fernando González Otraparte, aplicando los lineamientos de su identidad visual en diferentes formatos digitales e impresos.
2. Analizar las decisiones de diseño implementadas en las piezas gráficas, considerando aspectos como la composición, el color, la tipografía, la jerarquía visual y la conceptualización de los contenidos culturales.
3. Evaluar la adaptación y coherencia del sistema visual en medios digitales e impresos, reconociendo su aporte a la organización y difusión de los contenidos culturales de la Corporación.
4. Documentar el proceso de aplicación de la identidad visual de la Corporación Fernando González Otraparte durante el desarrollo de las piezas gráficas destinadas a la difusión de la agenda cultural.

Metodología

El proyecto se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que se centró en el análisis de los procesos de diseño y en la interpretación de las decisiones visuales implementadas durante las prácticas profesionales en la Corporación Fernando González Otraparte. Este enfoque permitió comprender cómo elementos como la composición, el color, la tipografía, la jerarquía visual y la conceptualización de los contenidos culturales contribuyen a la construcción de una comunicación visual coherente y alineada con la identidad institucional. Asimismo, posibilitó analizar el proceso creativo más allá del resultado final de las piezas gráficas.

Además, la investigación tuvo un alcance descriptivo, debido a que buscó documentar y caracterizar el proceso de creación y aplicación de piezas gráficas destinadas a la difusión de la agenda cultural de la corporación. A través de la observación y el análisis de las piezas gráficas desarrolladas, fue posible identificar las estrategias visuales utilizadas y su adaptación a diferentes medios y formatos.

Por otra parte, se adoptó la metodología de estudio de caso, puesto que la investigación se enfocó en una experiencia específica: las prácticas profesionales realizadas en la Corporación Fernando González Otraparte. Esta metodología permitió examinar en profundidad el contexto institucional, las necesidades comunicativas y las decisiones de diseño implementadas durante el desarrollo de piezas para la agenda cultural, identificando la manera en que la identidad visual fue aplicada y adaptada en diferentes formatos de comunicación.

1. Fases de la Metodología:

    - Fase I: Marco referencial y diagnóstico visual. En esta fase se realizó la revisión del manual de identidad visual, de las piezas gráficas institucionales y de los lineamientos conceptuales de la Corporación Fernando González Otraparte. Asimismo, se identificaron las necesidades comunicativas de cada agenda mensual, considerando el número de eventos, el tipo de actividad, el público objetivo y el mensaje cultural que se pretendía transmitir.
    - Fase II: Conceptualización y producción gráfica. A partir del diagnóstico realizado, se desarrolló el proceso de conceptualización de las piezas mediante la definición del "Ánimo" correspondiente a cada agenda cultural. Posteriormente, se diseñaron las piezas gráficas para medios digitales e impresos, justificando las decisiones relacionadas con la composición, la tipografía, el color, la imagen y la jerarquía visual de acuerdo con los principios del diseño gráfico y los lineamientos institucionales.
    - Fase III: Evaluación y análisis del sistema visual. Finalmente, se evaluó la aplicación de la identidad visual en los diferentes formatos desarrollados, analizando la coherencia gráfica, la claridad comunicativa, la adaptación de las piezas y la relación entre las decisiones de diseño y los objetivos de comunicación cultural de la Corporación.

2. Instrumentos y Técnicas:

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, se establecieron las técnicas e instrumentos que orientaron la recolección y el análisis de la información durante el desarrollo de las prácticas profesionales. La selección de estos recursos metodológicos respondió a las necesidades propias del estudio de caso y del enfoque cualitativo, permitiendo documentar el proceso de diseño, analizar las decisiones visuales implementadas y evaluar la adaptación de la identidad gráfica de la Corporación Fernando González Otraparte en diferentes medios de comunicación. La Tabla 1 presenta la relación entre cada paso metodológico, la técnica empleada y el instrumento utilizado.

Tabla 1. Instrumentos y tecnicas aplicados a los pasos metodologicos

Paso metodológico	**Técnica**	**Instrumento**
Revisión de la identidad visual y de los lineamientos institucionales de la Corporación Fernando González Otraparte.	Revisión documental.	Manual de identidad visual, archivos institucionales y piezas gráficas previas.
Desarrollo de las piezas gráficas para la agenda cultural.	Observación participante.	Piezas gráficas desarrolladas, archivos digitales del proyecto y documentos de producción generados durante las prácticas profesionales.
Análisis de las decisiones de diseño relacionadas con composición, color, tipografía y jerarquía visual.	Análisis cualitativo.	Descripción y justificación escrita de las piezas gráficas desarrolladas.
Comparación de la adaptación del sistema visual en medios digitales e impresos.	Análisis comparativo.	Carruseles de Instagram, habladores, boletines y piezas individuales producidas para la corporación.

La investigación empleó la revisión documental para identificar los lineamientos visuales de la Corporación Fernando González Otraparte. Asimismo, se recurrió a la observación participante, ya que las prácticas profesionales permitieron involucrarse directamente en la producción de las piezas gráficas. Finalmente, mediante el análisis cualitativo y comparativo se estudiaron las decisiones de diseño implementadas y su adaptación a distintos formatos de comunicación cultural.

Metodología Aplicada en la Práctica con la Corporación Otraparte

La Corporación Otraparte no utiliza una metodología de diseño académico tradicional, sino una Metodología de Diseño Conceptual y Narrativo, fuertemente anclada en la identidad, la filosofía y la historia del Maestro Fernando González.

Esta metodología se puede caracterizar por los siguientes puntos, extraídos del **Manual de Identidad Visual:**

El centro de la metodología de diseño de Otraparte es conceptual, donde la estética y la técnica estan por debajo de la narrativa y la emoción.

La manifestación narrativa visual y textual está guiada por unos "Ánimos que nos orbitan"[1]. Estos actúan como un "prisma emocional" que centra las acciones de comunicación.

[1] **Corporación Fernando González – Otraparte. (2025).** *Manual de identidad visual: logo y aplicaciones*.

Aplicación de los "Ánimos" en las piezas gráficas

Cada pieza gráfica desarrollada para la Corporación Fernando González Otraparte filtró su mensaje a través de uno o varios "Ánimos", entendidos como categorías conceptuales que orientan las decisiones relacionadas con el color, la composición, la tipografía y el tono visual. Estos permitieron construir propuestas gráficas coherentes con el contenido cultural de cada evento.

Por ejemplo, en la pieza *Las tres tazas*, asociada al concepto «Filosofía de lo cotidiano», se utilizaron tonalidades lila y rosa acompañadas de texturas similares a la acuarela, con el propósito de transmitir tranquilidad y reflexión. Asimismo, la combinación de tipografías y las ilustraciones lineales reforzaron la idea de cercanía y tradición vinculada al café, el chocolate y la aguapanela.

Por otra parte, en la pieza *Cada suspiro es un reflejo* predominó una composición centrada en una fotografía de gran formato que muestra a una mujer flotando en un río. Esta elección visual buscó generar una experiencia sensorial y contemplativa, permitiendo que la naturaleza y el espacio vacío reforzaran el tono introspectivo del evento.

Finalmente, en *No se admiten perros ni italianos* se empleó una paleta de tonos azul grisáceo y una estructura compositiva más sobria para priorizar la claridad informativa y destacar la imagen central de la película, adaptando el sistema visual a un contexto cinematográfico sin perder la coherencia institucional.



Figura 1. Fuente: (Corporación Otraparte, Manual de marca de la Corporación Otraparte 2025)

Los "Ánimos" constituyen un sistema conceptual que orienta la construcción narrativa de las piezas gráficas desarrolladas para la Corporación Fernando González Otraparte. Su aplicación permitió traducir los contenidos culturales en decisiones visuales relacionadas con el color, la composición, la imagen y el tono comunicativo, favoreciendo la coherencia entre el mensaje y la identidad institucional. Con el fin de ilustrar esta relación, la Tabla 2 presenta algunos ejemplos de la aplicación de diferentes "Ánimos" en piezas gráficas desarrolladas durante las prácticas profesionales.

Tabla 2. Ejemplos de los usos de los animos

Ánimo	Características visuales	Aplicación en una pieza
Emocional	Uso de imágenes inmersivas y espacios contemplativos.	*Cada suspiro es un reflejo*, donde la fotografía de una mujer flotando en el río genera una experiencia sensorial.
Cotidiana	Colores suaves, texturas orgánicas e ilustraciones cercanas.	*Las tres tazas*, que emplea tonos lila y rosa para representar el encuentro alrededor del café, el chocolate y el aguapanela.
Abierta	Composiciones abiertas y elementos simbólicos.	Piezas relacionadas con actividades literarias y filosóficas.
Aquietamiento / concentración	Jerarquías visuales limpias y espacios vacíos.	Piezas de reflexión y conversatorios.
Alegría / vitalizar	Contrastes cromáticos y composiciones dinámicas.	Actividades musicales o eventos de mayor energía.
Poseída	Colores místicos y que reflejan mensajes	Las piezas de octubre con su evento especial sobre brujería.

Los «Ánimos» constituyen un sistema conceptual que orienta la construcción visual de las piezas gráficas desarrolladas para la Corporación Fernando González Otraparte. Más allá de funcionar como una guía estética, estos permiten traducir los valores culturales e intelectuales de la institución en decisiones relacionadas con el color, la composición, la tipografía y los recursos gráficos. De esta manera, cada pieza comunica no solo información sobre un evento, sino también una experiencia emocional vinculada al universo simbólico de Otraparte.

En el desarrollo de las piezas gráficas de la Corporación Fernando González Otraparte, la conceptualización se estableció como una etapa previa a la construcción visual. A partir de los “Ánimos” definidos por la institución, se identificaron características conceptuales y emocionales asociadas a cada actividad, que posteriormente orientaron decisiones relacionadas con el color, la composición, la tipografía, las imágenes y el tono gráfico. Esta metodología coincide con la perspectiva de Delgado (2023), quien señala la importancia de que los elementos que conforman una pieza gráfica respondan a una intención comunicativa y a un proceso previo de conceptualización.

1. **Fundamento Conceptual:**
    - El proceso de diseño se inicia siempre con la identificación de los "Ánimos**"** que deben guiar la pieza de comunicación, según el tipo de evento.

    - **Justificación:** Durante la justificación se demuestra que el diseño es un acto estratégico, no estético, donde la conceptualización del mensaje es el primer paso.

2. **Arqueología Visual y Legado:**
    - El diseño recurre constantemente a la "Arqueología del Archivo**"** y al legado de Fernando González. Esto significa que la selección de imágenes, texturas, el tono y el uso de la Firma o el Símbolo del Maestro son

decisiones metodológicas para reforzar la idea y el mensaje de la Corporación.

3. **Metodología Flexible y de Adaptación:**

    - La práctica buscaba adaptar, la imagen corporativa o como se menciona en el manual de marca, la "guía en constante expansión**"** a los diferentes formatos digitales y físicos.

Resultados.

Diseño agenda cultural octubre

La campaña se construye a partir de una paleta dominada por tonalidades moradas y colores fríos, seleccionados para evocar sensaciones de misterio y espiritualidad en coherencia con la temática del mes de octubre. Esta elección cromática permite generar un alto contraste con la tipografía, favoreciendo la legibilidad en entornos digitales y físicos.

A nivel tipográfico, se emplea la fuente Envigado Mix en sus variantes bold y regular, estableciendo una jerarquía clara entre títulos e información secundaria. La composición se basa en una retícula flexible que organiza los elementos de manera consistente, permitiendo adaptaciones a distintos formatos sin perder coherencia visual.

Como elemento simbólico, se incorpora la silueta femenina y otros recursos gráficos asociados al concepto de “brujería”, funcionando como hilo conductor entre las piezas y reforzando la identidad conceptual de la campaña.


AGENDA CULTURAL
Octubre
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Lucas de Ochoa
Genealogía de un genocidio
Mapa de los objetos perdidos: De la flor perdida al jardín reencontrado
Seminario: Viaje a pie por Antioquia. Los Caminos por la Montaña de Oro. Un retorno a nuestro Dorado.
Cátedra de Humanismo y Civilidad
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Identidad y pertenencia: cuando el fútbol se convierte en religión o en nación.
Tertulias en confianza: "La ventana abierta" de Sakí
Estampas Musicales Chocoanas
Por azar o por deseo: Encuentro de poetas colombianas
Conversación y presentación de la película Flow: Para un mundo que hoy nos deja sin palabras.
La Polita presenta Serie: Entre prácticas y posturas
Entrada libre con aforo limitado
Salón de estética El pensar sensible
Conversaciones
Proyección de cine
Bird (1988) de Clint Eastwood
One Week (1920) y Hard Luck (1921) de Buster Keaton
Las Aventuras del Barón Munchausen (1988)
Georgia O'Keeffe (2009), de Bob Balaban
Existenz (1999), de David Cronenberg
Sentir, representar:
Buster Keaton y la conquista del aire
Un mosquito en el Taj Mahal: exploración de la teoría de los mundos posibles desde «Las Aventuras del Barón Munchausen»
Una sensación coloreada
Estética informática: ámbitos y accidentes computacionales
Presentaciones literarias
Entrada libre con aforo limitado
Presentación del libro: El Vampiro- Violencia bipartidista de mediados del siglo XX en el Valle del Cauca
Presentación del libro: Las esperas del ciberexorcismo
Los libros que nos agradan: Inés Posada
Cineclub Manel Dalmau
Cine club
Festival Cine Corto Medellín V4
Cine Catalán en Otraparte - El 47
Cine Francés en Otraparte
Seis pies en el suelo
Talleres
Entrada libre con aforo limitado
Yoga
Conciertos
Concierto Esferazul de Amada
Malaquita (cabaret performático)
Clubes
OTROPARCHE Literario
Libros tertulia y café Club de Lectura
Exposición
Un fruto difícil
Brujería
CONJURO
Agenda conmemorativa
50 años del Primer Congreso Mundial de Brujería
Proyección de documental "Congreso Internacional de Brujería"
Reivindicando la brujería: feminismo, indígenas y afrodescendientes
Arte y brujería en América Latina y el Caribe
Cierre: charla y performance
Labrar amaneceres: danza y espiritualidad desde el Chocó

Carrusel

El carrusel digital fue diseñado para Instagram en formato 4:5, compuesto por siete diapositivas que presentan de forma secuencial la programación mensual de la Corporación Otraparte. La pieza organiza la información en bloques claros, priorizando los eventos principales en las primeras diapositivas para captar la atención del usuario en los primeros segundos de interacción.

El formato carrusel permite extender el tiempo de permanencia del usuario dentro de la publicación, favoreciendo la visibilidad del contenido dentro de la plataforma.

Esta pieza responde a la necesidad de centralizar la información de la agenda mensual en un solo formato digital, facilitando su consulta y mejorando la claridad de la oferta cultural. Además, establece la base visual que se replica en las piezas impresas, garantizando consistencia entre medios.


Parque Cultural y Ambiental
Otraparte
Casa Museo Biblioteca
AGENDA CULTURAL
Octubre
Envigado 2522 años
Conversaciones
Lucas de Ochoa
Coordina: Suad Zalda Morad
Todos los Miércoles | 4:00 p. m.
Genealogía de un genocidio
Conversatorio sobre el genocidio en Gaza y la historia del sionismo.
Invitado: Migdalia Arcila Valenzuela
Jueves 2 | 7:00 p. m.
Mapa de los objetos perdidos: De la flor perdida al jardín reencontrado
Pequeña cartografía de la flor como objeto poético en nuestro continente.
Invitada: Juan José Valencia Castaño
Viernes 3 | 7:00 p. m.
Seminario: Viaje a pie por Antioquia. Los Caminos por la Montaña de Oro. Un retorno a nuestro Dorado.
Escenarios simbólicos y culturales.
Invitado: José Lubín Torres Orozco
Invitan: Caminería Colombia, Universidad Nacional de Colombia.
Lunes 6 | 5:00 p. m.
Cátedra de Humanismo y Civilidad
Invitado: Hernán Mira
Coordina: Grupo de Pensamiento en Formación Médica Humanista UdeA
Martes 7 | 5:00 p. m.
Identidad y pertenencia: cuando el fútbol se convierte en religión o en nación.
Ciclo: Diálogos entre fútbol, filosofía y literatura
Conversan: Andrés Bedoya, Julián González, Juan Carlos Bedoя, Elías García
Martes 7 | 7:00 p. m.
Tertulias en confianza: "La ventana abierta" de Saki
Miércoles 15 | 4:30 p. m.
Estampas Musicales Chocoanas
Conversación sobre tradición cultural y estética afro en el Chocó.
Conversan: Lascario Barboza, Julio César Uribe Hermosilla, Jesús Elías Córdoba, Luz Mery Mosquera, Yenny Angélica Valencia Murrain
Viernes 17 | 7:00 p. m.
Por azar o por deseo: Encuentro de poetas colombianas
Invitada: Luz Helena Cordero
Coordinan: María Clemencia Sánchez y Olga Bula
Viernes 24 | 6:00 p. m.
Conversación y presentación de la película Flow: Para un mundo que hoy nos deja sin palabras.
Invitado: Sergio Restrepo
Organiza: Alfonso Arcila - Grupo Soños
Sábado 25 | 3:00 p. m.
La Polita presenta
Serie: Entre prácticas y posturas
Invitado: Juan Camilo Ramírez Ortiz
Coordina: Cooevite - Arquitectura Cooperativa
Jueves 30 | 7:00 p. m.
Talleres
Yoga
Una invitación a conectar con el cuerpo, descubrir el ritmo interior y el poder de la respiración.
Coordina: Juan Sebastián Cuadros
Todos los sábados | 11:00 a. m.
El Labordatorio de Berenguela
Un espacio para mujeres donde compartan historias y crean narrativas textiles.
Coordina: Isabel González
Evento en alianza con Confama
Todos los sábados | 3:00 p. m.
Conciertos
Concierto Esferazul de Amada
Estreno musical con sonidos de pop-rock alternativo.
Invitada: Amada
Sábado 18 | 7:00 p. m.
Malaquita (cabaret performático)
Cabaret performático que visualiza el duelo mediante fiesta, música y soliloquio.
Invitados: Sara Guerín Vargas, Juan Esteban Laverde, Daniel Correa, Andrés Fernández, Santiago Lopera
Viernes 24 | 7:00 p. m.
Presentaciones literarias
Presentación del libro: El Vampiro- Violencia bipartidista de mediados del siglo XX en el Valle del Cauca
Relato histórico sobre la violencia bipartidista.
Invitados: Janeta Naranjo González, Sandra Naranjo González
Jueves 9 | 7:00 p. m.
Presentación del libro: Los expertos del ciberexorcismo
Investigación sobre espiritualidad, tecnología y prácticas de exorcismo digital.
Invitado: Jesús Paternina
Viernes 10 | 3:00 p. m.
Los libros que nos agradan: Inés Posada
Conversación literaria sobre los libros preferidos de la autora.
Invitada: Inés Posada
Modera: Lucía Estrada
Martes 14 | 7:00 p. m.
Cineclub Manel Dalmau
Cine club
Festival Cine Corto Medellín V4
Selección de cortometrajes
Miércoles 8 | 7:00 p. m.
Cine Catalán en Otraparte - El 47
Lucha vecinal en los barrios populares.
Miércoles 15 | 7:00 p. m.
Cine francés en Otraparte
En articulación con la Alianza Francesa
Seis pies en el suelo
Cine francés sobre migración, identidad y afectos.
Dirección: Karim Benzaih
Miércoles 29 | 7:00 p. m.
Clubes
OTROPARCHE Literario
En Otraparte todos los días los días son para leer, pero sólo uno es de Otroparche Literario.
Coordina: Andrea Olmos - Corporación Otraparte
Sábado 4 | 4:00 p. m.
Libros, tertulia y café Club de Lectura
Un espacio de tertulia para disfrutar de la lectura en voz alta.
Coordina: Cristóbal Mesa
Todos los martes | 2:30 p.m.
Exposición
Un fruto difícil
Silenciar la Casa. Reconocer un vientre. Un vientre fecundo para albergar otras voces, otras ideas, nuevos nacimientos.
Coordina: Lucía Estrada - Corporación Otraparte
Hasta el 15 de Octubre | Hasta las 8:30 p. m.
Brujería
CONJURO
(A 50 AÑOS DEL PRIMER CONGRESO MUNDIAL DE BRUJERÍA)
Conversaciones sobre espiritualidades, arte y saberes alternativos
Agenda conmemorativa
50 años del Primer Congreso Mundial de Brujería
Conversan: Julián Sánchez González, Gustavo Restrepo Vila
Modera: Angélica Cuevas
Viernes 17 | a partir de las 3:30 p. m.
Proyección de documental "Congreso Internacional de Brujería"
Duración: 86 min.
Dirección: Sergio Zarate y Roberto de Zubiría
Viernes 17 | 5:00 p. m.
Reivindicando la brujería: identidades femeninas, afro e indígenas
Conversan: Fabrina Acosta-Contreras, Amylia Lopez
Modera: Angélica Cuevas
Sábado 18 | 2:00 p. m.
Arte y brujería en América Latina y el Caribe
Conversan: María Ivelos, Aurea Oliveira Santos, María Teresa Guerrero
Modera: Julián Sánchez González
Sábado 18 | 4:00 p. m.
Cierre: Labrar amaneceres: danza y espiritualidad desde el Chocó Charla y performance
Moderación: Julián Sánchez González y Angélica Cuevas.
Sábado 18 | 7:00 p. m.
Salón de estética El pensar sensible
Coordina: Grupo de Estudios Estéticos de la Facultad de Ciencias Humanas y Económicas - UNAL - Universidad Nacional de Colombia
Proyección de cine
Bird (1988) de Clint Eastwood
Cine y música en la vida de Charlie Parker
Miércoles 1 | 5:00 p. m.
One Week (1920) y Hard Luck (1921) de Buster Keaton
El humor físico y la invención de Buster Keaton.
Miércoles 8| 5:00 p. m.
Las Aventuras del Barón Munchausen (1988)
Fantasía y mundos posibles con Terry Gilliam.
Miércoles 15 | 5:00 p. m.
Georgia O'Keeffe (2009), de Bob Balaban
Arte y vida de Georgia O'Keeffe.
Miércoles 22 | 5:00 p. m.
Existenz (1999), de David Cronenberg
Realidad virtual y estética de la tecnológica.
Miércoles 29 | 5:00 p. m.
Conversaciones
Sentir, representar:
El monstruoso sonido de la música.
La música como experiencia sensible
Invitado: Manuel Bernardo Rojas López
Jueves 2 | 5:00 p. m.
Buster Keaton y la conquista del aire
El cine de Buster Keaton y la conquista del aire.
Invitada: Susana María Londoño Pizza
Jueves 9 | 5:00 p. m.
Un mosquito en el Taj Mahal: exploración de la teoría de los mundos posibles desde «Las Aventuras del Barón Munchausen»
Teoría de mundos posibles en clave fílmica.
Invitado: Isaac Montoya López
Jueves 16 | 5:00 p. m.
Una sensación coloreada
Estética de la percepción cromática
Invitado: Alejandro Gómez Vélez
Jueves 23 | 5:00 p. m.
Estética informática: ámbitos y accidentes computacionales
Computación y sensibilidad estética
Invitado: Pablo López Garelca
Jueves 30 | 5:00 p. m.
Entrada libre con aforo limitado
Suscríbete a nuestro boletín
otraparte.org/contacto/suscribir/
Horario Casa Museo Otraparte:
Lunes a sábado 11:00 a. m. - 8:30 p. m.
Corporación Fernando González - Otraparte
Teléfono (604) 448 24 04 / Cra 43A # 27A Sur - 11
Envigado, Antioquia - Colombia.
@otraparte
@CasaMuseoOtraparte
@otraparte
www.otraparte.org
Otraparte
Alcaldía de Envigado

Hablador

El hablador de impresión fue diseñado como una pieza en formato 100x70 cm, ubicada en espacios estratégicos de la Corporación Otraparte para informar a los visitantes sobre la programación mensual. Su función principal es actuar como un punto de contacto físico que permita la consulta directa de la agenda, complementando la difusión realizada en medios digitales.

A diferencia del carrusel digital, esta pieza prioriza una lectura más pausada y detallada, organizando la información en una composición estática que facilita la comprensión del contenido en un solo vistazo. La jerarquía visual permite identificar rápidamente los eventos principales, manteniendo claridad en la estructura y coherencia con el sistema gráfico definido para la campaña.

Esta adaptación al medio impreso implicó ajustes técnicos como el uso del modo de color CMYK, la consideración de sangrados y la optimización del contraste para garantizar una correcta reproducción. Asimismo, la pieza integra los lineamientos del Manual de Identidad Visual, incluyendo el uso del logotipo y la incorporación de la identidad institucional asociada.

En términos estratégicos, el hablador refuerza la difusión cultural dentro del espacio físico, funcionando como recordatorio tangible de la agenda mensual. Su presencia en puntos de alta visibilidad permite ampliar el alcance de la información y consolidar la coherencia de la marca entre los entornos digital e impreso.

Diseño de piezas individuales de los eventos del mes



Pieza para Instagram

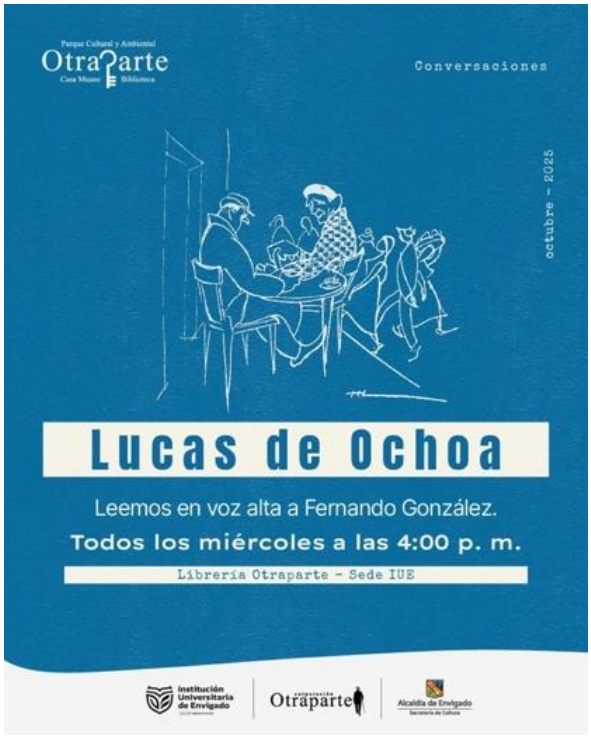


Miniatura para YouTube

Pieza individual 1. Mapa de los objetos perdidos

Su objetivo comunicacional es atraer la atención del público mediante una propuesta visual que no solo informe, sino que también refleje el carácter poético y reflexivo del encuentro. La composición gira en torno a una imagen (ilustración) que representa un entorno natural, para darle una idea conceptual al sugerir ideas de exploración, memoria y sensibilidad. Sobre esta imagen se superponen bloques tipográficos que organizan la información en diferentes bloques de texto claros: título, descripción, invitado y datos logísticos, facilitando una lectura rápida y efectiva en los entornos digitales.

La paleta de colores para esta pieza se extrae de la ilustración, esta combinación de tonos verdes y naranjas genera contraste visual y direcciona la atención del usuario hacia los elementos clave, mientras que la tipografía Lexend Giga sans-serif (sugerida del Manual de identidad de la Corporación Otraparte) refuerza la legibilidad y el impacto del mensaje principal.



Pieza para Instagram



Miniatura para boletín

Pieza individual 2. Lucas de Ochoa

Con el diseño de esta pieza se busca reflejar la esencia de este evento, transformando el ejercicio de la lectura en voz alta en un acto de encuentro cotidiano y cercano, alejado de la académica tradicional. Elegí el azul y el color crema para generar contraste entre estos colores y además el uso de las texturas (texturas del archivo Otraparte) para generar visualmente una sensación del archivo histórico de Fernando González, logrando una armonía visual que equilibra la sobriedad institucional de la Corporación Otraparte con la frescura necesaria para atraer a nuevos públicos. Este tipo de ilustraciones son usadas en la corporación y fueron diseñadas para vender mercancía y recordatorios para los visitantes del museo y admiradores de Fernando González. El uso de la ilustración y de las texturas en todas estas piezas me ayuda a mantener conexiones visuales en todas piezas diseñadas para los distintos formatos de Otraparte.

En el diseño de las piezas siempre se busca paletas de colores que tengan alto contraste para llamar la atención en el *feed* de los seguidores.

Esta pieza también tiene una adaptación en miniatura para el boletín.



Pieza para Instagram



Miniatura para YouTube

Pieza individual 3. Estampas musicales Chocoanas

Para diseñar esta pieza consulté un poco sobre el Choco ya que el evento es sobre esta región, por esto la paleta cromática está basada en la bandera del Choco. Tonos amarillos y azules, la pieza busca generar una atmósfera de calidez y nostalgia, ya que es un evento para celebrar las tradiciones Chocoanas. La fotografía, de estética costumbrista, refleja no solo la tradición de trenzado, sino que invita a la comunidad a participar en un espacio de diálogo y reflexión sobre las raíces culturales colombianas, alineándose con el objetivo de apropiación social del conocimiento que lidera la Corporación Otraparte.

Se aplicó una jerarquía visual que equilibra la tradición con la funcionalidad comunicativa.



Pieza para Instagram





Pieza individual 7. Por azar o por deseo

Por azar o por deseo es un evento mensual de encuentros de poetas colombianas. En la pieza se proyecta la sensibilidad literaria y la intimidad de este encuentro de poesía sin sacrificar la legibilidad informativa. El fondo rojo profundo simboliza la pasión y la calidez propias de la temática del evento, contrastándolo con las fotografías de las autoras en escala de grises para darles unificación visual, elegancia y evitar saturar la vista.



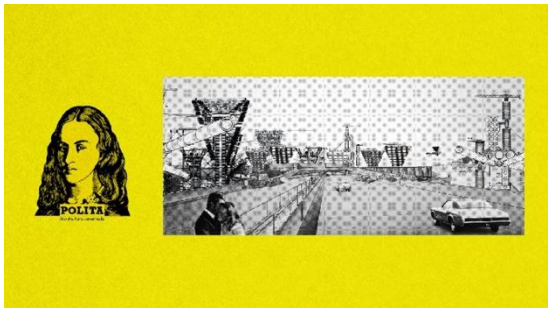
Pieza individual 13. El 47

Para el diseño de esta pieza de cine catalán, seleccioné una paleta de rojos profundos que evoca la intensidad del drama histórico y la memoria democrática que aborda la película *El 47*. Complementé esto con un bloque en tono mostaza para los créditos técnicos, buscando una referencia sutil a los colores de la identidad catalana y generando un contraste cálido que resalta la información clave. La imagen central, funciona como el eje narrativo del afiche, permitiendo que la atmósfera de la película y el concepto de "lucha vecinal" conecten de inmediato con el espectador.


Conversaciones
Parque Cultural y Ambiental
OtraParte
Casa Museo Biblioteca
La Polita presenta:
POLITA
Serie: Entre prácticas y posturas
Fósiles de un futuro que nunca se construyó.
octubre - 2025
Coordina: Coonvite Arquitectura Cooperativa
Invitado: Juan Camilo Ramirez Ortiz
Jueves 30 | 7:00 p. m.
Salón Principal - Casa Museo y YouTube
Entrada libre - Aforo limitado
COONVITE
ARQUITECTURA COOPERATIVA
Otraparte
Alcaldía de Envigado
Secretaría de Cultura

Pieza para Instagram





Pieza individual 18. La Polita presenta

Para esta pieza de la serie "La Polita presenta", utilicé un fondo amarillo vibrante con textura de papel para generar impacto visual, de acuerdo con el análisis de "fósiles de un futuro que nunca se construyó". La composición integra una fotografía sobre el capítulo a tratar en el mes de Octubre, la cual tiene un carácter histórico y arquitectónico en blanco y negro, creando un contraste que resalta la tematica reflexiva del evento.

Para acomodar la información, use bloques negros para jerarquizar el nombre del invitado y la fecha, asegurando una lectura rápida y clara sobre el fondo saturado. informativo.



Pieza para Instagram



Pieza individual 21. Los expertos del ciberexorcismo

Para el diseño de esta pieza sobre el seminario de caminería, use una fotografía del archivo de los antiguos viajes a pie, buscando evocar la historia, la memoria del territorio y la estética de la fotografía antigua, coherente con el concepto de "viaje a pie" y los "caminos por la montaña de oro". La composición se basó en la fotografía del caminante para reforzar la sensación de exploración y el retorno a "nuestro Dorado".

Utilicé bloques blancos para diferenciar el título principal, lo que garantiza una legibilidad óptima en el fondo texturizado. Los datos de fecha y hora están en bloques de color café, creando un contraste vibrante que destaca la información logística esencial.

Diseño agenda cultural noviembre

La campaña se construye a partir de una paleta dominada por tonalidades tierra y colores cálidos, seleccionados para evocar sensaciones de espiritualidad, contemplación y homenaje, en coherencia con la temática del mes de octubre. Esta elección cromática permite generar un alto contraste con la tipografía, favoreciendo la legibilidad en entornos digitales y físicos.

A nivel tipográfico, se emplea la fuente Envigado Mix en sus variantes bold y regular, estableciendo una jerarquía clara entre títulos e información secundaria. La composición se basa en una retícula flexible que organiza los elementos de manera consistente, permitiendo adaptaciones a distintos formatos sin perder coherencia visual.

Como elemento simbólico, se usa una fotografía de la boda de Fernando González con Margarita Restrepo y otros recursos gráficos asociados al concepto de “Dia de los muertos”, funcionando como hilo conductor entre las piezas y reforzando la identidad conceptual de la campaña.


AGENDA CULTURAL
NOVIEMBRE
Otraparte
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Conversación y presentación de la película "Flow": Para un mundo que hoy nos deja sin palabras
Cátedra de Humanismo y Civilidad
Lecciones de noviembre
Sociedad del deseo: a propósito del hedonismo consumista
Mapa de los objetos perdidos: ¿Para qué sirve la literatura? Para construir una casa
Antioquia Superochera – Grupo Experimental Cine Caldas
Memorias audiovisuales del suroeste de Antioquia
noviembre - 2025
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Conversaciones BI_AM: Artistas de la Bienal
Procesos creativos y experimentales en los artistas de territorios.
El juego limpio en la cancha y en la vida: ¿puede el fútbol rescatar nuestros valores?
Ciclo: Diálogos entre fútbol, filosofía y literatura.
Tertulias en confianza:
Conversar el territorio: Valle de Aburrá
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Estampas Musicales Chocoanas
Nicoyembe, "Toda una vida por la música desde las raíces"
Lecciones de noviembre
Montaigne y la amistad
Homenaje a María Helena Uribe de Estrada (1928–2015): A diez años de su partida
Obra narrativa, vida cultural en Medellín y diálogo con Fernando González.
Conciertos
Entrada libre con aforo limitado
Semillas de sol - Iván Galvis
Pa'lante Tango (Cuarteto)
2tone Brothers
Obra de teatro
Performance escénico
Entrada libre con aforo limitado
Desplegar la piel: Propuesta performática y audiovisual
Presentaciones literarias
Entrada libre con aforo limitado
Presentación del libro: Biografía del sueño
Presentación del libro: Solana
Lanzamiento del Libro: Muerte, amor y perros
Presentaciones literarias
Entrada libre con aforo limitado
Presentación del libro: Gérmenes
Por azar o por deseo: Lectura de poemas con las poetas participantes en el ciclo.
Presentación del libro: Mi gata Ágata
Exposición
Entrada libre con aforo limitado
Inauguración de la Exposición Todos Somos Uno
Inauguración de la Exposición: Cartas que viajan del Sur al Sur
Cineclub Manel
Rodrigo D. No futuro
Cine francés en Otraparte
Siempre veré vuestras caras
Librería de Otraparte
Clubes
OTROPARCHE Literario
Talleres
Entrada libre con aforo limitado
Yoga
Visitas guiadas
Altares de las Presencias

Carrusel

El carrusel digital fue diseñado para Instagram en formato 4:5, compuesto por nueve diapositivas que presentan de forma secuencial la programación mensual de la Corporación Otraparte.

El formato carrusel permite extender el tiempo de permanencia del usuario dentro de la publicación, favoreciendo la visibilidad del contenido dentro de la plataforma.

Esta pieza establece la base visual que se replica en las piezas impresas, garantizando consistencia entre medios.


Parque Cultural y Ambiental
OtraParte
Casa Museo Biblioteca
AGENDA CULTURAL
NOVIEMBRE
Casa Museo Otraparte
Conversaciones
Conversación y presentación de la película "Flow": Para un mundo que hoy nos deja sin palabras
Invitado: Sergio Restrepo
Coordina: Alfonso Arcila - Grupo Sofos
Sábado 1 | 3:00 p. m.
Cátedra de Humanismo y Civilidad
El ocaso de la medicina clínica
Invitado: Francisco Gómez Perilleux
Coordina: Grupo de Pensamiento en Formación Médica Humanista UdeA
Martes 4 | 5:00 p. m.
Lecciones de noviembre
Sociedad del deseo: a propósito del hedonismo consumista
Invitado: John Fredy Loris Castaño
Coordina: Instituto de Filosofía Universidad de Antioquia
Martes 4 | 7:00 p. m.
Antioquia Superochera – Grupo Experimental Cine Caldas
Memorias audiovisuales del suroeste de Antioquia
Conversan: Isabel Restrepo, Gustavo Mejía, Marco Mejía y Héctor Gallego
Viernes 7 | 5:00 p. m.
Mapa de los objetos perdidos: ¿Para qué sirve la literatura?
Para construir una casa
Invitada: Juana Vélez Cardona y Juan José Toro
Coordina: Grupo de Estudios Literarios de la UPB
Viernes 7 | 7:00 p. m.
Conversaciones BI_AM: Artistas de la Bienal
Procesos creativos y experimentales en los artistas de territorios.
De la observación de la naturaleza a la sala expositiva de la Bienal.
Modera: Lucrecia Piedrahita
Sábado 8 | 7:00 p. m.
El juego limpio en la cancha y en la vida: ¿puede el fútbol rescatar nuestros valores?
Ciclo: Diálogos entre fútbol, filosofía y literatura.
Conversan: Rubén Darío Estupiñán y Andrés Bedoya
Martes 11 | 7:00 p. m.
Tertulias en confianza:
Conversación: Libros libres y economía solidaria
Invita: Confiar Cooperativa
Miércoles 12 | 4:30 p. m.
Conversar el territorio: Valle de Aburrá
Cómo se asentaron, se poblaron y se fundaron los municipios de este Valle.
Esta vez: De modas y oficios que fundamentan nuestra historia.
Lunes 10 y 24 | 7:00 p. m.
Estampas Musicales Chocoanas Nicoyembe, "Toda una vida por la música desde las raíces"
Conversación sobre tradición cultural y estética afro en el Chocó.
Conversan: Nicolás Martínez como invitado especial, Lascario Barbosa, y Julio César Uribe Hermosilla
Coordina: Jesús Elías Córdoba Valencia
Viernes 21 | 7:00 p. m.
Lecciones de noviembre
Montaigne y la amistad
Invitado: Juan David Díaz Paniagua
Coordina: Instituto de Filosofía Universidad de Antioquia
Martes 25 | 7:00 p. m.
Homenaje a María Helena Uribe de Estrada (1928–2015): A diez años de su partida
Obra narrativa, vida cultural en Medellín y diálogo con Fernando González.
Invitado: Óscar Jairo González Hernández
Jueves 27 | 7:00 p. m.
Conciertos
Semillas de sol - Iván Galvis
Lanzamiento de álbum.
Sábado 15 | 7:00 p. m.
Pa'lante Tango (Cuarteto)
Mi vida es un tango.
Homenaje a Mario Quiroz
Participan: Edgar Alexis Pérez, Angélica Salazar, David Mejía y Diego Rojas
Miércoles 19 | 7:00 p. m.
2tone Brothers
Confesiones de dos viejos
Invitados: Banda 2tone Brothers
Viernes 28 | 7:00 p. m.
Obra de teatro
Performance
Desplegar la piel: Propuesta performática y audiovisual
Performance y video sobre la piel y el cuerpo como territorio y archivo.
Participan: María Escobar Toro, Alejandra Ortega, Samantha Mosquera y Tomás Echeverri
Viernes 14 | 7:00 p. m.
Presentaciones literarias
Presentación del libro: Biografía del sueño
Poesía entre la vigilia y el sueño.
Invitados: Deyvi Steveen Quintero Serna y Juan Sebastián Sánchez
Jueves 6 | 7:00 p. m.
Presentación del libro: Solana
Juventud y ciudad al límite en la Medellín de los ochenta.
Invitado: Mariana Mora Aristizábal
Jueves 13 | 7:00 p. m.
Lanzamiento del libro: Muerte, amor y perros
Invitado: Juan José Grajales
Martes 18 | 7:00 p. m.
Presentación del libro: Gérmenes
Invitado: Rafael Andrés Nanclares Ospina y Mike Giraldo
Jueves 20 | 7:00 p. m.
Por azar o por deseo: Lectura de poemas con las poetas participantes en el ciclo.
Coordinan: María Clemencia Sánchez y Olga Bula
Viernes 28 | 6:00 p. m.
Presentación del libro: Mi gata Ágata
Un cuento para hablar de la pérdida con niñas y niños.
Invitada: Sara Isabel Gómez Martínez
Sábado 29 | 6:00 p. m.
Cineclub Manel
Rodrigo D. No futuro
Dirección: Víctor Gaviria
Miércoles 12 | 7:00 p. m.
Cine francés en Otraparte
En articulación con la Alianza Francesa
Siempre veré vuestras caras
Justicia restaurativa, diálogo entre víctimas y ofensores.
Dirección: Jeanne Herry
Miércoles 26 | 7:00 p. m.
Exposición
Inauguración de la Exposición Todos Somos Uno
Conversación inaugural sobre liderazgo social y narrativas de territorio.
Conversan: Tatiana Vásquez, Juan Mosquera y Chino Romero
Organiza: One Inversión Social
Miércoles 5 | 7:00 p. m.
Inauguración de la Exposición: Cartas que viajan del Sur al Sur
Correspondencia entre territorios.
Invitados: Brenda Gutiérrez, Basil Zalda Morad y Valeria Mira
Organiza: Fundación a Vuelo de Nido
Viernes 14 | 5:00 p. m.
Ilustración realizada por: Alejandra Urgame Voluntaria de Artes Plásticas UNAL
Talleres
Yoga
Una invitación a conectar con el cuerpo, descubrir el ritmo interior y el poder de la respiración.
Coordina: Juan Sebastián Cuadros
Todos los sábados | 11:00 a. m.
Visitas guiadas
Altares de las Presencias
Visita guiada nocturna: recorrido y altar de las presencias.
Coordina: Lucía Estrada
Sábado 1 | 7:00 p. m.
Librería de Otraparte
Clubes
OTROPARCHE Literario
En un parche de lectura, cada quien lee lo que quiere y comparte si le apetece.
Coordina: Andrea Olmos - Corporación Otraparte
Sábado 8 | 4:00 p. m.
Librería - Casa Museo Otraparte
Entrada libre con aforo limitado
Suscríbete a nuestro boletín
otraparte.org/contacto/suscribir/
Horario Casa Museo Otraparte:
Lunes a sábado 11:00 a. m. - 8:30 p. m.
Corporación Fernando González - Otraparte
Teléfono (604) 4482404 / Cra 43A # 27A Sur - 11
Envigado, Antioquia - Colombia.
@otraparte
@CasaMuseoOtraparte
@otraparte
www.otraparte.org
Otraparte
Alcaldía de Envigado
Secretaría de Cultura

Hablador

El hablador de impresión fue diseñado como una pieza en formato 100x70 cm, ubicada en espacios estratégicos de la Corporación Otraparte para informar a los visitantes sobre la programación mensual. Su función principal es actuar como un punto de contacto físico que permita la consulta directa de la agenda, complementando la difusión realizada en medios digitales.

A diferencia del carrusel digital, esta pieza prioriza una lectura más pausada y detallada, organizando la información en una composición estática que facilita la comprensión del contenido en un solo vistazo. La jerarquía visual permite identificar rápidamente los eventos principales, manteniendo claridad

Diseño de piezas individuales de los eventos del mes

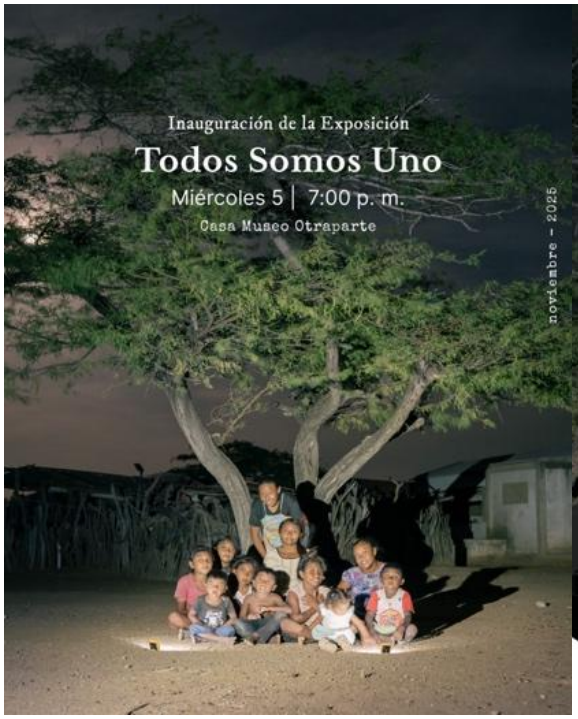


Pieza individual 1. Altares de las presencias

Para la pieza de "Altares de las Presencias", seleccioné una atmósfera profundamente mística y solemne basada en una paleta de tonos púrpuras y magentas, que contrastan con el naranja vibrante de las flores de cempasúchil en el fondo, flor que " se coloca en altares y ofrendas para honrar y recordar a los seres queridos fallecidos " (AD Magazine, s.f.)[2]. Esta elección cromática no solo evoca el carácter nocturno de la visita guiada, sino que también establece una conexión simbólica con el rito, la memoria y la espiritualidad que rodean la creación del altar. El uso de una imagen con un desenfoque artístico

[2] https://www.admagazine.com/articulos/flor-de-cempasuchil-historia-significado-y-cuidados

permite que la fotografía actúe como una textura emocional, envolviendo el contenido sin competir con la claridad de la información.



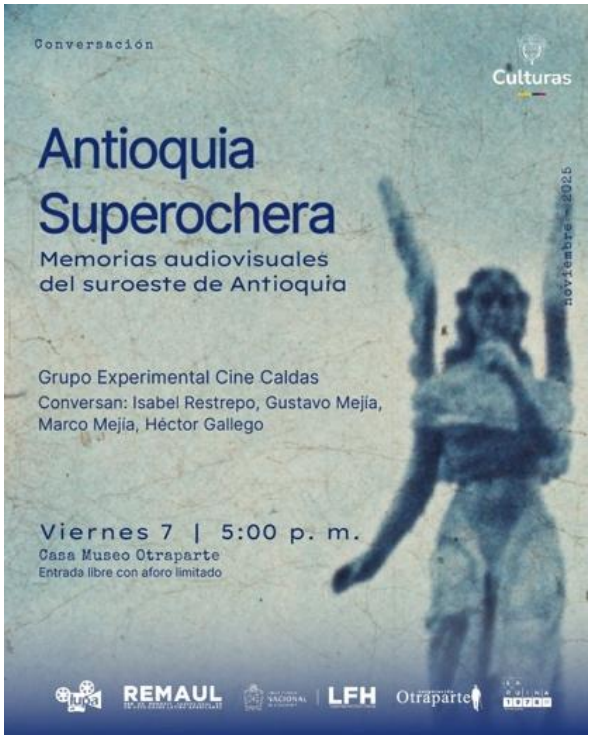




Pieza individual 3. Carrusel Todos somos uno

El diseño gira en torno a la fotografía principal del evento. En la primera pieza, la imagen ocupa todo el plano, utilizando el árbol y el grupo de niños como el ancla emocional que da sentido al título. En la segunda pieza, la imagen de fondo la oscurecí mediante una capa de transparencia para priorizar la información y la presentación de los ponentes. Utilicé marcos cuadrados con bordes redondeados para los retratos de los invitados, estos los puse en blanco y negro, logrando una estética moderna y limpia que organiza la jerarquía visual sin saturar el espacio.

En la pieza adaptada para YouTube la imagen está en un plano general con la información a los costados.



Pieza individual 5. Antioquia Superochera

Para la pieza de "Antioquia Superochera", seleccioné una fotografía, del archivo de Antioquia Superochera. Para resaltar la importancia de la preservación audiovisual y la memoria histórica del territorio antioqueño y estas imágenes históricas que tienen tanto peso visual y llaman la atención. Esta elección estética no solo dota al diseño de un carácter *vintage*, sino que también genera un fuerte contraste visual que captura la atención del espectador de manera inmediata.

Utilicé bloques de diferentes tipografías para jerarquizar el título del seminario y los datos de los invitados, asegurando una lectura clara y organizada sobre el fondo.

Con el fin de evidenciar el proceso de conceptualización aplicado al desarrollo de las piezas gráficas, se presenta el análisis visual de la propuesta Antioquia Superochera, elaborada para la programación cultural de la Corporación Fernando González Otraparte. A partir de esta pieza se muestra cómo el concepto visual y los "Ánimos" orientaron las decisiones relacionadas con la selección de la paleta cromática, el tratamiento fotográfico, la composición, la tipografía y la organización jerárquica de la información. De esta manera, los diagramas permiten comprender que cada elemento gráfico responde a una intención comunicativa previamente definida y no únicamente a criterios estéticos.

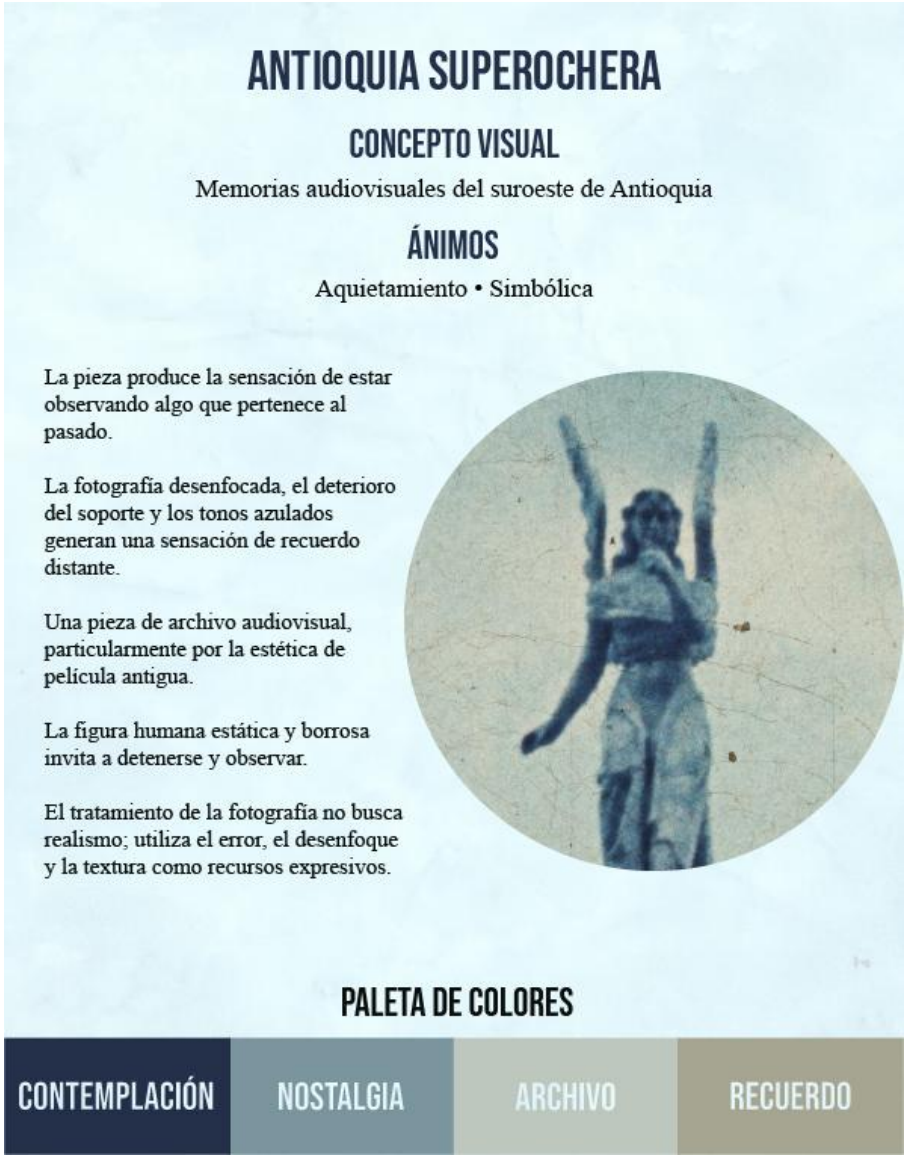


Figura 2. Análisis conceptual y visual de la fotografía para la pieza gráfica

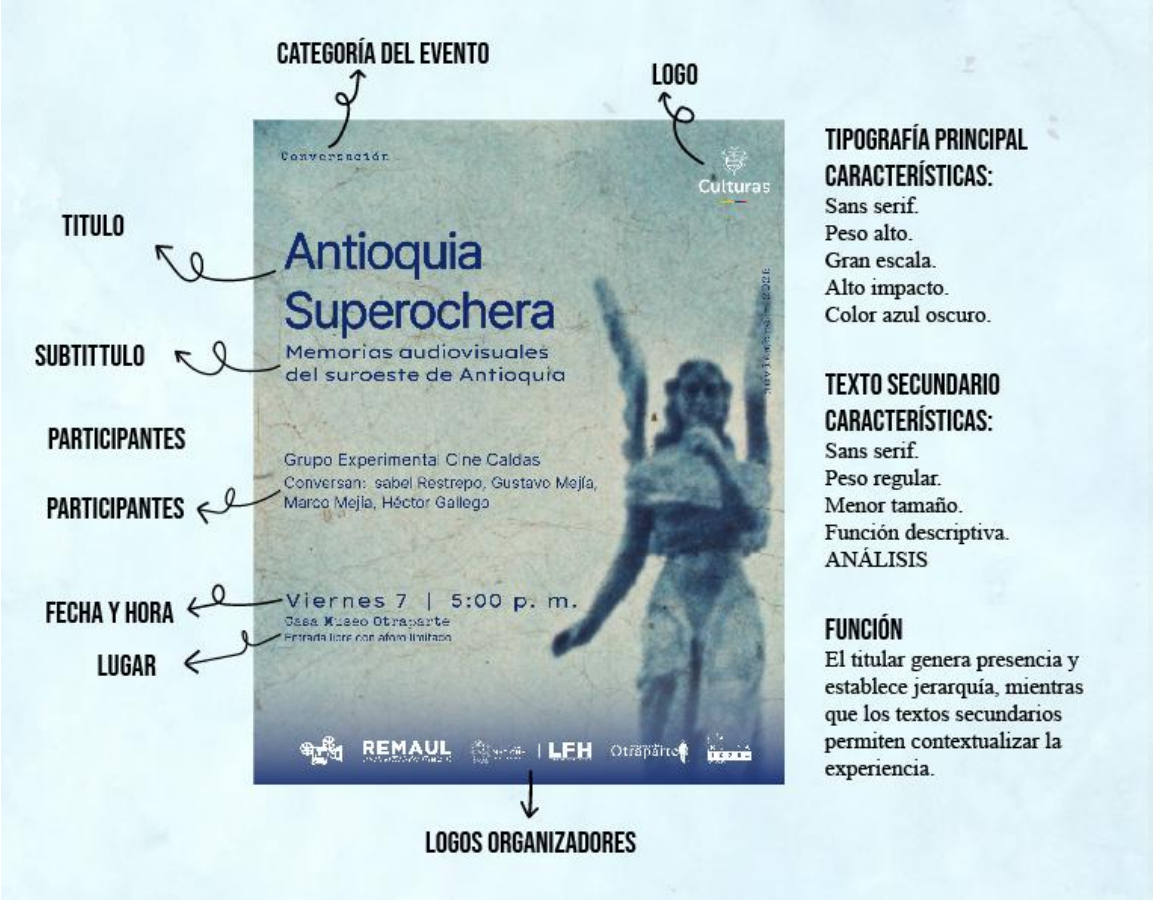
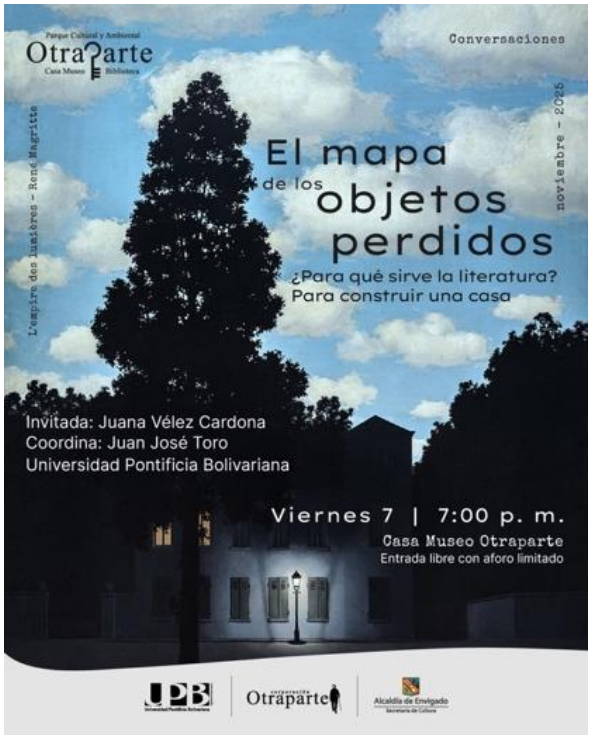


Figura 3. Análisis conceptual y visual de la pieza gráfica



Pieza para Instagram



Pieza individual 6. Mapa de los objetos perdidos

Para la pieza "El mapa de los objetos perdidos", esta vez la obra principal era *L'empire des lumières* de René Magritte, la cual sirve para ilustrar la pregunta central del evento:

"¿Para qué sirve la literatura? Para construir una casa". La imagen, que juega con la contradicción de un cielo diurno sobre una escena nocturna, actúa como una metáfora perfecta del espacio literario como un refugio de mundos posibles.

Utilicé una composición dinámica para el título, rompiendo la línea base para simular la idea de "objetos perdidos" o dispersos en el espacio gráfico.



Pieza para Instagram



Pieza individual 9. Libro Solana

Para la presentación del libro "Solana" usé la portada del libro como fondo para la pieza, con los tonos azules que caracterizan al mar, ya que el libro se sitúa contextualmente en una Bahía.

El retrato de la autora, ubicado en un marco circular con bordes suavizados, humaniza la pieza y crea un punto focal que equilibra la distribución de los textos logísticos.



Pieza individual 10. Cartas que viajan del sur al sur

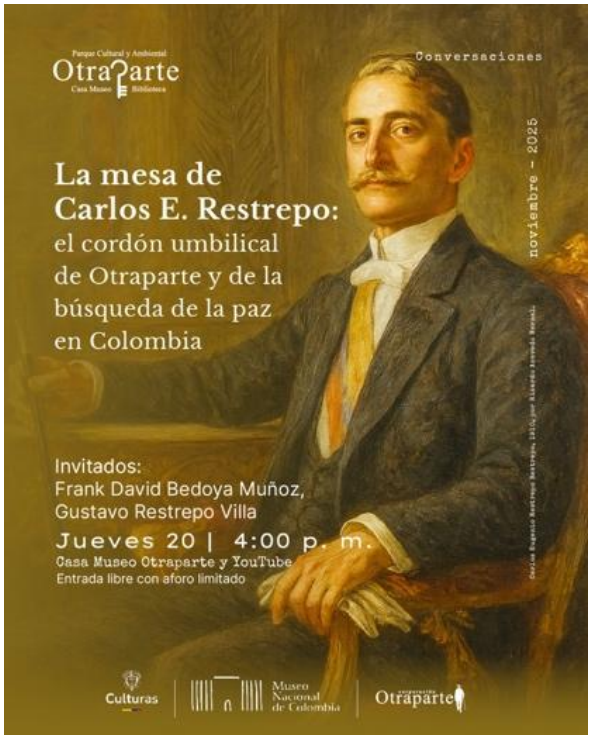
Para la pieza "Cartas que viajan del sur al sur", seleccioné una atmósfera visual inspirada en el concepto de la correspondencia y el viaje, utilizando una fotografía que refleje el título. Sobre la fotografía agregué una capa con transparencia para oscurecer y facilitar la lectura de la pieza para que todo tenga un balance. La composición integra elementos gráficos que remiten al correo postal, como los sellos, reforzando la narrativa de un diálogo transcontinental y el intercambio cultural entre países. Esta estética nostálgica pero limpia sitúa al espectador en un contexto de comunicación íntima y reflexiva. Utilicé una combinación de fuentes para garantizar una jerarquía clara que destaca el nombre el titulo sobre el fondo.



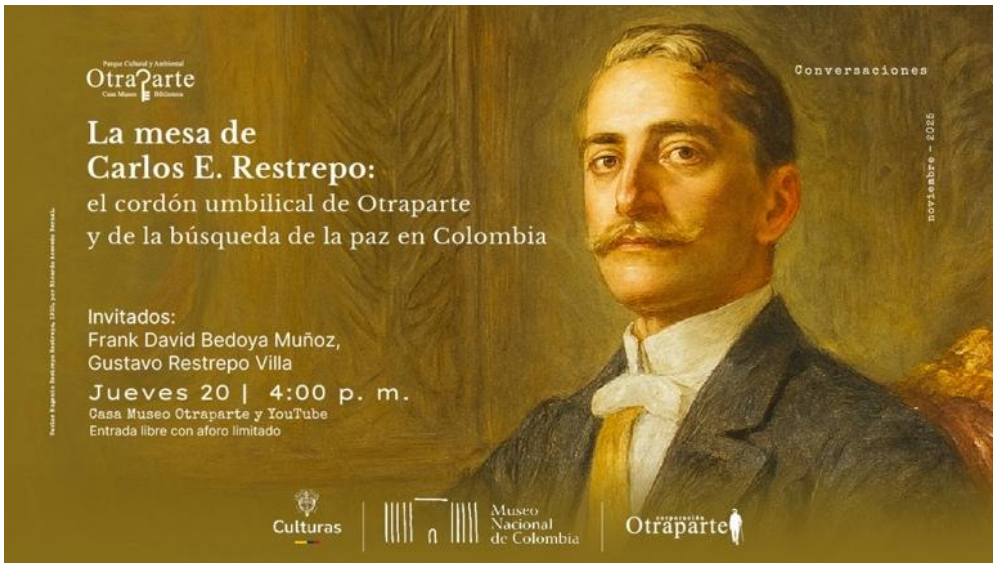
Pieza individual 13. Pa´lante Tango

Para la pieza del concierto "Pa'lante Tango (Cuarteto)", seleccioné una estética inmersiva que utiliza la fotografía del músico para capturar la atmósfera íntima y emocional propia de este género. La iluminación cálida de la imagen resalta la concentración del intérprete y la presencia del bandoneón, convirtiendo la música en el eje narrativo de la pieza y anticipando la naturaleza sensorial de este homenaje a Marco Quiroz.

El uso de diferentes pesos visuales permite que el título del cuarteto destaque con fuerza, mientras que los nombres de los invitados y la información logística se organizan de forma clara y equilibrada. En esta ocasión la información se encuentra condensada en la parte de debajo de la pieza para darle prioridad a la fotografía.



Pieza para Instagram



Pieza individual 14. La mesa de Carlos E. Restrepo

Para la pieza sobre la conversación de "La mesa de Carlos E. Restrepo", seleccioné una atmósfera de solemnidad histórica, utilizando la pintura al óleo de Ricardo Acevedo

Bernal (1910) como eje visual. La paleta de colores se basa en los tonos cálidos, dorados y sepia del propio cuadro, lo que aporta autenticidad y sumerge al espectador en la época del expresidente, subrayando la importancia simbólica del personaje como "el cordón umbilical de Otraparte" y su búsqueda de la paz.

El color blanco de los textos principales crea un contraste nítido y moderno, evitando competir con la obra de arte. Además de esto también agregue una capa de degrado para garantizar la legibilidad.

Esta pieza tiene una adaptación de miniatura para YouTube.

Diseño agenda cultural diciembre

La base del diseño de la agenda de diciembre se construye a partir de las fotografías del archivo histórico de un Viaje a pie y una paleta cromática dominada por tonos fríos y acentos en azul y amarillo, seleccionados para generar contraste y facilitar el orden de la información dentro de las piezas. Esta elección mejora la legibilidad con la intención de transmitir claridad, dinamismo y coherencia visual en la comunicación de múltiples eventos. A nivel tipográfico, se mantiene el uso de la fuente institucional en sus diferentes pesos para establecer niveles claros de lectura, priorizando títulos, categorías y descripciones. La composición se apoya en una retícula flexible que permite organizar grandes volúmenes de información sin saturar al usuario, mientras que el uso de texturas, imágenes intervenidas y elementos gráficos orgánicos aporta profundidad y carácter conceptual. En conjunto, estas decisiones garantizan coherencia entre piezas, adaptabilidad a distintos formatos y una identidad visual consistente dentro de la estrategia de difusión cultural.


«¿Qué vamos a sembrar? ¡Alegría!»
AGENDA CULTURAL DICIEMBRE
Otraparte
Conversaciones
Entrada libre con aforo limitado
Seminario:
Viaje a pie por Antioquia
El viaje a Balandú:
Regreso a la Montaña
Una mirada jurídica a la literatura:
entre normas y narrativas
En los zapatos de Asper
Serpientes como centinelas en la salud pública
Un café con Lucas de Ochoa
Letras de Autenticidad: Segunda Lectura pública de 2025
Las salas de cine y sus guardianes, los proyeccionistas
Obra de teatro
Performance escénico
Entrada libre con aforo limitado
Desplegar la piel: Propuesta performática y audiovisual
El Carángano Teatro
Festivales y eventos mixtos
Otro día en Otraparte
Concierto
Concierto Inherencia
Talleres
Entrada libre con aforo limitado
Yoga
Mercado o Feria
Mercadillo de aguinaldos
Presentaciones literarias
Presentación del libro:
Cartografías del Bosque
Presentación del libro:
Manual de desencanto para una vida digna

Carrusel

El carrusel digital de la agenda de diciembre fue diseñado para Instagram como una pieza secuencial que organiza la programación mensual en múltiples diapositivas, permitiendo distribuir la información de manera clara y progresiva. Su estructura responde a la lógica de consumo rápido en entornos digitales, donde es necesario captar la atención en los primeros segundos y facilitar la navegación mediante bloques visuales bien definidos.

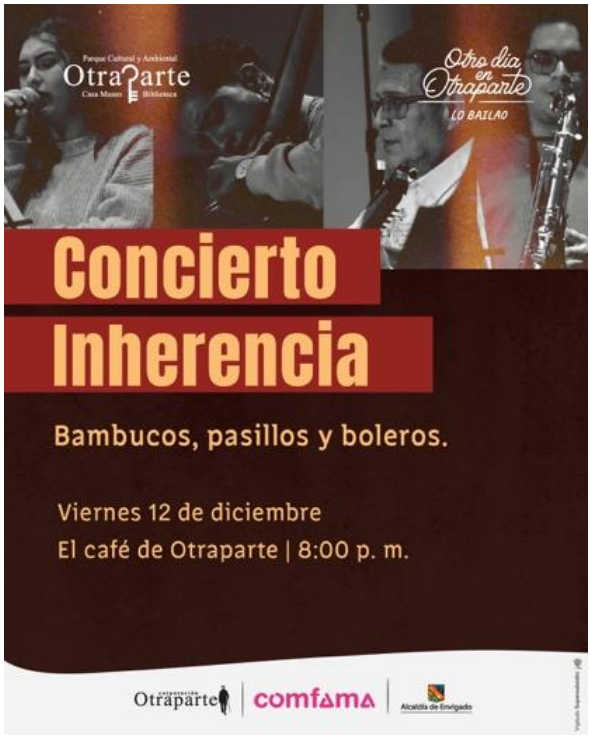
En términos estratégicos, el carrusel permite centralizar la información de la programación en una sola publicación, optimizando su alcance y facilitando su consulta dentro de la plataforma. De esta manera, la pieza no solo comunica los eventos, sino que también fortalece la visibilidad de la oferta cultural y mejora la experiencia del usuario al presentar el contenido de forma ordenada, atractiva y accesible.


Parque Cultural y Ambiental
OtraParte
Casa Museo Biblioteca
«¿Qué vamos a sembrar? ¡Alegría!»
Fernando González
AGENDA CULTURAL DICIEMBRE
Conversaciones
Seminario:
Viaje a pie por Antioquia
El viaje a Balandú: Regreso a la Montaña
Conectar la geografía antioqueña con nuestra identidad narrativa. Balandú, territorio mítico.
Conversan: Marco Mejía Torres, Julio Hernán Calle Correa, José Lubín.
Coordina: Caminería Colombia, Universidad Nacional de Colombia
Lunes 1 | 5:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Una mirada jurídica a la literatura: entre normas y narrativas
Cocina al Derecho.
Conversan: Juan Ángel Palacio, Alejandro Gaviria, Johanna Zapata González.
Jueves 4 | 6:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
En los zapatos de Asper: Serpientes como centinelas en la salud pública
Biodiversidad y coexistencia.
Invitado: Gabriel Jaime Acevedo Martínez
Viernes 5 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Letras de Autenticidad: Segunda Lectura pública de 2025
Taller: A mano alzada
Organiza: John Saldarriaga
Sábado 6 | 6:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Las salas de cine y sus guardianes, los proyeccionistas
Invitada: Xiomara Orrego
Martes 9 | 6:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Concierto
Concierto Inherencia
Bambucos, pasillos y boleros.
Viernes 12 | 8:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Obra de teatro
Performance escénico
Desplegar la piel: Propuesta performática y audiovisual
Performance y video sobre la piel y el cuerpo como territorio y archivo.
Participan: María Escobar Toro, Alejandra Ortega, Samantha Mosquera, Tomás Echeverri
Miércoles 10 | 5:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
El Carángano Teatro
Cuentos de tradición oral, comedia y música en vivo.
Organiza: Teatro Carángano
Sábado 13 | 5:00 p. m.
Terraza-Tercer Piso
Patrimonio Edificio
Festivales
Otro día en Otraparte
Otro día en Otraparte es nuestra manera de cerrar este ciclo 2025, de reunirnos para mirar lo vivido, compartir lo aprendido, celebrar lo creado y reconocer lo bailado.
Del 9 al 14 de diciembre
Casa Museo Otraparte
Mercado o Feria
Mercadillo de aguinaldos
«Hay en Colombia un pueblo campesino capaz de manifestarse en nuevos mitos agradables como la granadilla y las guayabas". Fernando González».
Coordina: Corantioquia
Sábado 13 | 9:00 a. m.
Casa Museo Otraparte
Talleres
Yoga
Una invitación a conectar con el cuerpo, descubrir el ritmo interior y el poder de la respiración.
Coordina: Juan Sebastián Cuadros
Sábados 6 y 13 | 11:00 a. m.
Casa Museo Otraparte
Presentaciones literarias
Presentación del libro:
Cartografías del Bosque
Ecología y poética.
Conversan: María Adelaida Escobar, Mariana Trujillo Escobar, Claudia Ivonne Giraldo
Miércoles 10 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Presentación del libro:
Manual de desencanto para una vida digna
Consciencia y cuidado de sí.
Invitado: Javier Orlando Muñoz Bastidas
Jueves 11 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Entrada libre con aforo limitado
Suscríbete a nuestro boletín
otraparte.org/contacto/suscribir/
Horario Casa Museo Otraparte:
Lunes a sábado 11:00 a. m. - 6:30 p. m.
Corporación Fernando González - Otraparte
Teléfono: (604)4482404 / Cra 43A # 27A Sur - 11 Envigado, Antioquia - Colombia.
@otraparte
@CasaMuseoOtraparte
@otraparte
www.otraparte.org
Otraparte
Alcaldía de Envigado
Secretaría de Cultura

Hablador

La composición de la pieza prioriza una lectura estructurada a partir de bloques temáticos, permitiendo una rápida identificación de los contenidos. El uso de jerarquías tipográficas claras y contrastes cromáticos facilita la navegación visual, guiando al lector a través de la información sin saturar la experiencia.

La pieza articula lo informativo con lo simbólico mediante el uso de una frase central de alto impacto (“¿Qué vamos a sembrar? ¡Alegría!”), esta frase es de Fernando González y refleja el mensaje que queríamos transmitir durante el mes y también funciona como eje narrativo y conecta emocionalmente con el público. Este recurso no solo capta la atención, sino que también proyecta una intención positiva y participativa, alineada con el enfoque cultural de la agenda.



Pieza individual 5. Concierto inherencia

En la parte superior utilicé un collage de fotografías en blanco y negro que capturan la esencia de la interpretación musical en vivo.

El título "Concierto Inherencia" destaca prominentemente en grandes letras de color crema, asegurando una lectura clara y jerárquica. Debajo del título principal, la subtitulación "Bambucos, pasillos y boleros" aclara inmediatamente el género musical del evento.



Pieza individual 6. El Carángano

La imagen principal, refuerza el carácter teatral y expresivo del evento, generando una atmósfera intensa que capta la atención del espectador y conecta con la naturaleza performática de la propuesta.

Se establece un equilibrio entre imagen y texto, donde la fotografía actúa como punto focal y guía visual dentro del diseño. La disposición de los elementos respeta una estructura ordenada que evita la saturación, mientras que detalles como la orientación vertical de la fecha aportan dinamismo sin afectar la legibilidad.

En conjunto, la pieza logra integrar lo informativo y lo expresivo, funcionando tanto como elemento de difusión como recurso visual que transmite la identidad del evento. De esta manera, se mantiene coherencia con el sistema gráfico general, al tiempo que se adapta a las particularidades comunicativas de un evento escénico.



Pieza individual 7. Marcadillo de aguinaldos

Esta pieza fue diseñada para comunicar un evento comunitario y comercial, priorizando una estética cercana y accesible que refuerza el vínculo con el emprendimiento local. La imagen principal presenta a una participante sosteniendo su producto, lo que humaniza la comunicación y genera una conexión directa con el público, destacando el valor del trabajo artesanal y la identidad del territorio.

A nivel cromático, se emplean tonos verdes y azules que evocan naturaleza, frescura y confianza, en coherencia con el contexto cultural y ambiental de la Corporación Otraparte. Estos colores, combinados con una iluminación natural en la imagen, aportan una sensación de calidez y autenticidad, diferenciando esta pieza de otras con una carga más escénica o conceptual.



Pieza individual 9. Cartografías del Bosque

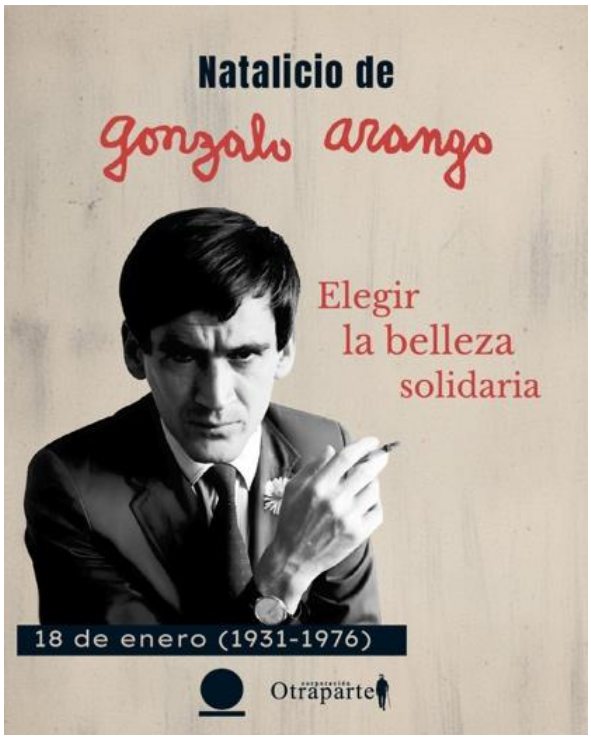
Para esta pieza utilicé la portada del libro como fondo, esta fotografía sirve como punto focal de color, simbolizando la vida y la observación que propone el libro *Cartografías del Bosque*.

Finalmente, la composición se equilibra mediante el uso de espacios en blanco y una distribución asimétrica pero armónica. El ave, situada a la izquierda, dirige la mirada hacia el bloque de texto, creando un recorrido visual fluido.

Diseño de piezas individuales de los eventos de enero







Pieza para Instagram



Piezas individuales . XII internacional nadaista

Para este carrusel, mi objetivo fue capturar la esencia irreverente y vanguardista del Nadaísm**o**, trasladando esa estética de ruptura a un formato digital moderno. Utilicé un fondo con textura de papel envejecido y manchas sutiles que evocan los manifiestos originales y la prensa de los años 60, estableciendo un vínculo directo con la historia del movimiento. La silueta de Gonzalo Arango, actúa como un ancla visual que refuerza la identidad del evento, mientras rinde homenaje a su influencia intelectual.

La decisión más fuerte recae en la tipografía híbrida del título, donde combiné una fuente de palo seco geométrica y rígida con una caligrafía manual en rojo vibrante para la palabra "Nadaista". Este contraste simboliza la tensión entre la estructura social y la libertad creativa del movimiento. El uso del rojo no es solo un acento visual para

jerarquizar la información clave como la fecha y el botón de "Actividad virtual", sino que también remite a la pasión, la rebeldía y la urgencia comunicativa propia de las vanguardias artísticas. Estas decisiones de diseño fueron inspiradas en las portadas de los Libros de Gonzalo Arango

Finalmente, la estructura de las diapositivas de invitados mantiene una limpieza editorial que facilita la lectura de biografías extensas sin perder el estilo. Al emplear fotografías circulares en blanco y negro para los ponentes, logré una coherencia estética que unifica a personalidades distintas bajo un mismo lenguaje visual. El carrusel funciona como una unidad narrativa donde el desorden aparente de los fondos y las texturas está cuidadosamente equilibrado por una diagramación clara, cumpliendo con la premisa de ser estéticamente fiel al Nadaísmo pero funcionalmente efectivo para redes sociales.

Diseño agenda cultural febrero

El diseño de la agenda cultural se basa en la temática “filosofía de lo cotidiano ” y un sistema visual que integra elementos ilustrativos, fotográficos y tipográficos para comunicar de manera clara y atractiva la programación del mes. La propuesta gráfica combina fondos con degradados suaves en tonos cálidos y fríos, generando una imagen de cielo y una atmosfera de contemplación.

El uso de elementos gráficos como recortes fotográficos, ilustraciones lineales y formas orgánicas aporta un carácter lúdico y contemporáneo, facilitando la conexión emocional con el público. A nivel compositivo, se emplea una retícula flexible que organiza la información en bloques temáticos, permitiendo una lectura ordenada y jerarquizada de los contenidos.

La tipografía se utiliza de manera consistente para establecer niveles claros de información, priorizando títulos, categorías y descripciones, mientras que el color se convierte en un recurso funcional para guiar la navegación visual. En conjunto, el sistema permite adaptar la agenda a diferentes formatos sin perder coherencia, manteniendo una identidad visual sólida dentro de la estrategia de difusión cultural.

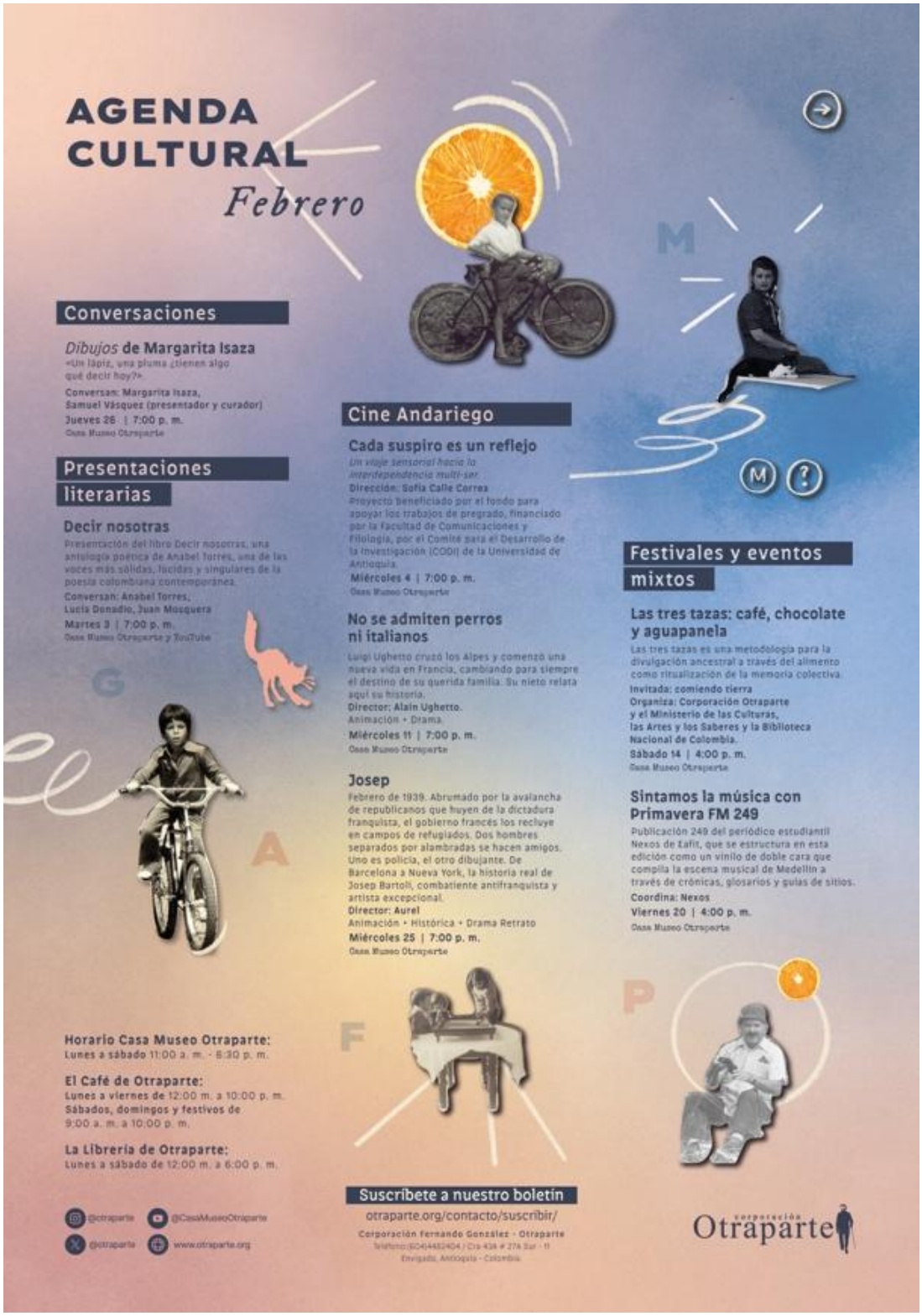

AGENDA
CULTURAL
Febrero
Otraparte
Presentaciones literarias
Entrada libre con aforo limitado
Decir nosotras
Presentación del libro Decir nosotras, una antología poética de Anabel Torres, una de las voces más sólidas, lúcidas y singulares de la poesía colombiana contemporánea.
Conversan: Anabel Torres, Lucía Donadío, Juan Mosquera
Martes 3 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Conversaciones
Dibujos de Margarita Isaza
«Un lápiz, una pluma ¿tienen algo qué decir hoy?».
Conversan: Margarita Isaza, Samuel Vásquez (presentador y curador)
Jueves 26 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Otraparte
Festivales y eventos mixtos
Entrada libre con aforo limitado
Las tres tazas: café, chocolate y aguapanela
Las tres tazas es una metodología para la divulgación ancestral a través del alimento como ritualización de la memoria colectiva.
Invitado: comiendo tierra
Organiza: Corporación Otraparte y el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y la Biblioteca Nacional de Colombia.
Sábado 14 | 4:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Sintamos la música con Primavera FM 249
Publicación 249 del periódico estudiantil Nexos de Eafit, que se estructura en esta edición como un vinilo de doble cara que compila la escena musical de Medellín a través de crónicas, glosarios y guías de sitios.
Coordina: Nexos
Viernes 20 | 4:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Otraparte
Cine Andariego
Entrada libre con aforo limitado
Cada suspiro es un reflejo
Un viaje sensorial hacia la interdependencia multi-ser.
Dirección: Sofía Calle Correa
Miércoles 4 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
No se admiten perros ni italianos
Luigi Ughetto cruzó los Alpes y comenzó una nueva vida en Francia, cambiando para siempre el destino de su querida familia. Su nieto relata aquí su historia.
Director: Alain Ughetto.
Miércoles 11 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Josep
Febrero de 1939. Abrumado por la avalancha de republicanos que huyen de la dictadura franquista, el gobierno francés los recluye en campos de refugiados. Dos hombres separados por alambradas se hacen amigos. Uno es policía, el otro dibujante. De Barcelona a Nueva York, la historia real de Josep Bartolí, combatiente antifranquista y artista excepcional.
Director: Aurel
Miércoles 25 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Otraparte

Carrusel

El carrusel digital organiza la agenda en una secuencia de diapositivas que distribuyen la información por categorías, permitiendo una lectura progresiva y segmentada. Cada pieza funciona como una unidad independiente, pero mantiene coherencia visual mediante el uso constante del sistema gráfico, facilitando la comprensión del contenido en entornos de consumo rápido.

La composición de cada *slid*e prioriza la síntesis de la información, utilizando bloques claros de texto y elementos visuales que refuerzan el contenido sin generar saturación. El uso de color permite diferenciar secciones y mantener el interés visual a lo largo del recorrido, mientras que los recursos gráficos aportan dinamismo y continuidad entre las diapositivas.

Este formato favorece la interacción del usuario, ya que lo invita a recorrer la información de manera secuencial, aumentando el tiempo de permanencia en la publicación y mejorando la visibilidad de la agenda dentro de la plataforma digital.


AGENDA CULTURAL
Febrero
Conversaciones
Dibujos de Margarita Isaza
«Un lápiz, una pluma ¿tienen algo qué decir hoy?».
Conversan: Margarita Isaza, Samuel Vásquez (presentador y curador)
Jueves 26 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Presentaciones literarias
Decir nosotras
Presentación del libro Decir nosotras, una antología poética de Anabel Torres, una de las voces más sólidas, lúcidas y singulares de la poesía colombiana contemporánea.
Conversan: Anabel Torres, Lucía Donadío, Juan Mosquera
Martes 3 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte y YouTube
Cine Andariego
Cada suspiro es un reflejo
Un viaje sensorial hacia la interdependencia multi-ser.
Dirección: Sofía Calle Correa
Proyecto beneficiado por el fondo para apoyar los trabajos de pregrado, financiado por la Facultad de Comunicaciones y Filología, por el Comité para el Desarrollo de la Investigación (CODI) de la Universidad de Antioquia.
Miércoles 4 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
No se admiten perros ni italianos
Luigi Ughetto cruzó los Alpes y comenzó una nueva vida en Francia, cambiando para siempre el destino de su querida familia. Su nieto relata aquí su historia.
Director: Alain Ughetto.
Animación • Drama
Miércoles 11 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Josep
Febrero de 1939. Abrumado por la avalancha de republicanos que huyen de la dictadura franquista, el gobierno francés los rechuye en campos de refugiados. Dos hombres separados por alambradas se hacen amigos. Uno es policía, el otro dibujante. De Barcelona a Nueva York, la historia real de Josep Bartolí, combatiente antifranquista y artista excepcional.
Director: Aurel
Animación • Histórica • Drama Retrato
Miércoles 25 | 7:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Festivales y eventos mixtos
Las tres tazas: café, chocolate y aguapanela
Las tres tazas es una metodología para la divulgación ancestral a través del alimento como ritualización de la memoria colectiva.
Invitada: comiendo tierra
Organiza: Corporación Otraparte y el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y la Biblioteca Nacional de Colombia.
Sábado 14 | 4:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Sintamos la música con Primavera FM 249
Publicación 249 del periódico estudiantil Nexos de Eafit, que se estructura en esta edición como un vinilo de doble cara que compila la escena musical de Medellín a través de crónicas, glosarios y guías de sitios.
Coordina: Nexos
Viernes 20 | 4:00 p. m.
Casa Museo Otraparte
Horario Casa Museo Otraparte:
Lunes a sábado 11:00 a. m. - 6:30 p. m.
El Café de Otraparte:
Lunes a viernes de 12:00 m. a 10:00 p. m.
Sábados, domingos y festivos de 9:00 a. m. a 10:00 p. m.
La Librería de Otraparte:
Lunes a sábado de 12:00 m. a 6:00 p. m.
@otraparte
@CasaMuseoOtraparte
@otraparte
www.otraparte.org
Suscríbete a nuestro boletín
otraparte.org/contacto/suscribir/
Corporación Fernando González - Otraparte
Envigado, Antioquia - Colombia
corporación Otraparte

Hablador

El hablador está adaptado un formato físico de mayor tamaño, permitiendo concentrar la información en una sola composición. A diferencia del carrusel, esta pieza prioriza una lectura más completa y estática, organizando los contenidos en bloques temáticos claramente definidos que facilitan su consulta en un solo vistazo. Los elementos gráficos y fotográficos se integran como recursos de apoyo que enriquecen la pieza sin interferir con la legibilidad.

En este formato, el diseño cumple una función informativa directa dentro del espacio físico, permitiendo que el usuario acceda a toda la programación sin necesidad de interacción digital. De esta manera, el hablador complementa el carrusel al trasladar la experiencia visual al entorno presencial, manteniendo coherencia y continuidad en la comunicación de la agenda cultural.

Diseño de piezas individuales de los eventos del mes



Pieza individual 1. Cada suspiro es un reflejo

Para esta pieza, mi enfoque principal fue la inmersión sensorial y la conexión con la naturaleza. Utilicé una fotografía de fondo con gran fuerza visual que muestra a una mujer flotando en un río; esta imagen no solo ilustra el título de forma literal, sino que establece un tono de calma y contemplación. Al ocupar toda la superficie, la imagen invita al espectador a ese "viaje sensorial" que se promociona.

En el aspecto tipográfico, decidí darle un protagonismo absoluto. Esta elección garantiza que el mensaje principal destaque sobre el fondo natural detallado, creando un contraste limpio y moderno.

La distribución de los textos deja respirar la zona central de la fotografía donde se encuentra la figura humana, evitando saturar la imagen.

Con el propósito de evidenciar el proceso de análisis y conceptualización desarrollado durante la creación de las piezas gráficas, se elaboraron diagramas que permiten identificar los principales elementos visuales y compositivos utilizados en una de las propuestas diseñadas para la agenda cultural de la Corporación Fernando González Otraparte. Estos esquemas muestran la relación entre el concepto visual, los "Ánimos", la selección cromática, la composición, la tipografía y la jerarquía de la información, permitiendo comprender cómo cada decisión de diseño respondió a una intención comunicativa y a los lineamientos de identidad visual de la institución.



Figura 4. Análisis conceptual y visual de la fotografía para la pieza gráfica

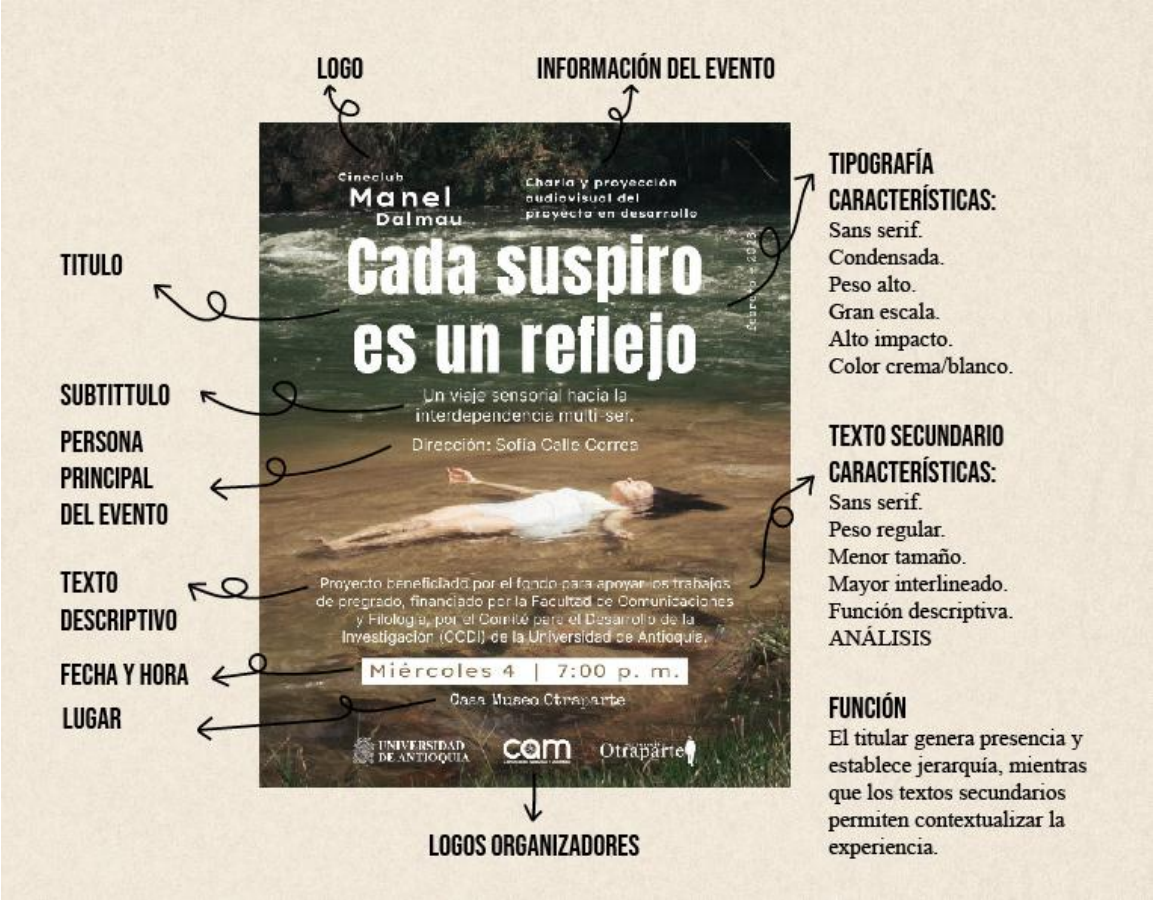


Figura 5. Análisis conceptual y visual de la pieza gráfica

Como se observa en las Figuras 2 y 3, el proceso de diseño trascendió la selección de elementos estéticos, ya que cada decisión respondió a una conceptualización previa. En este caso, los "Ánimos" Aquietamiento y Profunda orientaron la construcción de una narrativa visual basada en la contemplación y la conexión entre el ser humano y el paisaje. En consecuencia, se empleó una paleta cromática compuesta por verdes, tonos tierra y colores neutros que evocan naturaleza, serenidad y reflexión. Asimismo, la composición centrada, el predominio de la fotografía y la jerarquización tipográfica permitieron destacar la información principal sin afectar la atmósfera contemplativa de la pieza.



Pieza individual 2. Las tres tazas

Para esta mi objetivo fue crear una atmósfera de tranquilidad y reflexión que acompañe el concepto del mes "Filosofía de lo cotidiano". Utilicé un fondo con un degradado en tonos lila y rosa con una textura que simula acuarela o tiza, lo cual transmite una sensación de calma y hogar. Esta elección cromática rompe con la intensidad de piezas anteriores para invitar a un espacio de diálogo más íntimo, centrado en la ritualización de la memoria a través del alimento.

Decidí jugar con la combinación de estilos tipográficos para reflejar la diversidad de las tres bebidas mencionadas. El uso de la fuente cursiva para "café, chocolate y aguapanela" añade un toque humano y artesanal, reforzando la idea de algo hecho a mano y compartido. Las ilustraciones lineales de las tazas en estilo *sketch* complementan este lenguaje visual, manteniendo una estética ligera y cercana.

El uso de letras flotantes de fondo añade una capa de diseño que dinamiza la pieza sin distraer del mensaje central: la divulgación de saberes ancestrales a través de lo cotidiano.



Pieza individual 3. No se admiten perros ni italianos

Para esta pieza de proyección de cine, utilicé un fondo azul grisáceo con una textura sutil que aporta una sensación de sobriedad y permite que el contenedor central de la película destaque sin distracciones. Esta base neutra ayuda a que los colores cálidos de la imagen de animación (stop-motion) cobren vida propia en el centro del diseño.

El título está en un bloque azul oscuro sólido, lo que le da un peso visual inmediato, seguido de los créditos técnicos (director, país, año) y una breve sinopsis.

El resultado es un diseño funcional y elegante que prioriza la claridad informativa sin descuidar la calidez del arte visual que promociona.



Pieza para Instagram

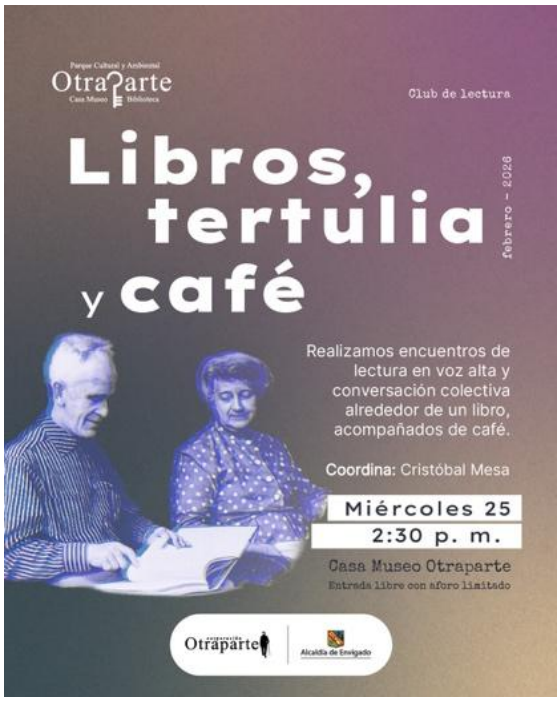


Pieza individual 5. Decir nosotras

Para esta presentación literaria, mi intención principal fue destacar la portada del libro en la parte superior. Esta ilustración, que mezcla rostros de mujeres en diversos estilos

pictóricos y tonalidades, funciona como una representación visual de la "antología" y las múltiples voces que la componen.

La composición se equilibra dividiendo la pieza en dos grandes zonas: la artística y la informativa. La base de color sólido permite que la información técnica (fecha, hora y lugar) se presente de manera limpia y sin distracciones, incluyendo las opciones de asistencia presencial o virtual vía YouTube.



Pieza para Instagram



Pieza individual 7. Libros, tertulia y café

Para esta pieza mi objetivo fue crear una atmósfera de calidez y comunidad que refleje la esencia de un club de lectura. El diseño utiliza un degradado de tonos morado, amarillo y azul de la paleta de colores de la Corporación, lo cual evoca la nostalgia de las fotografías antiguas y la calidez de un espacio de conversación. En el centro, incorporé una imagen de archivo en tonos azulados de Fernando González con Margarita Restrepo compartiendo un libro; esta elección visual refuerza el concepto de "lectura en voz alta" y "conversación colectiva", humanizando la invitación y conectándola con la tradición y la memoria.

La disposición escalonada de las palabras "Libros, tertulia y café" aporta dinamismo a la composición. El resultado es una pieza acogedora que invita al encuentro y al intercambio cultural en torno a una taza de café.

Diseño agenda cultural marzo



Para la pieza de la Agenda Cultural de Marzo, utilicé una fotografía del archivo histórico de la casa museo Otraparte de la iglesia de Envigado, lo que le da un anclaje geográfico y simbólico inmediato. Esta imagen, con un tono sepia y textura de papel antiguo, refuerza la idea de la casa como un contenedor de historias y cultura.

La cinta naranja fluida que recorre la pieza de arriba a abajo, serpenteando entre las columnas de texto y la arquitectura, simboliza la continuidad de la programación, el recorrido por Envigado y actúa como una guía óptica que conecta todas las áreas (Conversaciones, Cine, Clubes, etc.) en un solo fluir cultural. Y por último el tono rojo para el titulo y resaltar las secciones.

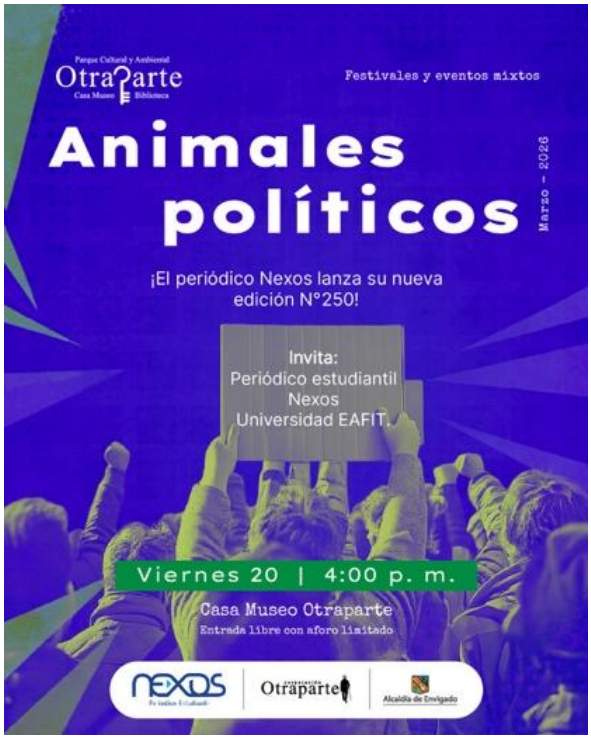
Diseño de piezas individuales de los eventos del mes



Pieza individual 1. El mapa de los objetos perdidos

Para esta pieza utilicé una textura de papel grisáceo que aporta una sensación de sobriedad y permite que la obra central, *María Eugenia en el Paisaje* de Myrna Báez, destaque como el corazón narrativo de la pieza. La pintura, con su figura frente al espejo, conecta directamente con el subtítulo del evento sobre el "encantamiento del espejo", creando una atmósfera contemplativa y melancólica que invita a la reflexión académica y artística.

Esta organización permite que la pieza funcione como un puente entre la academia y el espacio cultural, respetando el aire literario del programa mediante una diagramación limpia y equilibrada que guía el ojo desde la imagen central hacia la información del encuentro.



Pieza individual 3. Animales políticos

Para esta pieza que anuncia el lanzamiento de la edición N°250 del periódico Nexos, mi enfoque de diseño se centró en la estética que normalmente usa la revista y en la fuerza visual y el dinamismo de la acción colectiva. Utilicé una paleta de colores vibrantes en tonos azules y verdes neón con un duotono sobre la fotografía de una multitud con los puños en alto. Esta elección no solo aporta un aire moderno y juvenil, sino que conecta directamente con la temática política y de movilización social que sugiere el título, creando un impacto inmediato en el espectador.

La disposición asimétrica de las palabras "Animales políticos" añade movimiento a la composición, mientras que el bloque de información sobre la invitación de la Universidad EAFIT se ubica en el centro sobre un elemento gráfico que simula una pancarta, reforzando la narrativa de la protesta o el encuentro público.



Pieza individual 4. Coja oficio

Para esta pieza del evento "¡Coja Oficio!", dentro del ciclo "Filosofía de lo cotidiano", mi enfoque de diseño se centró en la cartografía y la memoria del territorio.

La base visual es un mapa esquemático de Envigado sobre un fondo con textura de papel antiguo, lo cual refuerza la idea de "andanza" y recorrido guiado. Sobre este plano, incorporé pequeñas ilustraciones de estilo minimalista y gestual que representan diferentes oficios (una calculadora para el tendero, un canasto para las lavanderas, una herramienta para los arrieros). Estos elementos no solo decoran, sino que actúan como puntos de referencia en la cartografía, conectando visualmente el espacio geográfico con la labor humana y la vocación que se busca reivindicar.

En cuanto a la tipografía, utilicé una fuente caligráfica manual y expresiva para el título "¡Coja Oficio!", lo que le otorga un carácter orgánico, cercano y con la fuerza de un llamado a la acción. Este estilo contrasta con las fuentes tipográficas más estructuradas utilizadas para la descripción del evento y los datos logísticos, logrando que el título sea el elemento con mayor jerarquía y personalidad. El uso de colores tierra y una paleta apagada mantiene esa sensación de vínculo con la tradición y la historia local.



Pieza para Instagram



Pieza individual 5. Yoga

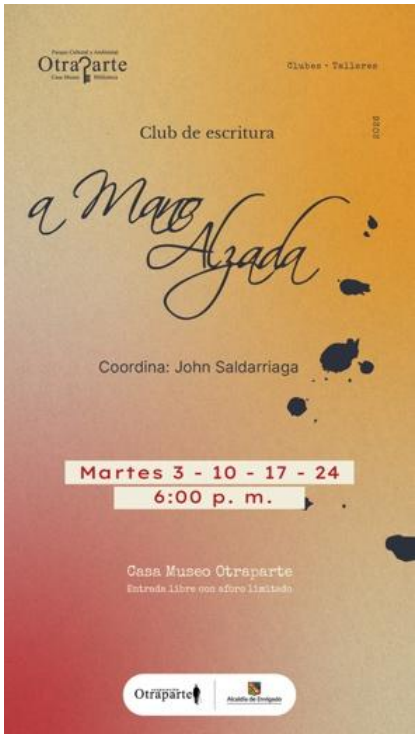
Para esta pieza mi enfoque de diseño se centró en transmitir serenidad, fluidez y una conexión profunda con el espíritu de la Casa Museo Otraparte.

Usé un degradado suave en tonos violetas y cálidos, lo que ayuda a establecer una atmósfera de calma y meditación desde el primer contacto visual. Sobre este fondo, incorporé formas curvas que atraviesan la composición de manera orgánica, simulando el fluir de la respiración o el movimiento pausado del cuerpo. Estas líneas no solo guían el ojo a través de la pieza, sino que refuerzan el concepto de "ritmo" y flexibilidad que propone la práctica del yoga.

Para el subtítulo y la descripción, usé una fuente blanca que evoca el tono poético de las reflexiones inspiradas en el libro *Viaje a pie* de Fernando González. Esta combinación permite que el mensaje central sea contundente, mientras que los detalles filosóficos se perciben suaves e invitantes.



Pieza para Instagram



Pieza individual 6. A mano alzada

Para esta pieza del club de escritura "A mano alzada", mi propuesta de diseño se centra en la esencia del trazo manual y la calidez del pensamiento creativo.

El diseño utiliza un degradado cálido que transita del amarillo al rojo con una textura de papel rugoso, evocando la superficie de una libreta o un pergamino donde nace la escritura. En el costado derecho, incorporé manchas de tinta orgánicas que refuerzan la narrativa del trabajo "a mano", sugiriendo ese proceso artesanal, imperfecto y humano que caracteriza a un taller de creación literaria.

En cuanto a la tipografía, el título principal destaca por el uso de una fuente caligráfica gestual de trazo fluido. Estos elementos los saqué de la portada de un libro del archivo de la casa museo.



Pieza individual 7. Laboratorio de juego

Para esta pieza del evento "Laboratorio de juego: el giro territorial**"**, que forma parte del ciclo "Conversar el territorio", mi enfoque de diseño se centra en la superposición de narrativas geográficas, históricas y botánicas.

La base visual utiliza una cartografía lineal del territorio de Envigado, sobre la cual se proyecta la silueta del mapa de Colombia. Esta técnica de "mapa dentro de un mapa" refuerza el concepto de "giro territorial", sugiriendo que la reflexión local está profundamente conectada con el contexto nacional.

Dentro de la silueta del mapa, incorporé una fotografía de vegetación que alude a la ecología política y la justicia ambiental mencionadas en la descripción de la invitada.

El retrato de Margarita humaniza el territorio y establece un puente con la memoria histórica de la Casa Museo Otraparte.



Pieza individual 10. Charla con vecinos de Otraparte

Para esta pieza titulada, que forma parte del ciclo "Filosofía de lo cotidiano", el diseño busca resaltar la cercanía barrial y la memoria del territorio. La base del diseño utiliza un mapa lineal del sector, lo que refuerza visualmente el concepto de "vecinos" y "territorio". Este recurso convierte la pieza en una invitación a reconocer el espacio común que habitamos.

El uso de una fuente caligráfica manual para las palabras "Charla con Vecinos de" aporta un carácter orgánico y cercano. Esta elección tipográfica refuerza la idea de una conversación espontánea y personal.



Pieza individual 10. Charla con vecinos de Otraparte

Para la justificación del diseño de esta pieza, centrada en la convocatoria a la XXIV Asamblea General Ordinaria, he optado por un enfoque que resalta la institucionalidad y la conexión directa con la sede física de la corporación:

He utilizado una fotografía de la Casa Museo Otraparte en la parte superior, lo que sitúa al miembro de la corporación en el espacio físico donde se llevará a cabo el encuentro. Esta imagen evoca la arquitectura tradicional y la frescura de los jardines del museo, reforzando el sentido de pertenencia.

La transición visual desde la fotografía hacia el cuerpo de texto se realiza mediante un degradado en tonos verdes y amarillos. Esta paleta no solo es coherente con el entorno natural de la casa, sino que también aporta una sensación de crecimiento y estabilidad institucional.

La pieza está diseñada en un formato vertical (ideal para dispositivos móviles), guiando el ojo del espectador desde el entorno físico (la casa) hacia el mensaje (la convocatoria) y finalizando en la identidad corporativa.



Pieza individual 11. Otroparche literario

Para esta pieza he seleccionado una fotografía en primer plano que captura un momento de lectura íntimo en el café/librería. La profundidad de campo permite que la lectora sea el punto focal, invitando al espectador a identificarse con la experiencia de "parcharse con un libro" en un entorno real.

Utilicé bloques de color naranja vibrante en la parte superior y para los datos logísticos. Este color no solo inyecta energía juvenil a la pieza, coherente con el lenguaje del hashtag, sino que asegura que la información clave resalte sobre la imagen fotográfica.



Pieza individual 12. Labordatorio de Berenguela

Para la pieza "Labordatorio de Berenguela**"**, he utilizado un degradado suave que transita entre tonos lila, rojo y azul, creando una atmósfera serena y acogedora que invita a la reflexión y la creación manual.

La pieza está decorada con líneas fluidas que simulan hilos, agujas y costuras, reforzando visualmente el concepto de "narrativas textiles" y la unión de historias compartidas que se mencionan en la descripción.



Pieza individual 13. Alfabeto de un cielo abierto.

Para la pieza del taller especializado "Alfabeto de un cielo abierto", he diseñado una propuesta que busca integrar la libertad del espacio exterior con la estructura del lenguaje. He utilizado una fotografía de un cielo despejado en tonos azul claro que transmite una sensación de amplitud y serenidad que incluye un ave en pleno vuelo en la parte inferior derecha y refuerza el concepto de "cielo abierto" y añade un punto de dinamismo que guía la mirada hacia arriba.

Puse letras sueltas con diferentes niveles de opacidad por todo el fondo, simulando un "alfabeto" que flota o se desvanece en el aire. Este recurso visual conecta directamente con el título del taller, sugiriendo que las palabras y las letras son elementos vivos en constante movimiento. El amarillo del título aporta energía y resalta sobre el fondo claro, mientras que el azul oscuro proporciona estabilidad y legibilidad, manteniendo la paleta

de colores institucional. La disposición de las palabras en diferentes niveles crea un ritmo visual que rompe la rigidez tradicional, coherente con la naturaleza creativa de un taller especializado.

Resultados de Impacto en los Canales Digitales

El presente apartado complementa los resultados cualitativos de la práctica profesional con evidencia cuantitativa sobre el desempeño de las piezas gráficas difundidas en los canales digitales de la Corporación Fernando González Otraparte. Mientras los apartados anteriores documentan el proceso de conceptualización, diseño y adaptación de las piezas, esta sección analiza su circulación efectiva: cuántas personas vieron los contenidos, con qué formatos interactuaron y qué diferencias de desempeño se registran entre plataformas y formatos durante los meses de febrero y marzo de 2026, periodo que corresponde a las dos últimas agendas culturales diseñadas durante la práctica.

El propósito de este análisis es *evaluar la adaptación y coherencia del sistema visual en medios digitales* (objetivo específico 3), aportando indicadores verificables que permitan valorar el alcance de las decisiones de diseño más allá de la descripción de las piezas. El análisis se apoya en el informe interno de redes sociales del primer trimestre de 2026 elaborado por el área de comunicaciones de la Corporación (Corporación Otraparte, 2026).

Consideraciones Metodológicas sobre los Datos

Los datos analizados provienen de las métricas nativas de cada plataforma —Meta Business Suite para Facebook e Instagram y X Analytics para X (antes Twitter)—, consolidadas en el informe interno de redes sociales del primer trimestre de 2026. Se

trata, por tanto, de fuentes secundarias de carácter institucional, recolectadas mediante revisión documental, técnica ya descrita en el apartado metodológico.

Los indicadores considerados se definen de la siguiente manera. Las visualizaciones corresponden al número total de veces que un contenido apareció en pantalla, sin descontar repeticiones. El alcance y los espectadores únicos representan el número de cuentas o personas distintas que vieron al menos un contenido, por lo que constituyen la medida más cercana a la audiencia real. Las interacciones agrupan reacciones, comentarios, contenidos compartidos, guardados y clics en el contenido. Finalmente, la tasa de interacción se obtiene al dividir las interacciones entre las visualizaciones del mismo periodo y expresa el nivel de respuesta que genera cada contenido en relación con su exposición.

Las cifras de visualizaciones, alcance e interacciones fueron tomadas directamente del informe institucional. Los valores derivados —participaciones porcentuales, tasas de interacción, variaciones intermensuales y totales agregados— fueron calculados por la autora a partir de esos datos y se identifican como tales en las notas de cada figura y tabla. La numeración de figuras y tablas continúa la del cuerpo del trabajo.

Panorama General del Alcance Digital

Durante febrero y marzo de 2026, los tres canales digitales de la Corporación acumularon 754.420 visualizaciones de contenido y 17.178 interacciones. Este volumen se produjo en un contexto de tráfico predominantemente orgánico: en Facebook, el 97 % de las visualizaciones se originó sin inversión publicitaria, lo que indica que la difusión dependió de la capacidad del contenido para circular por recomendación algorítmica y por acción voluntaria de la comunidad, y no de pauta pagada. Para una institución cultural sin ánimo de lucro, este dato resulta especialmente relevante, pues la calidad y pertinencia de las piezas gráficas constituyen el principal factor de visibilidad disponible.

Tabla 3

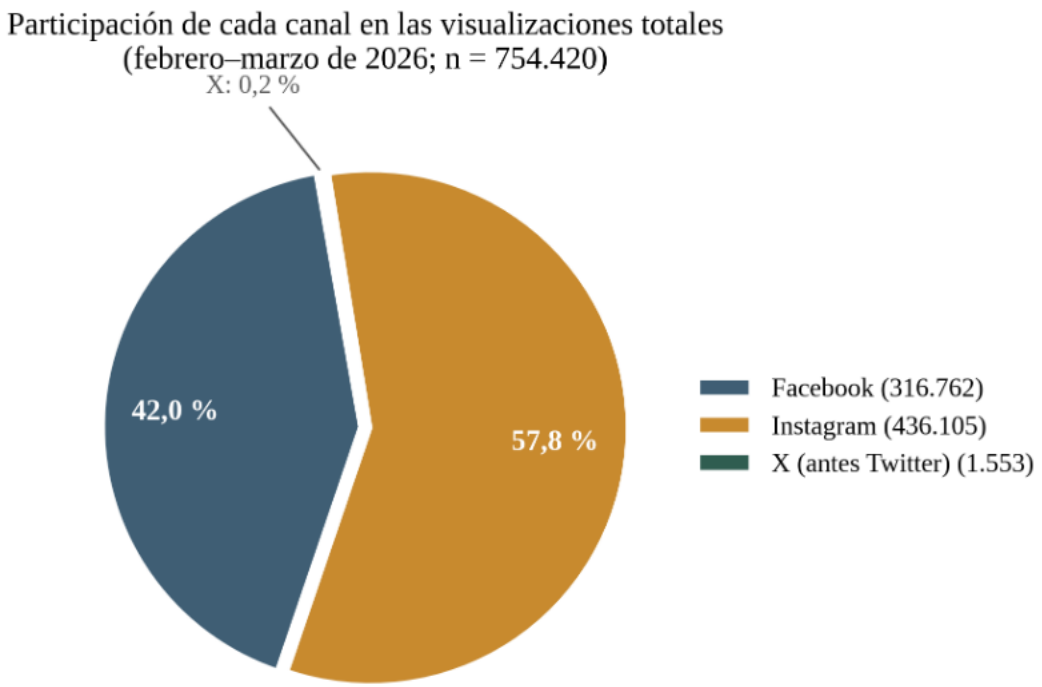
Indicadores generales de los canales digitales de la Corporación Otraparte (febrero–marzo de 2026)

Canal	**Visualizaciones**	**Interacciones**	**Audiencia efectiva**	**Tasa de interacción**
Facebook	316.762	8.100	55.875 – 60.220	2,56 %
Instagram	436.105	9.000	43.600 – 38.500	2,06 %
X (antes Twitter)	1.553	78	n. d.	5,02 %
Total	**754.420**	**17.178**	**—**	**2,28 %**

Nota. La audiencia efectiva corresponde a espectadores únicos en Facebook y a cuentas alcanzadas en Instagram; se presenta el rango febrero–marzo. La tasa de interacción es el cociente entre interacciones y visualizaciones del bimestre. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026). n. d. = dato no disponible.

La distribución de esas visualizaciones entre los tres canales no es homogénea. Instagram concentró la mayor parte del volumen, seguido por Facebook, mientras que X registró una participación marginal (Figura 4).

Figura 6. Participación de cada canal en las visualizaciones totales del bimestre

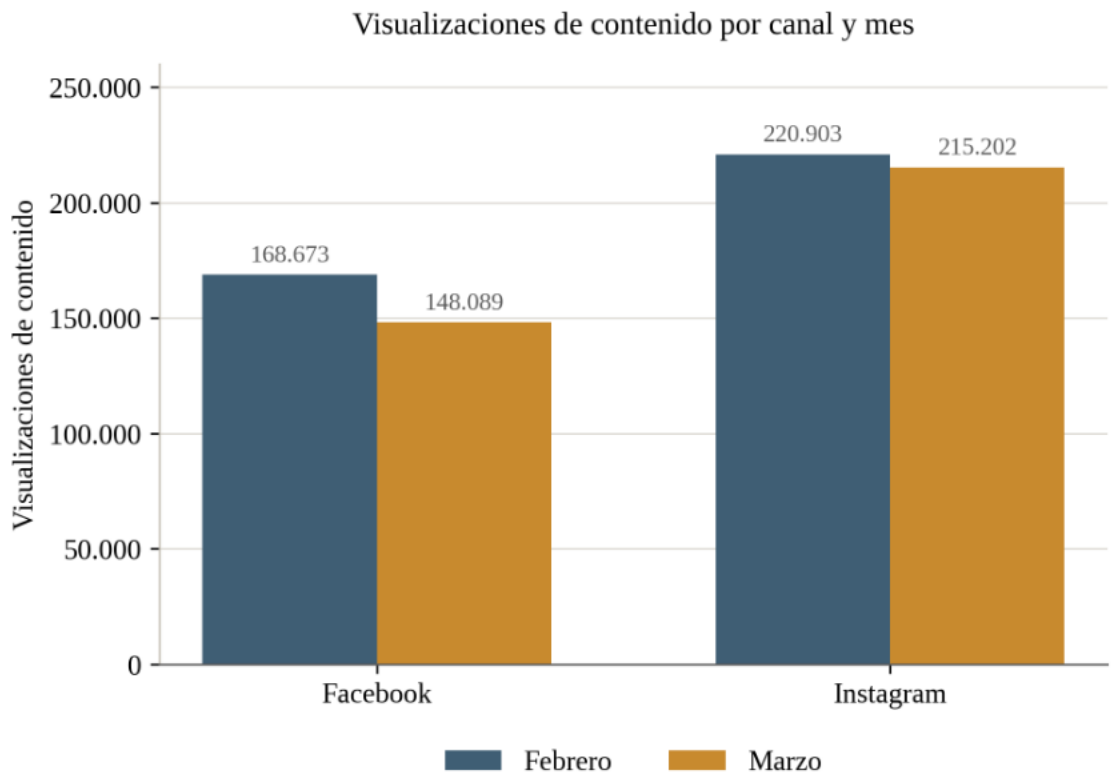


Nota. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026). Los porcentajes se calcularon sobre el total de 754.420 visualizaciones registradas entre febrero y marzo de 2026.

Aunque Instagram aporta cerca de seis de cada diez visualizaciones, la lectura conjunta con los demás indicadores matiza esa aparente supremacía: Facebook genera una audiencia única mayor y una respuesta proporcionalmente más alta, mientras que Instagram funciona sobre todo como canal de descubrimiento, en el que buena parte de

las visualizaciones proviene de usuarios que no siguen la cuenta. Ambas lógicas exigen soluciones gráficas distintas, un hallazgo que se retoma en la discusión.

Figura 7. ***Visualizaciones de contenido por canal y mes***



Nota. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026). No se incluye X por diferencia de escala; sus impresiones se presentan en la Tabla 6.

La comparación mensual muestra un comportamiento estable. Instagram mantuvo más de 200.000 visualizaciones en ambos meses, con una variación mínima del 2,6 %, y Facebook conservó un volumen superior a 148.000 visualizaciones pese a un descenso del 12,2 %. Esta estabilidad sugiere que el sistema visual desarrollado durante la práctica

sostuvo un nivel de exposición constante y no dependió del éxito puntual de una sola publicación.

Desempeño en Facebook

Facebook constituye el canal con mayor profundidad de audiencia. Entre febrero y marzo, los espectadores únicos pasaron de 55.875 a 60.220, un crecimiento del 7,8 % que indica ampliación de la base de personas alcanzadas y no solo repetición de vistas sobre el mismo público. De manera simultánea, las interacciones aumentaron de 3.700 a 4.400 (+18,9 %) mientras las visualizaciones descendían, lo que se traduce en una mejora de la tasa de interacción del 2,19 % al 2,97 % (Figura 7 y Figura 11).

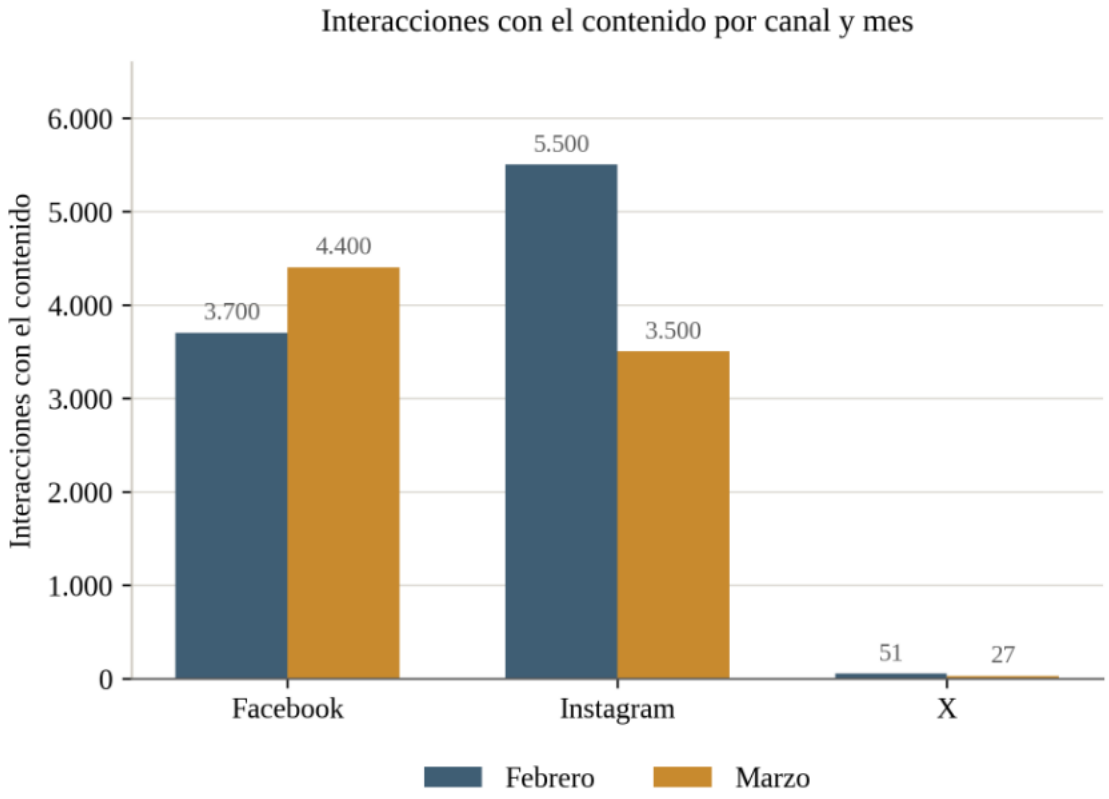
Tabla 4

Indicadores de Facebook por mes y variación intermensual

Indicador	**Febrero**	**Marzo**	**Variación**
Visualizaciones de contenido	168.673	148.089	−12,2 %
Interacciones con el contenido	3.700	4.400	+18,9 %
Espectadores únicos	55.875	60.220	+7,8 %
Tasa de interacción	2,19 %	2,97 %	+0,78 p. p.
Origen orgánico del tráfico	97 %	97 %	0,0 p. p.

Nota. Las variaciones y la tasa de interacción fueron calculadas por la autora. p. p. = puntos porcentuales. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

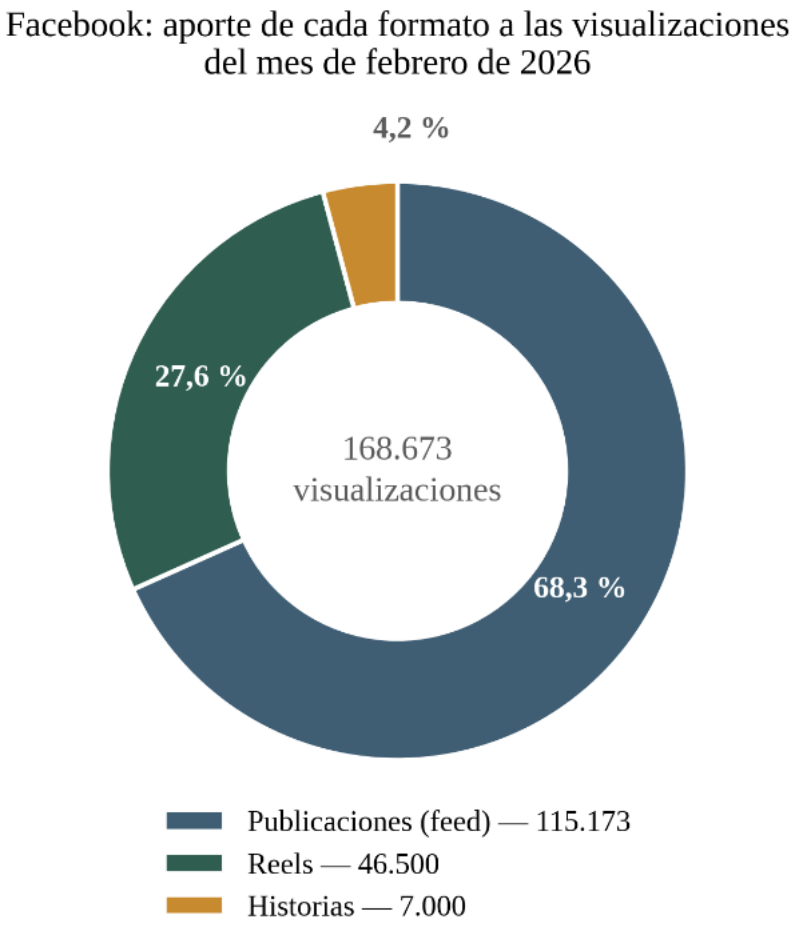
Figura 8. Interacciones con el contenido por canal y mes



Nota. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

El análisis por formato revela un dato de interés directo para el diseño. En febrero, los reels concentraron aproximadamente 46.500 visualizaciones —cerca del 27,6 % del total del mes— y alrededor de 1.200 interacciones, es decir, casi un tercio de las interacciones del canal a partir de menos de una tercera parte de las visualizaciones. Las historias, por su parte, aportaron unas 7.000 visualizaciones y cumplieron una función de recordación de la programación más que de alcance masivo (Figura 8).

Figura 9. Aporte de cada formato a las visualizaciones de Facebook en febrero de 2026



Nota. El valor de publicaciones del feed corresponde al residuo entre el total del mes y los formatos reels e historias, por lo que constituye una estimación. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

Los contenidos con mejor desempeño en este canal fueron piezas de carácter histórico y filosófico asociadas al legado de Fernando González —fragmentos de Viaje a pie, la censura eclesiástica al filósofo envigadeño y relatos sobre objetos del archivo de la casa

museo—, así como publicaciones vinculadas al Nadaísmo y a documentos literarios. Este patrón confirma que la audiencia de Facebook responde a narrativas breves de memoria cultural, un tipo de contenido que exige del diseño soluciones de alta legibilidad, jerarquía tipográfica clara y tratamiento cuidadoso de material de archivo, tal como se documentó en las piezas desarrolladas durante la práctica.

Desempeño en Instagram

Instagram registró el mayor volumen de visualizaciones del bimestre, con 220.903 en febrero y 215.202 en marzo. Sin embargo, el canal presenta un comportamiento inverso al de Facebook: mientras el volumen de exposición se mantuvo casi constante, el alcance descendió de 43.600 a 38.500 cuentas (−11,7 %) y las interacciones cayeron de 5.500 a 3.500 (−36,4 %), lo que redujo la tasa de interacción del 2,49 % al 1,63 %.

Tabla 5

Indicadores de Instagram por mes y variación intermensual

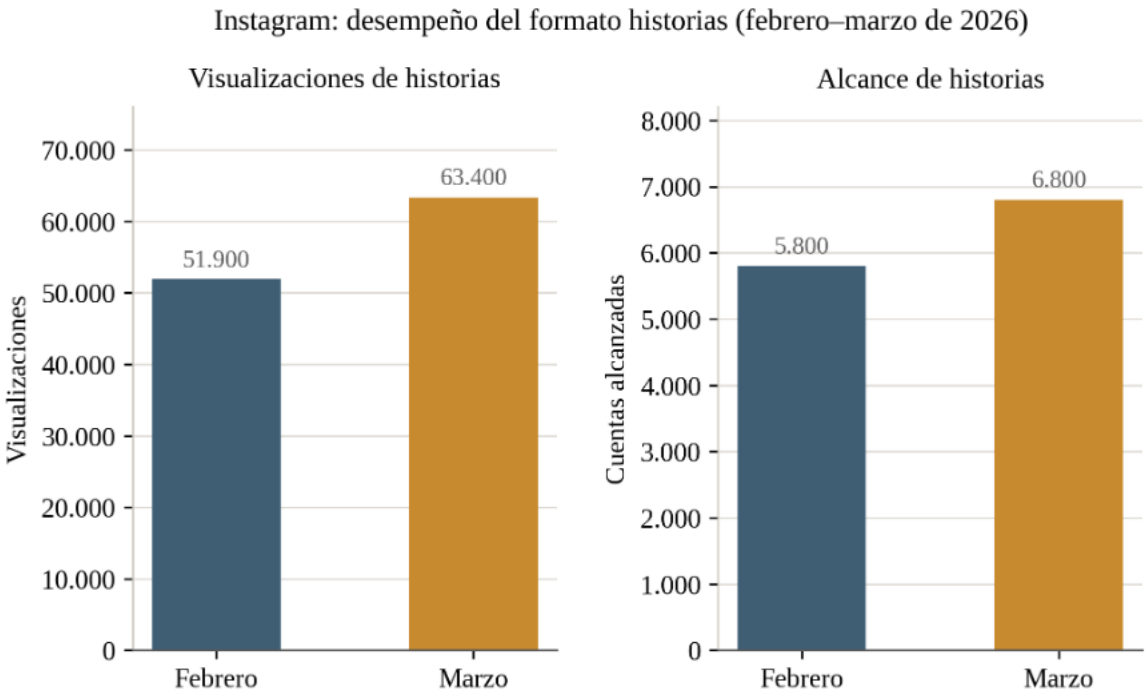
Indicador	**Febrero**	**Marzo**	**Variación**
Visualizaciones de contenido	220.903	215.202	−2,6 %
Cuentas alcanzadas	43.600	38.500	−11,7 %
Interacciones con el contenido	5.500	3.500	−36,4 %
Interacciones del feed	n. d.	2.900	—
Visualizaciones de historias	51.900	63.400	+22,2 %
Alcance de historias	5.800	6.800	+17,2 %
Tasa de interacción	2,49 %	1,63 %	−0,86 p. p.

Nota. Las variaciones y la tasa de interacción fueron calculadas por la autora. p. p. = puntos porcentuales; n. d. = dato no disponible. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

El descenso de las interacciones no puede atribuirse a una sola causa. El informe institucional señala tres factores posibles: cambios en el tipo de contenido publicado, variaciones en la frecuencia de publicación y ajustes propios del algoritmo de distribución. A ellos conviene añadir una consideración de calendario: marzo concentró contenidos de lanzamiento de proyectos y comunicación institucional, cuyo perfil de respuesta difiere del de las piezas de programación cultural predominantes en febrero.

Frente a esa contracción general, un formato se movió en dirección contraria. Las historias crecieron un 22,2 % en visualizaciones y un 17,2 % en alcance, consolidándose como el recurso más eficaz para sostener la conexión diaria con la comunidad (Figura 8).

Figura 9. Desempeño del formato historias en Instagram



Nota. Las visualizaciones contabilizan vistas totales y el alcance, cuentas únicas. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

Este resultado tiene una implicación directa para el trabajo desarrollado durante la práctica: las adaptaciones verticales de las piezas de agenda —recorte, reencuadre y reorganización de la jerarquía tipográfica para el formato 9:16— no funcionaron como una versión secundaria de la pieza principal, sino como el soporte de mayor crecimiento del canal. La coherencia visual entre la pieza del feed y su adaptación a historias resulta, por tanto, un factor determinante del reconocimiento institucional en el consumo cotidiano.

Desempeño en X (antes Twitter)

X presenta la escala más reducida del ecosistema digital de la Corporación, con 1.001 impresiones en febrero y 552 en marzo. No obstante, es el canal con la tasa de interacción más alta: 5,09 % y 4,89 %, respectivamente, frente a un promedio sectorial que suele situarse entre el 1 % y el 3 %.

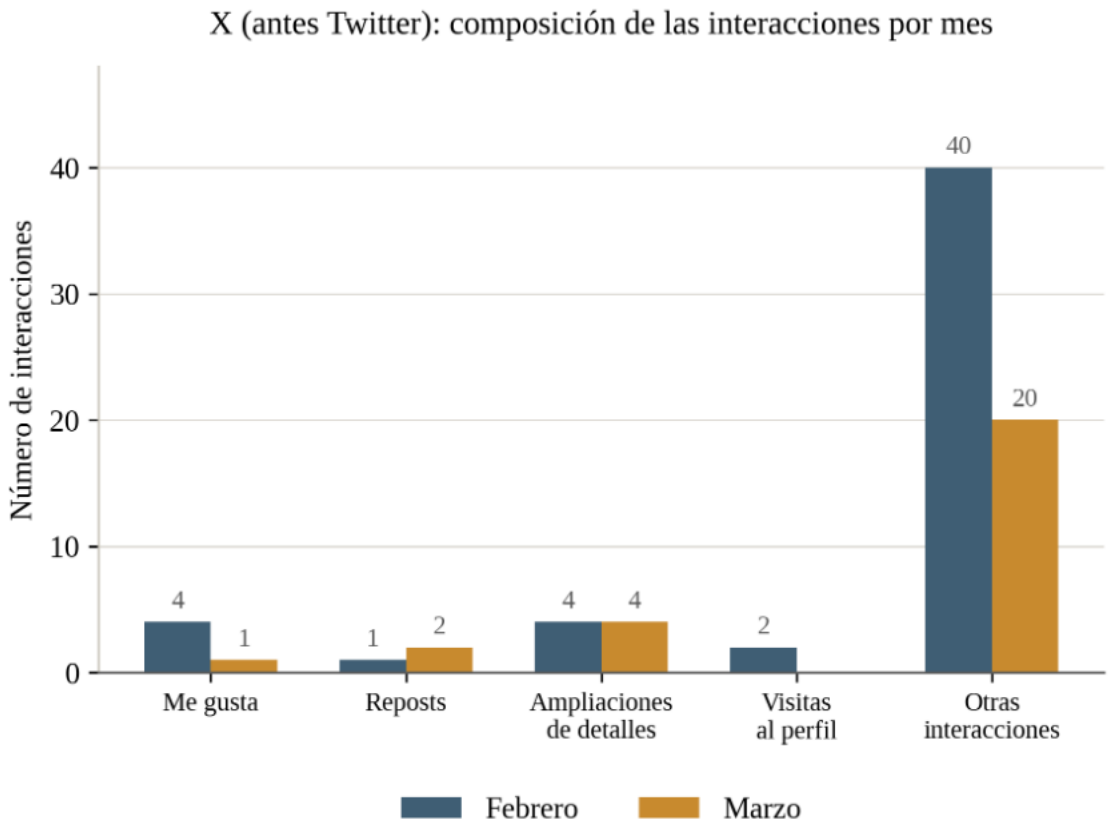
Tabla 6

Indicadores de X (antes Twitter) por mes

Indicador	**Febrero**	**Marzo**
Impresiones	1.001	552
Interacciones totales	51	27
Me gusta	4	1
Reposts	1	2
Ampliaciones de detalles	4	4
Visitas al perfil	2	n. d.
Tasa de interacción	5,09 %	4,89 %

Nota. La tasa de interacción fue calculada por la autora sobre el cociente entre interacciones e impresiones. n. d. = dato no disponible. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

Figura 10. Composición de las interacciones registradas en X por mes



Nota. La categoría otras interacciones corresponde al residuo entre las interacciones totales y las categorías detalladas en el informe institucional, y agrupa acciones como clics en enlaces y en el contenido. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

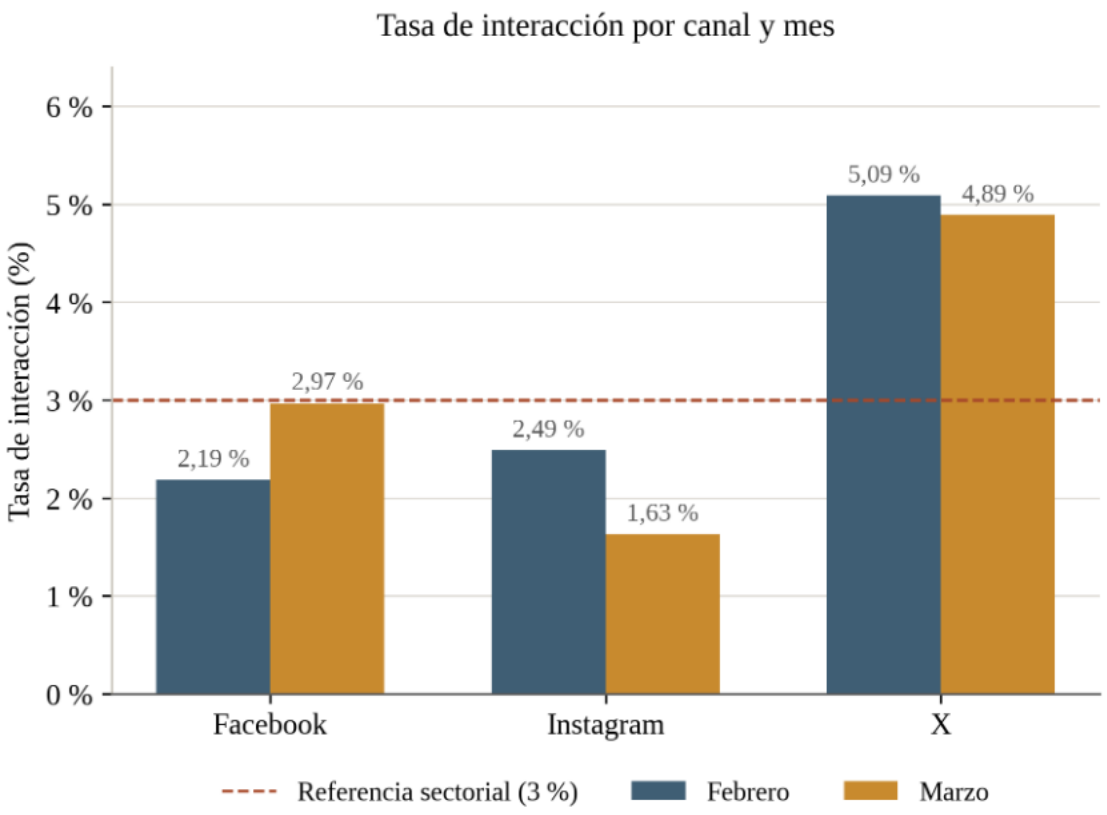
La composición de esas interacciones es reveladora (Figura 11): predominan las acciones de consulta —ampliaciones de detalles y clics— sobre las reacciones visibles, lo que sugiere una audiencia pequeña pero deliberada, que abre y lee los contenidos en lugar de limitarse a reaccionar. En consecuencia, X opera para la Corporación como espacio de posicionamiento simbólico dentro de conversaciones sobre cultura, filosofía y pensamiento crítico, y no como canal de audiencia masiva. Desde la perspectiva del

diseño, esto implica que la pieza gráfica cumple aquí un papel de acompañamiento del texto y no de portador principal del mensaje.

Análisis Comparativo del Desempeño

La lectura conjunta de los tres canales permite identificar que el volumen de exposición y la calidad de la respuesta no se comportan de la misma manera. La Figura 10 compara las tasas de interacción y evidencia que el canal con menor alcance es el que genera mayor proporción de respuesta, mientras que el de mayor volumen registra la tasa más baja.

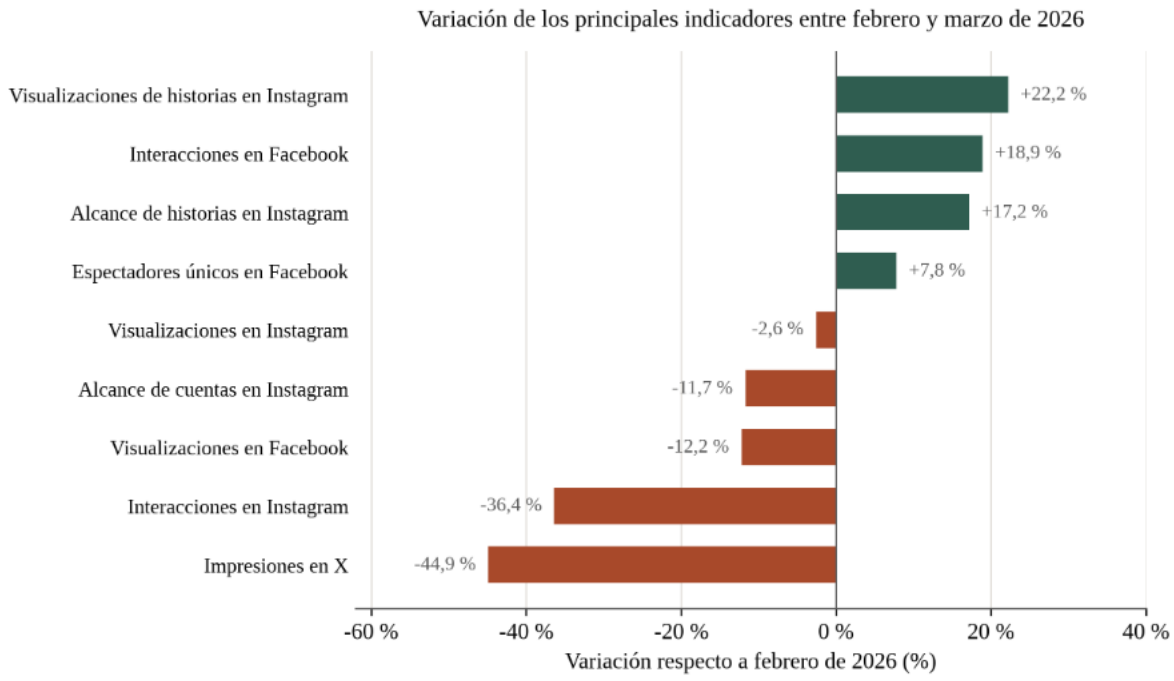
Figura 11. Tasa de interacción por canal y mes



Nota. La referencia sectorial del 3 % corresponde al rango de engagement habitual señalado en el informe institucional. Tasas calculadas por la autora. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

La Figura 12 sintetiza la variación de los principales indicadores entre febrero y marzo y permite distinguir con claridad dos bloques de comportamiento: un conjunto de indicadores en crecimiento, asociados a Facebook y al formato historias de Instagram, y un conjunto en descenso, concentrado en el volumen de exposición y en las interacciones del feed de Instagram y de X.

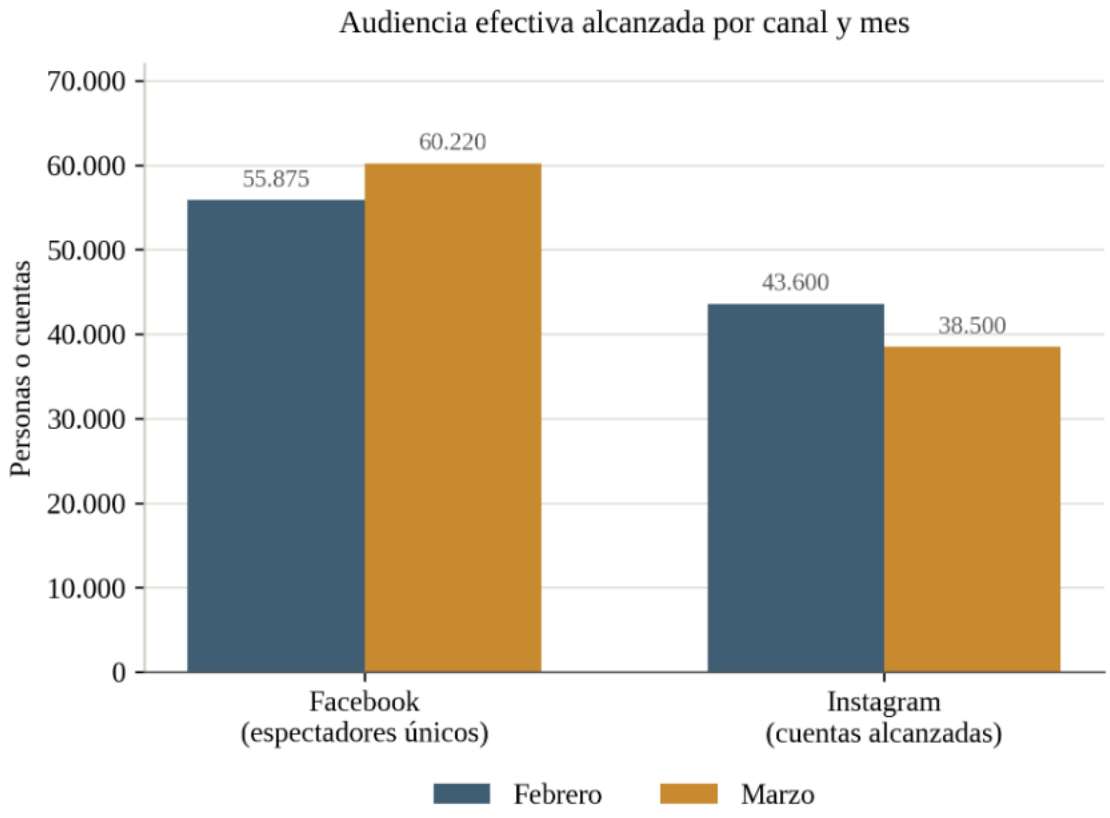
Figura 12. Variación de los principales indicadores entre febrero y marzo de 2026



Nota. Variaciones porcentuales calculadas por la autora tomando febrero de 2026 como base. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026).

Un tercer contraste, presentado en la Figura 12, corresponde a la audiencia efectiva. Facebook amplió su base de personas alcanzadas mientras Instagram la redujo, pese a que este último mantuvo un volumen de visualizaciones considerablemente mayor. La diferencia confirma que ambos canales cumplen funciones complementarias: Instagram amplifica y expone, Facebook fideliza y convierte esa exposición en comunidad.

Figura 13. Audiencia efectiva alcanzada por canal y mes



Nota. En Facebook se reportan espectadores únicos y en Instagram, cuentas alcanzadas; ambos indicadores miden audiencia sin repetición, aunque su definición difiere entre plataformas. Elaboración propia a partir de Corporación Otraparte (2026)

Tabla 7. Síntesis comparativa del rol de cada canal en el ecosistema digital de la Corporación

Canal	**Función predominante**	**Fortaleza observada**	**Implicación para el diseño**
Facebook	Fidelización y construcción de comunidad	Crecimiento de audiencia única y de la tasa de interacción	Piezas de archivo y narrativa histórica con alta legibilidad
Instagram	Descubrimiento y amplificación	Mayor volumen de visualizaciones y crecimiento de historias	Adaptación vertical coherente y contenido audiovisual breve
X	Posicionamiento simbólico e intelectual	Tasa de interacción superior a la referencia del sector	Predominio del texto; la pieza gráfica acompaña el mensaje

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de los indicadores de Corporación Otraparte (2026).

Relación entre las Decisiones de Diseño y el Desempeño Observado

Los resultados permiten establecer relaciones consistentes entre las decisiones de diseño documentadas en el apartado anterior y el comportamiento de la audiencia, sin que ello suponga afirmar una relación causal directa.

La coherencia del sistema visual sostiene el alcance orgánico

El hecho de que el 97 % del tráfico de Facebook sea orgánico y que el volumen de visualizaciones se mantenga estable en ambos meses indica que la difusión no depende

de inversión publicitaria sino del reconocimiento y la circulación espontánea de las piezas. La aplicación sistemática de los lineamientos de identidad visual de la Corporación —tipografías institucionales, uso consistente del logotipo, tratamiento del color y estructura reticular— contribuye a que cada publicación resulte identificable dentro de un entorno digital saturado, condición previa para que la comunidad decida detenerse en ella y compartirla.

Los formatos audiovisuales concentran la respuesta de la audiencia

Los reels de Facebook generaron cerca de un tercio de las interacciones del canal en febrero y las historias de Instagram crecieron más del 22 % en visualizaciones. Ambos formatos son verticales, breves y de consumo rápido, lo que sitúa la adaptación de las piezas a la relación de aspecto 9:16 como una decisión de diseño de alto impacto y no como un ajuste técnico menor. Este hallazgo respalda uno de los aprendizajes centrales de la práctica: la coherencia gráfica no consiste en reproducir la misma composición en todos los soportes, sino en conservar los principios visuales de la identidad mientras se reorganiza la jerarquía de la información según las condiciones de lectura de cada formato.

El contenido conceptual dialoga con el enfoque narrativo de los "Ánimos"

Las publicaciones con mejor desempeño en el bimestre fueron aquellas que combinaron reflexión cultural, memoria de archivo e identidad institucional: fragmentos de la obra de Fernando González, materiales sobre el Nadaísmo, documentos literarios y piezas de

invitación a espacios de participación como el Otroparche Literario. Este comportamiento es consistente con la metodología de diseño conceptual y narrativo de la Corporación, en la cual la pieza gráfica se construye a partir de un "Ánimo" que filtra las decisiones de color, composición y tono visual. Los datos sugieren que la audiencia responde con mayor intensidad cuando la pieza articula información del evento con una dimensión simbólica reconocible, y no cuando se limita a informar.

El alcance amplio no equivale a participación

La contracción de las interacciones en Instagram durante marzo, pese a mantener más de 215.000 visualizaciones, muestra que el volumen de exposición no garantiza participación. Esta observación coincide con el reto identificado por la propia Corporación para los meses siguientes: transformar el alcance digital en asistencia efectiva a la agenda cultural presencial. Desde el diseño, ello sugiere fortalecer los elementos de la pieza orientados a la acción —claridad de fecha, hora, lugar y condiciones de acceso— y su continuidad visual entre el feed, las historias y el material impreso dispuesto en la sede.

Limitaciones del Análisis

Los resultados presentados deben interpretarse considerando cuatro limitaciones. En primer lugar, el análisis abarca únicamente dos meses, periodo insuficiente para distinguir tendencias sostenidas de variaciones coyunturales. En segundo lugar, las métricas no permiten aislar el efecto del diseño gráfico de otros factores concurrentes,

como la frecuencia de publicación, la relevancia del tema, los cambios algorítmicos de las plataformas o la programación cultural de cada mes; por consiguiente, los datos constituyen evidencia de desempeño y no prueba de causalidad. En tercer lugar, los indicadores no son estrictamente comparables entre plataformas, dado que cada una define de manera distinta conceptos como visualización, alcance e interacción. Finalmente, el informe institucional no reporta el desempeño desagregado por pieza gráfica individual, lo que impide vincular indicadores específicos a decisiones de diseño puntuales.

Para futuros ejercicios de evaluación se recomienda incorporar el registro sistemático de métricas por pieza, la comparación con periodos equivalentes del año anterior y el seguimiento de indicadores de conversión, como los clics en enlaces de inscripción o la asistencia efectiva a las actividades convocadas.

Síntesis de los Resultados de Impacto

El análisis cuantitativo del bimestre febrero–marzo de 2026 permite sostener cuatro conclusiones. Primero, las piezas gráficas desarrolladas durante la práctica circularon en un ecosistema digital que alcanzó 754.420 visualizaciones y 17.178 interacciones, con una audiencia efectiva superior a las 60.000 personas en Facebook, y lo hicieron de manera casi enteramente orgánica. Segundo, el desempeño no fue homogéneo entre canales: Facebook consolidó comunidad y mejoró su tasa de interacción hasta el 2,97 %, Instagram sostuvo el mayor volumen de exposición, y X, pese a su escala reducida, superó la referencia sectorial de participación. Tercero, los formatos verticales y breves

—reels e historias— concentraron una proporción de respuesta superior a su peso en visualizaciones, lo que confirma el valor estratégico de las adaptaciones desarrolladas para estos soportes. Cuarto, los contenidos con mayor desempeño fueron los que integraron memoria de archivo, reflexión cultural e identidad institucional, en correspondencia con el enfoque conceptual y narrativo que orientó el diseño de las piezas.

En conjunto, estos resultados aportan evidencia empírica al argumento central del trabajo: el diseño gráfico, cuando se fundamenta en la identidad visual y en el sentido cultural de la institución, no cumple una función únicamente estética, sino que constituye una herramienta estratégica para la difusión del patrimonio y del pensamiento que la Corporación Fernando González Otraparte se ha propuesto preservar.

Figuras y tablas



Figura 1. Fuente: (Corporación Otraparte, Manual de marca de la Corporación Otraparte 2025)

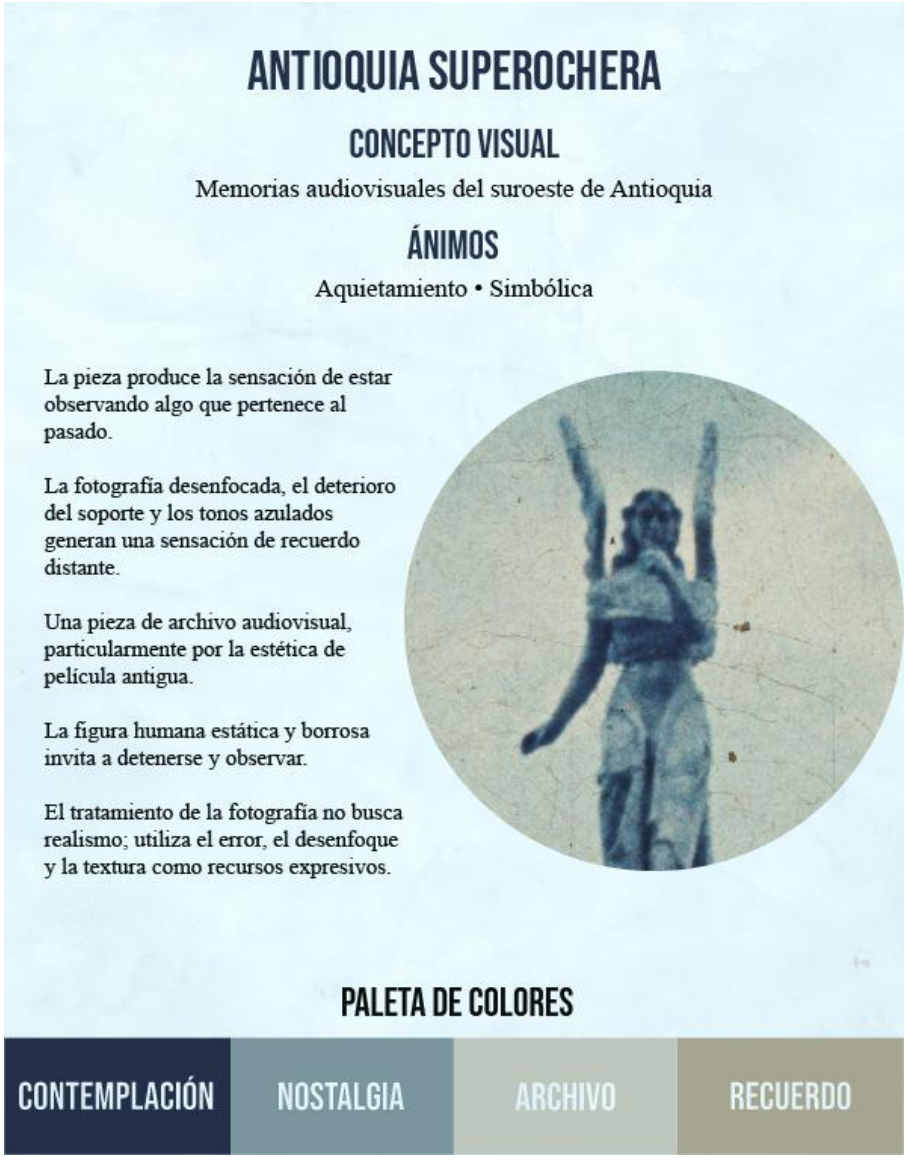


Figura 2. Análisis conceptual y visual de la fotografía para la pieza gráfica

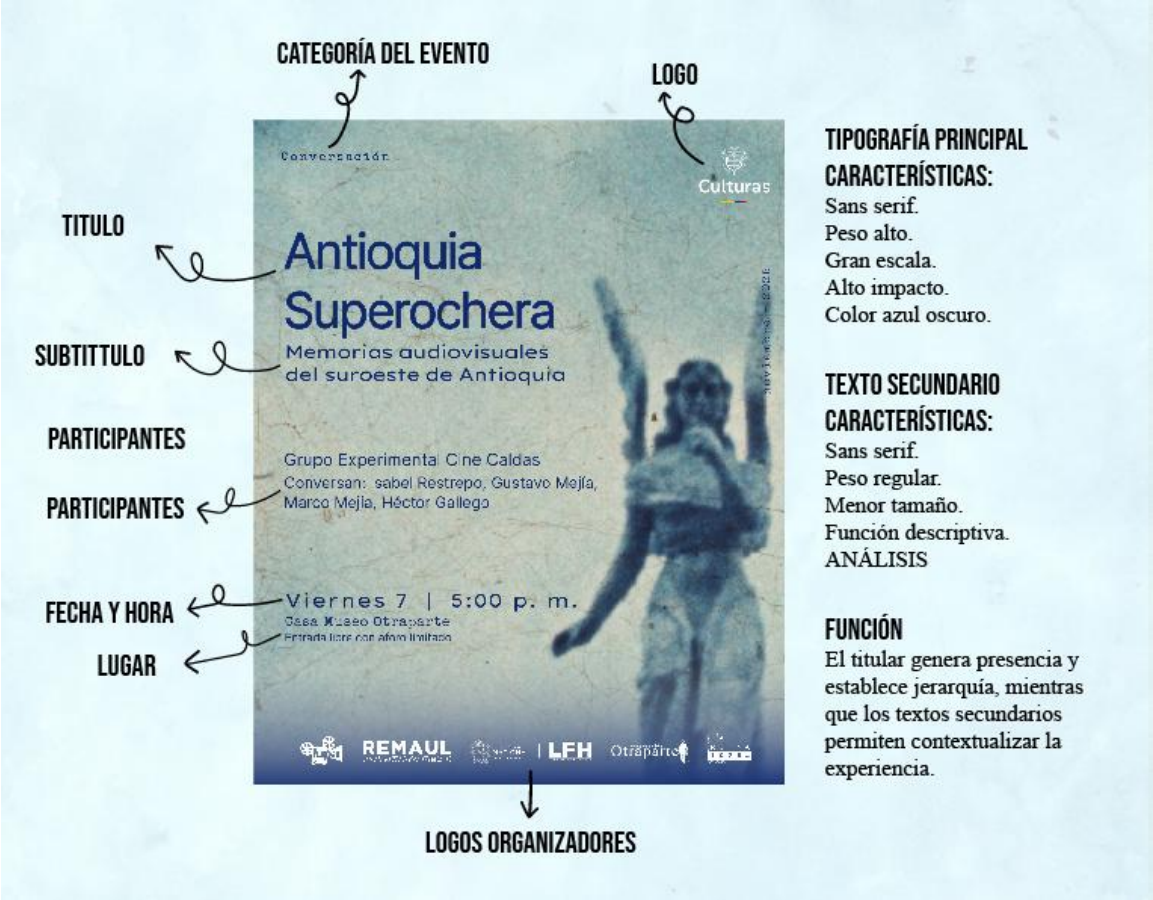


Figura 3. Análisis conceptual y visual de la pieza gráfica



Figura 4. Análisis conceptual y visual de la fotografía para la pieza gráfica

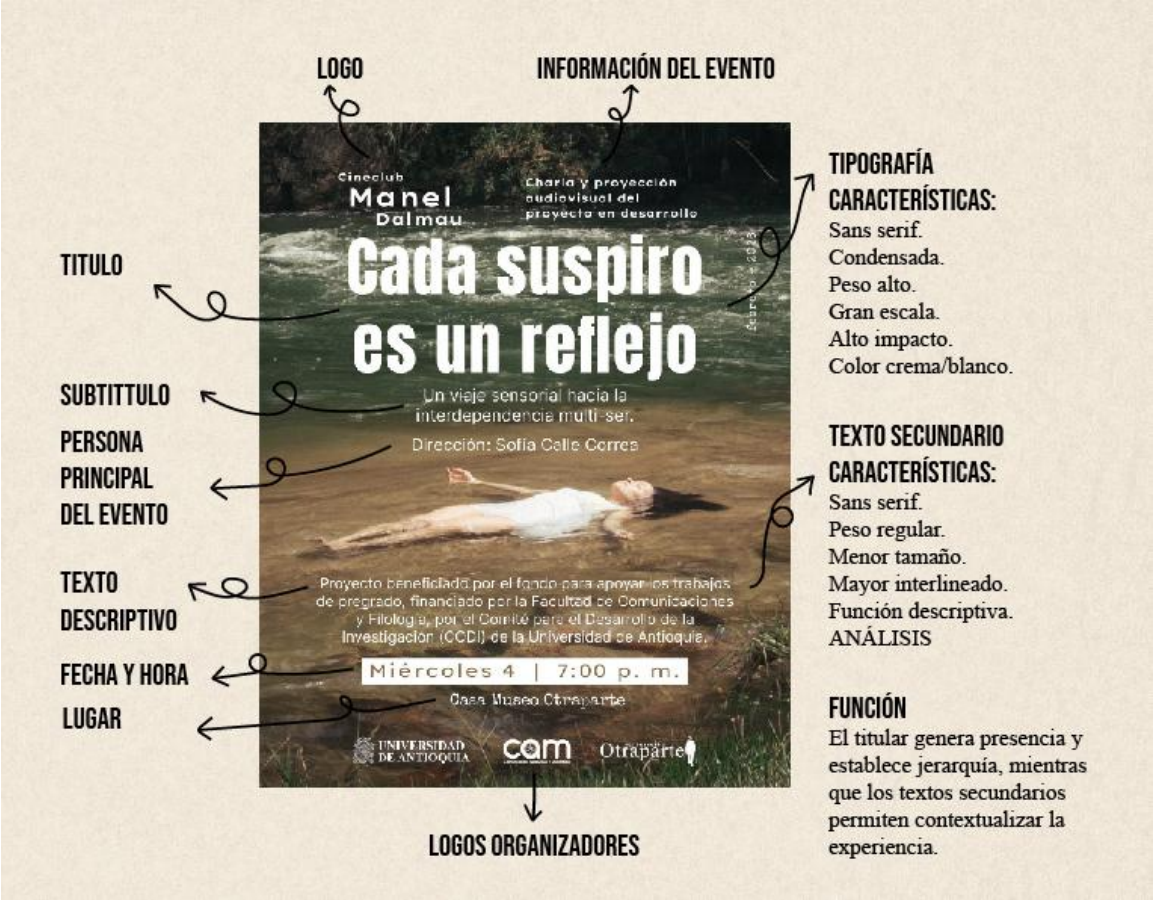


Figura 5. Análisis conceptual y visual de la pieza gráfica

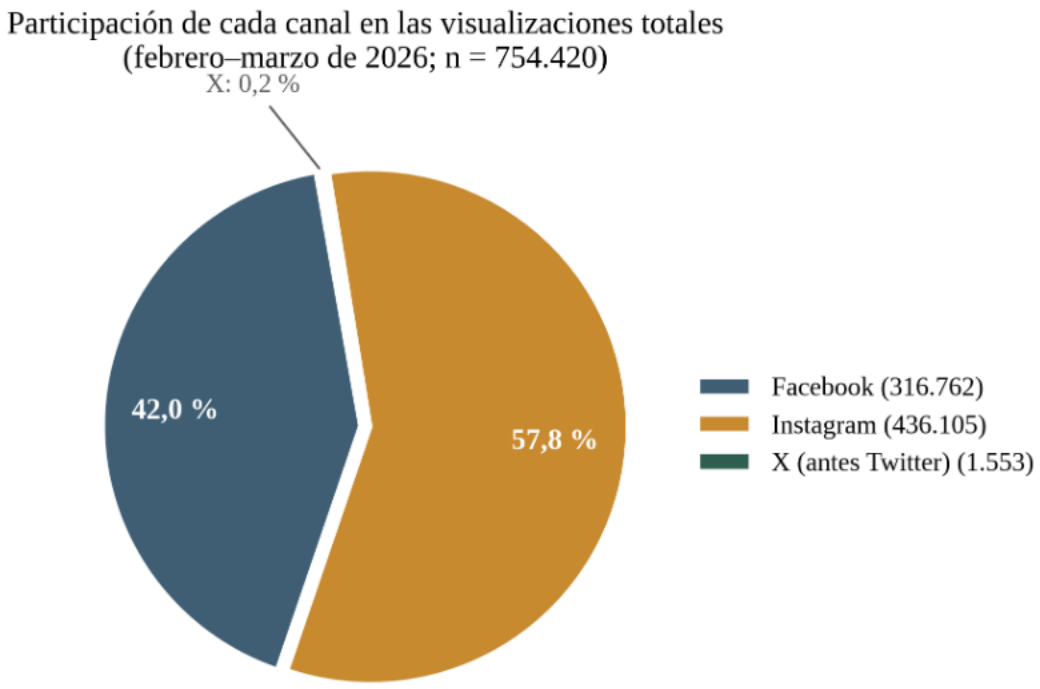


Figura 6. Participación de cada canal en las visualizaciones totales del bimestre

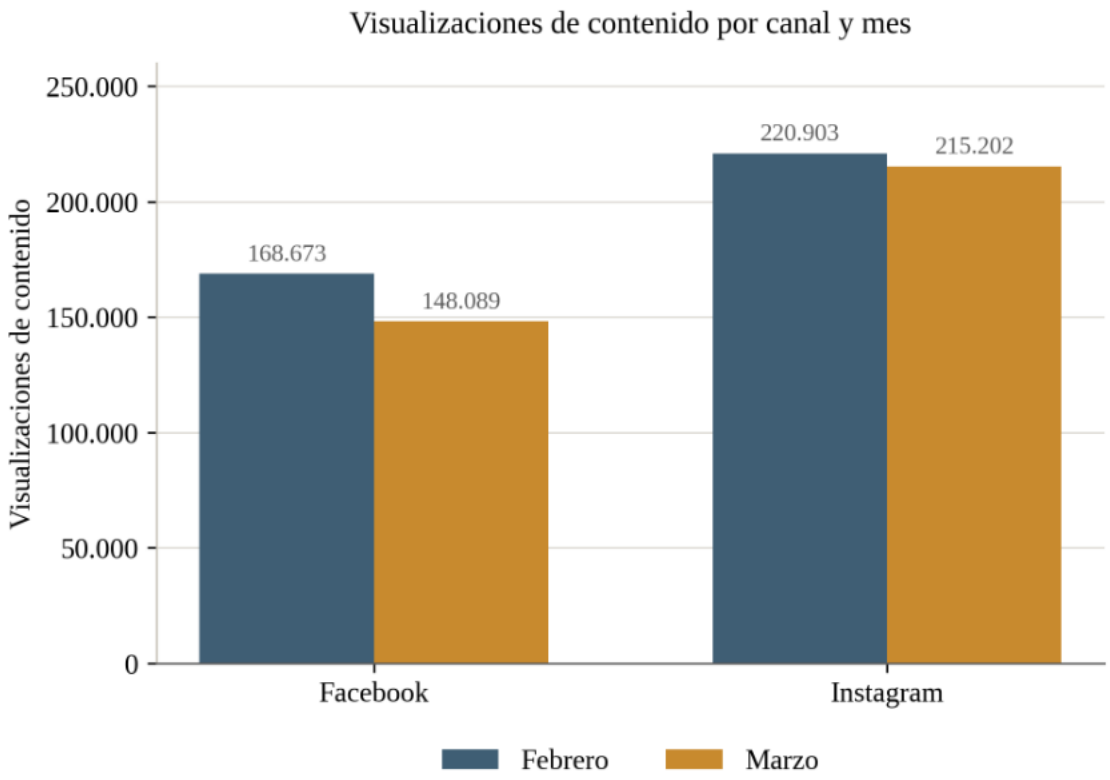


Figura 7. ***Visualizaciones de contenido por canal y mes***

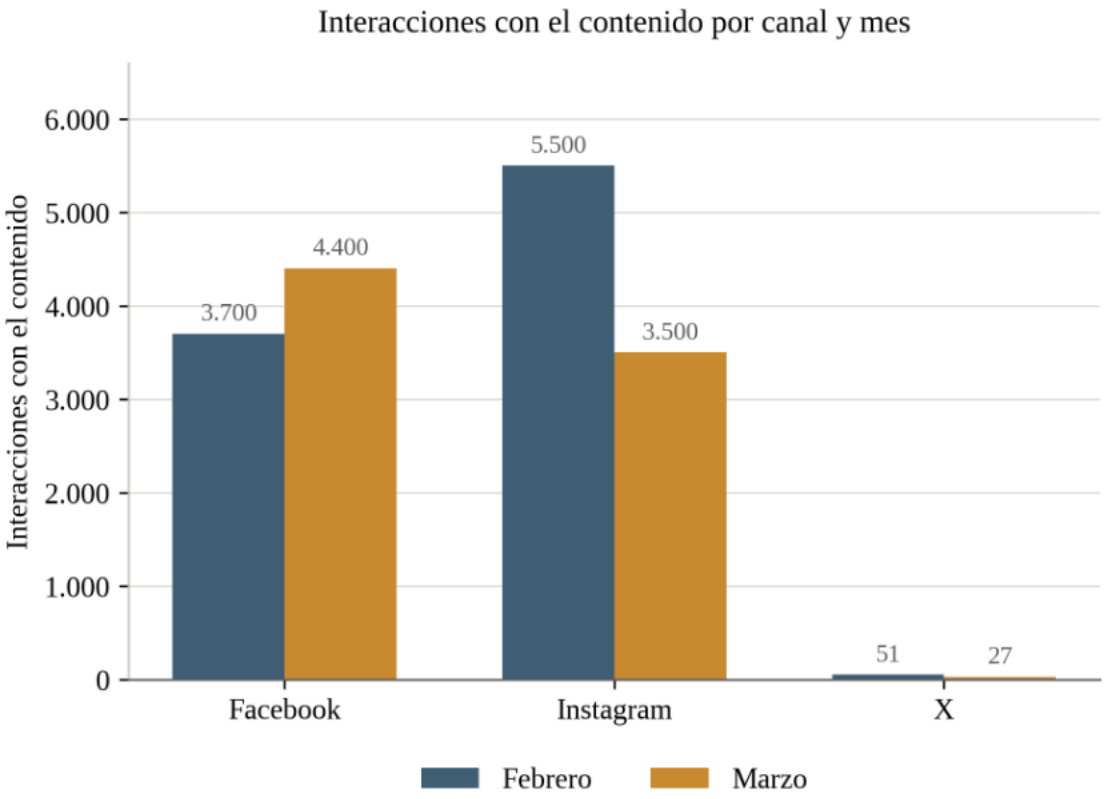


Figura 8. Interacciones con el contenido por canal y mes

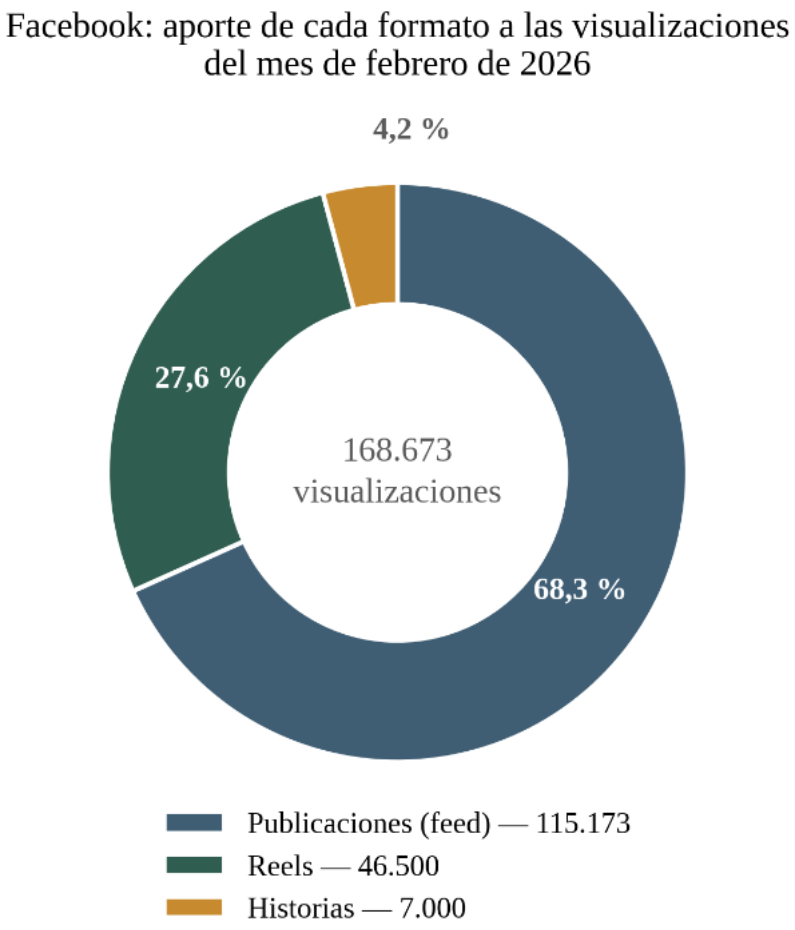


Figura 9. Aporte de cada formato a las visualizaciones de Facebook en febrero de 2026

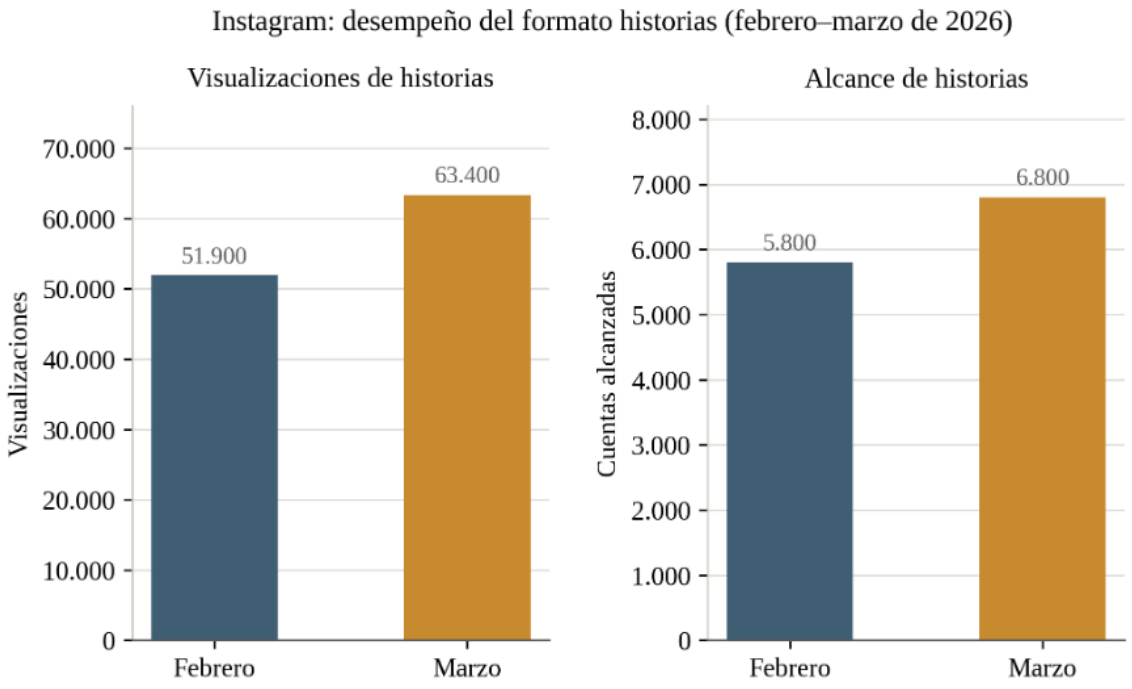


Figura 9. Desempeño del formato historias en Instagram

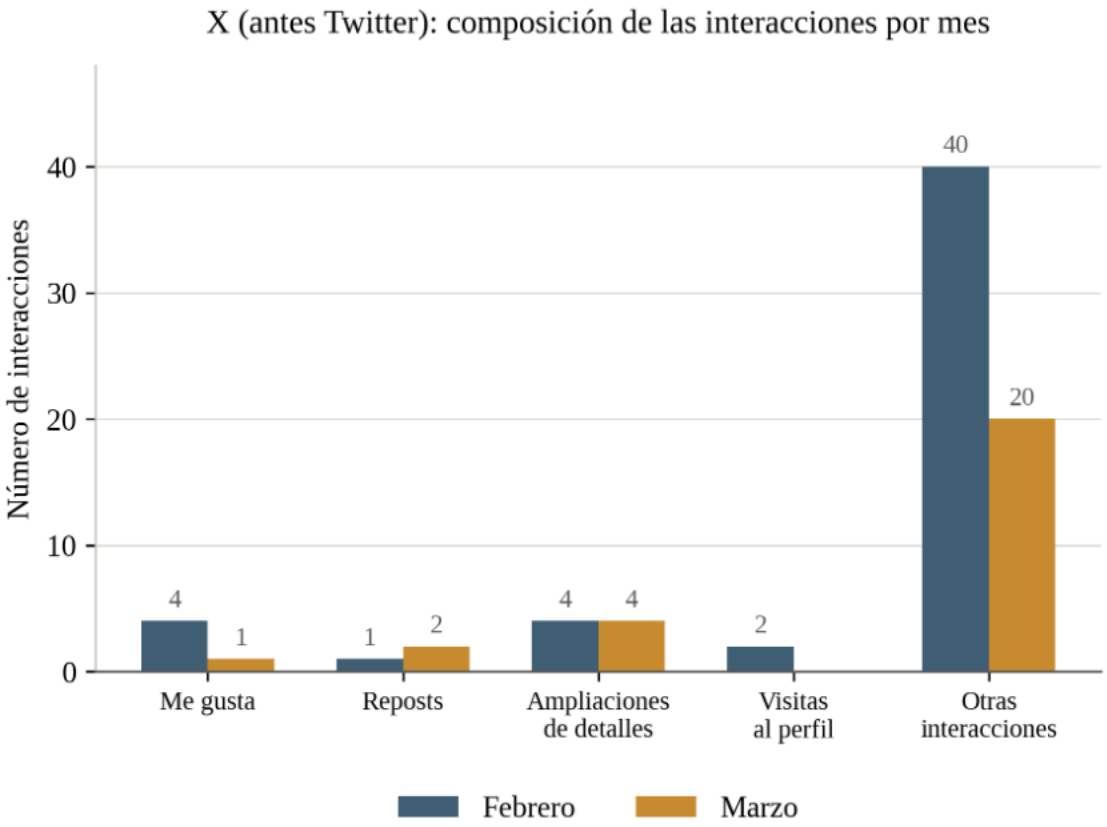


Figura 10. Composición de las interacciones registradas en X por mes

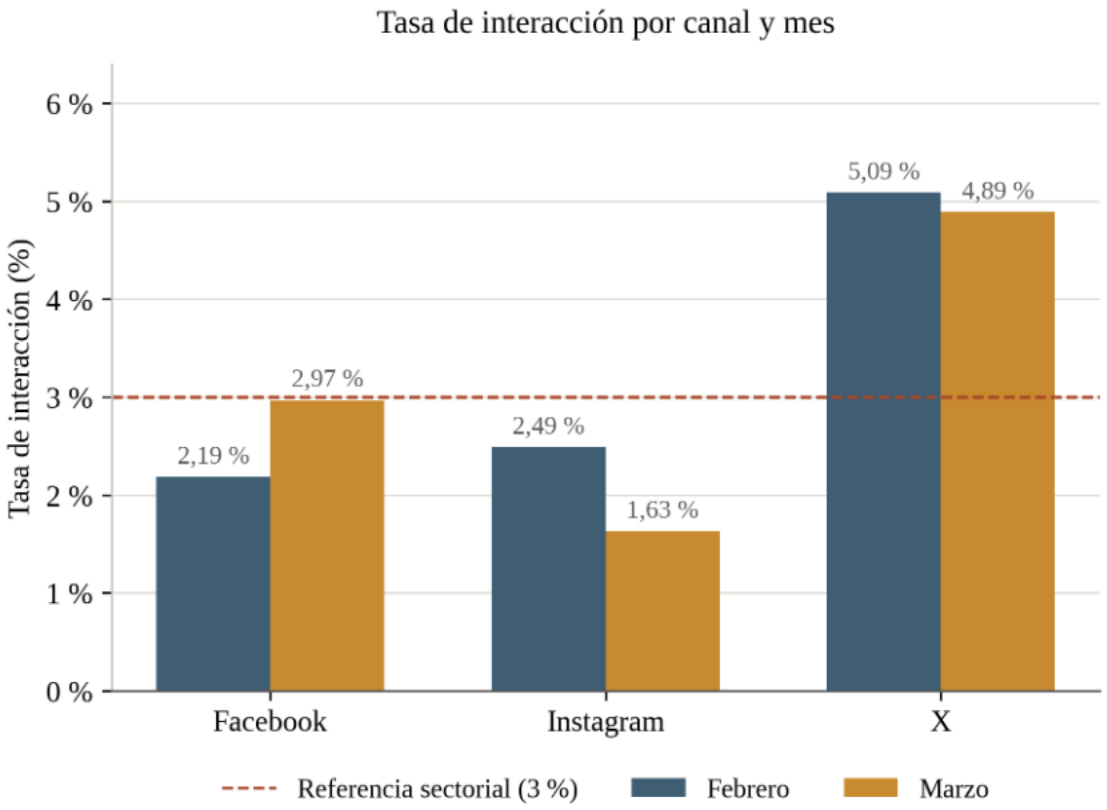


Figura 11. Tasa de interacción por canal y mes

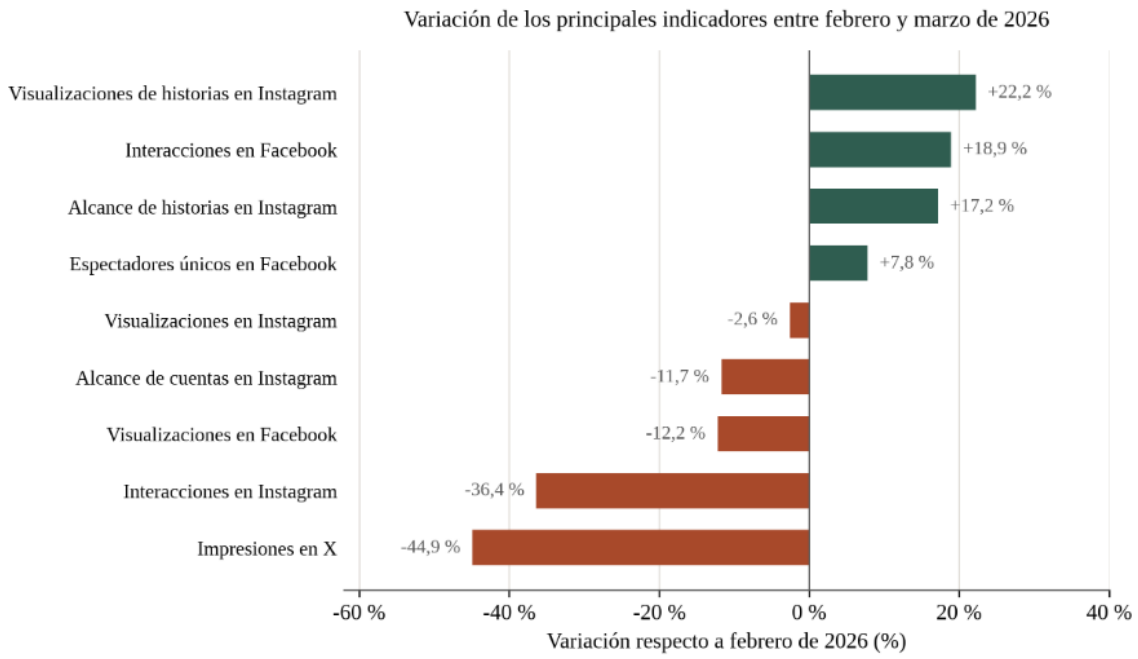


Figura 12. Variación de los principales indicadores entre febrero y marzo de 2026

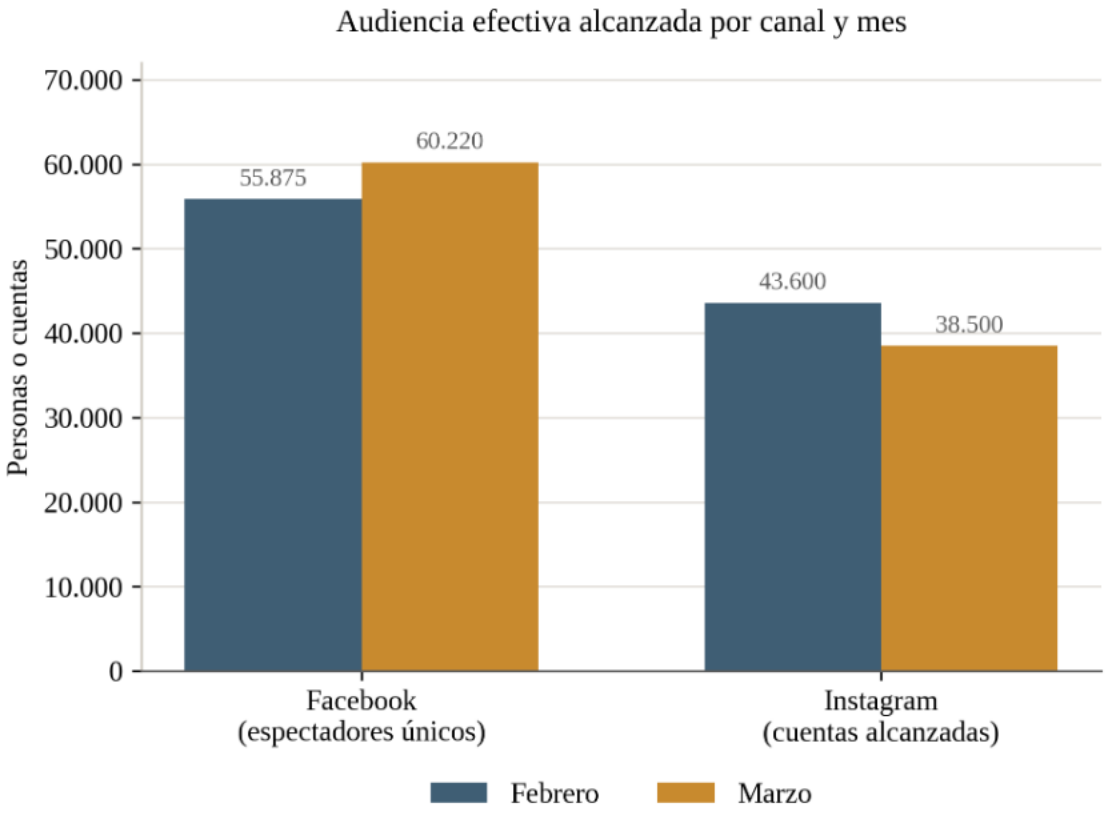


Figura 13. Audiencia efectiva alcanzada por canal y mes

Tabla 1. Instrumentos y tecnicas aplicados a los pasos metodologicos

Paso metodológico	Técnica	Instrumento
Revisión de la identidad visual y de los lineamientos institucionales de la Corporación Fernando González Otraparte.	Revisión documental.	Manual de identidad visual, archivos institucionales y piezas gráficas previas.
Desarrollo de las piezas gráficas para la agenda cultural.	Observación participante.	Registro de las piezas elaboradas y archivos digitales producidos durante las prácticas profesionales.
Análisis de las decisiones de diseño relacionadas con composición, color, tipografía y jerarquía visual.	Análisis cualitativo.	Descripción y justificación escrita de las piezas gráficas desarrolladas.
Comparación de la adaptación del sistema visual en medios digitales e impresos.	Análisis comparativo.	Carruseles de Instagram, habladores, boletines y piezas individuales producidas para la corporación.

Tabla 2. Ejemplos de los usos de los animos

Ánimo	**Características visuales**	**Aplicación en una pieza**
Emocional	Uso de imágenes inmersivas y espacios contemplativos.	*Cada suspiro es un reflejo*, donde la fotografía de una mujer flotando en el río genera una experiencia sensorial.
Cotidiana	Colores suaves, texturas orgánicas e ilustraciones cercanas.	*Las tres tazas*, que emplea tonos lila y rosa para representar el encuentro alrededor del café, el chocolate y la aguapanela.
Abierta	Composiciones abiertas y elementos simbólicos.	Piezas relacionadas con actividades literarias y filosóficas.
Aquietamiento / concentración	Jerarquías visuales limpias y espacios vacíos.	Piezas de reflexión y conversatorios.
Alegría / vitalizar	Contrastes cromáticos y composiciones dinámicas.	Actividades musicales o eventos de mayor energía.
Poseída	Colores místicos y que reflejan mensajes	Las piezas de octubre con su evento especial sobre brujería.

Tabla 3. Indicadores generales de los canales digitales de la Corporación Otraparte (febrero–marzo de 2026)

Canal	**Visualizaciones**	**Interacciones**	**Audiencia efectiva**	**Tasa de interacción**
Facebook	316.762	8.100	55.875 – 60.220	2,56 %
Instagram	436.105	9.000	43.600 – 38.500	2,06 %
X (antes Twitter)	1.553	78	n. d.	5,02 %
Total	**754.420**	**17.178**	**—**	**2,28 %**

Tabla 4. Indicadores de Facebook por mes y variación intermensual

Indicador	**Febrero**	**Marzo**	**Variación**
Visualizaciones de contenido	168.673	148.089	−12,2 %
Interacciones con el contenido	3.700	4.400	+18,9 %
Espectadores únicos	55.875	60.220	+7,8 %
Tasa de interacción	2,19 %	2,97 %	+0,78 p. p.
Origen orgánico del tráfico	97 %	97 %	0,0 p. p.

Tabla 5. Indicadores de Instagram por mes y variación intermensual

Indicador	**Febrero**	**Marzo**	**Variación**
Visualizaciones de contenido	220.903	215.202	−2,6 %
Cuentas alcanzadas	43.600	38.500	−11,7 %
Interacciones con el contenido	5.500	3.500	−36,4 %
Interacciones del feed	n. d.	2.900	—
Visualizaciones de historias	51.900	63.400	+22,2 %
Alcance de historias	5.800	6.800	+17,2 %
Tasa de interacción	2,49 %	1,63 %	−0,86 p. p.

Tabla 6. Indicadores de X (antes Twitter) por mes

Indicador	**Febrero**	**Marzo**
Impresiones	1.001	552
Interacciones totales	51	27
Me gusta	4	1
Reposts	1	2
Ampliaciones de detalles	4	4
Visitas al perfil	2	n. d.
Tasa de interacción	5,09 %	4,89 %

Tabla 7. Síntesis comparativa del rol de cada canal en el ecosistema digital de la Corporación

Canal	**Función predominante**	**Fortaleza observada**	**Implicación para el diseño**
Facebook	Fidelización y construcción de comunidad	Crecimiento de audiencia única y de la tasa de interacción	Piezas de archivo y narrativa histórica con alta legibilidad
Instagram	Descubrimiento y amplificación	Mayor volumen de visualizaciones y crecimiento de historias	Adaptación vertical coherente y contenido audiovisual breve
X	Posicionamiento simbólico e intelectual	Tasa de interacción superior a la referencia del sector	Predominio del texto; la pieza gráfica acompaña el mensaje

Conclusiones.

El desarrollo de las prácticas profesionales en la Corporación Fernando González Otraparte permitió evidenciar el papel del diseño gráfico como herramienta estratégica para la difusión de contenidos culturales. A partir de la creación de piezas destinadas a medios digitales e impresos, se identificó que la comunicación visual no se limita a transmitir información sobre los eventos, sino que también permite construir una narrativa gráfica relacionada con el carácter cultural, intelectual y simbólico de la institución. De esta manera, el diseño contribuye a acercar la programación de la Corporación a diferentes públicos mediante recursos visuales capaces de generar interés y facilitar la comprensión de los contenidos.

La aplicación de la identidad visual de Otraparte demostró la importancia de mantener una relación equilibrada entre coherencia institucional y libertad creativa. El desarrollo de las agendas culturales y de las piezas individuales requirió adaptar tipografías, colores, imágenes, texturas, composiciones y recursos gráficos de acuerdo con las características particulares de cada actividad, sin perder los elementos que permiten reconocer la identidad de la Corporación. Esta adaptación fue especialmente relevante al trasladar las propuestas entre formatos digitales e impresos, como los carruseles para redes sociales y los habladores destinados a los espacios físicos de la institución.

El análisis del proceso permitió reconocer que la construcción conceptual constituye una etapa fundamental dentro del diseño de comunicación cultural. En este sentido, los “Ánimos” planteados por la Corporación funcionan como un recurso para orientar la

manifestación narrativa visual y textual de las piezas, relacionando el contenido de cada evento con decisiones específicas de color, composición, imagen y tono gráfico. La aplicación de este recurso permitió que las piezas trascendieran una función meramente informativa y establecieran una relación entre el mensaje del evento y la dimensión emocional y simbólica de Otraparte.

Asimismo, el desarrollo de las piezas permitió comprobar la importancia de la jerarquía visual, el contraste y la composición dentro de la comunicación de actividades culturales. La organización de títulos, imágenes, descripciones y datos logísticos buscó establecer recorridos de lectura claros y priorizar la información relevante. En diferentes piezas se emplearon recursos como contrastes cromáticos, retículas flexibles, bloques tipográficos, fotografías, ilustraciones y texturas para captar la atención y facilitar el acceso a la información.

La adaptación del sistema visual a diferentes medios también permitió identificar que la coherencia gráfica no implica reproducir una misma composición en todos los formatos, sino conservar los principios visuales de la identidad mientras se realizan ajustes de acuerdo con las características de cada soporte. El carrusel digital, por ejemplo, permitió organizar progresivamente la programación mensual, mientras que el hablador impreso concentró la información en una composición estática de consulta rápida. Esta diferencia demuestra la necesidad de considerar las condiciones de lectura, interacción y reproducción propias de cada medio.

Finalmente, el proyecto permitió consolidar el diseño gráfico como un proceso que articula investigación, conceptualización, creación y adaptación. La experiencia desarrollada en la Corporación Fernando González Otraparte evidencia que una pieza gráfica cultural puede cumplir simultáneamente una función informativa, estética y narrativa cuando las decisiones visuales parten de una comprensión del contexto, del contenido del evento y de la identidad de la institución. Por tanto, el trabajo realizado durante las prácticas demuestra la relevancia del diseño gráfico en la construcción de estrategias de comunicación cultural coherentes, sensibles al contexto y capaces de adaptarse a diferentes públicos y medios.

Referencias

Alavez de Jesús, E. A. (2023). La importancia de la retícula en el diseño editorial. *Espacio Diseño*, (8), 23–29. https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=diagramaci%C3%B3n+y+reticulas&btnG=#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20ret%C3%ADcula%20en%20el%20dise%C3%B1o%20editorial

Arias Soto, Y. A. (2014). La experiencia asociativa en clave de participación ciudadana: El caso de la Corporación Otraparte. *Revista Ratio Juris, 9*(18), 153–176.

Caldevilla Domínguez, D. (2009). La importancia de la identidad visual corporativa. *Vivat Academia*, (103), 1–26. https://doi.org/10.15178/va.2009.103.1-26

Castelló-Martínez, A. (2013). La estrategia de medios sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos: Attraction Marketing 2.0. En B. Lloves Sobrado & F. Segado-Boj (Dirs.), *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*. Universidad de La Rioja.

Corporación Fernando González Otraparte. (s. f.). *Historia corporativa*. https://www.otraparte.org/corporacion/historia-corporativa/

Corporación Otraparte**.** (2025). *Manual de identidad visual: logo y aplicaciones, herramientas visuales.* [Manual institucional]. Corporación Otraparte.

Corporación Otraparte. (2026). *Informe de redes sociales: primer trimestre de 2026* [Informe institucional interno]. Corporación Fernando González Otraparte.

Costa, J. (2004). *Imagen corporativa*. [Documento PDF]. https://www.academia.edu/46936250/Imagen_Corporativa_por_Joan_Costa

Delgado, D. (2023). *Detrás del diseño: Manual sobre diseño gráfico de marketing enfocado a las redes sociales* [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/bitstream/123456789/712/1/PFC1_2023.pdf

Durango Quiceno, L. (2011). Legibilidad y tipografía: Una revisión histórica y psicológica de la legibilidad en el diseño gráfico. *Iconofacto, 7*(8), 91–109.

Leal Jiménez, A., & Quero Gervilla, M. J. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural*. Universidad de Cádiz.

Suárez-Carballo, Fernando & Martín-SanRomán, Juan-Ramón & Galindo-Rubio, Fernando. (2020). Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual corporativa. 71-90. 10.14201/fjc2020207190.

Velasquez Carrascal, B. L., Picón Angarita, H. L., & Caselles Hernández, C. (Año). *La psicología del color en el diseño*.

Walls Ramírez, M. (2020). Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 25*(1), 49–55. https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).49-55

Guijarro Vinueza, M. J., & Cueva Marcillo, E. M. (2024). El impacto del diseño gráfico en las estrategias de redes sociales: Una revisión bibliográfica. *Revista de ...*, 4(6). https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(6)544