



Sistematización y diseño de piezas para redes institucionales  
y eventos (V Simposio Divergente y Campamento  
de Diseño 2025)

Corporación Universitaria Remington

Facultad de Diseño

Profesional en Diseño Gráfico

Valentina Vélez Gómez

Tutor: Miguel Ángel Bran

Pasantía en Proyección Social

Medellín

2026

El trabajo de grado “**SISTEMATIZACIÓN Y DISEÑO DE PIEZAS PARA REDES INSTITUCIONALES Y EVENTOS (V SIMPOSIO DIVERGENTE Y CAMPAMENTO DE DISEÑO)**” es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

#### **AUTORES**

**Valentina Vélez Gómez**

valentina.velez.0696@miremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=000237846](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000237846)

2

**Nota:** la autora certifica de manera escrita, no haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.

#### **TUTORÍA**

**Valentina Restrepo Serna**

Maestra en Artes Visuales

valentina.restrepo@uniremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=000190532](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000190532)

7

**Billy Johanna Osorio Ríos**

Maestra en Artes Visuales

billy.osorio@uniremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=000001%200727](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000001%200727)

**Miguel Ángel Brand Gallego**

Ing. Diseño Industrial- Maestrando en Desarrollo sostenible

miguel.brand@uniremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=000155053](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000155053)

## **Agradecimientos**

A mis padres, inspiración constante en mi vida, por su apoyo incondicional hecho de palabras, gestos y amor; a mis hermanos, quienes me enseñaron el matiz de la alegría y el valor del sacrificio para alcanzar lo que anhelo; a mis abuelos, que guardaron mis sueños en un lugar especial y siempre me sonrieron con ternura; a mi pareja, por su confianza en mí, por recordarme que soy capaz y que siempre habrá espacio para mi arte; a mi valentía y a aquella niña que soñaba con ser grande.

Asimismo, agradezco a mis tutores, por su acompañamiento y orientación durante este proceso, así como por sus recomendaciones y apoyo. Finalmente, extendo mi reconocimiento a la Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington, por visibilizar mi trabajo y por los aprendizajes obtenidos.

## Tabla de Contenidos

Resumen .....	6
Problemática abordada en la práctica o pasantía .....	11
Objetivos.....	12
Objetivo General .....	12
Objetivos específicos .....	13
Metodología.....	14
Línea de investigación .....	17
Alcance .....	18
Tipo de pasantía.....	20
Grupos de interés .....	21
Cronograma de Actividades .....	22
Resultados.....	24
Conclusiones.....	32
Fortalezas.....	33
Logros.....	33
Oportunidades.....	34
Retos (Dificultades) .....	35
Referencias .....	37

## Resumen

Esta pasantía realizada bajo la modalidad virtual en la Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington, tuvo como propósito fortalecer la comunicación institucional en redes sociales y apoyar el diseño de piezas para dos hitos académicos: el **V Simposio de Diseño Divergente: Voces y Territorio** y el **Campamento de Diseño 2025**. Para este ejercicio profesional se llevó a cabo un diagnóstico del ecosistema de contenidos, se sistematizó una línea gráfica aplicada a redes sociales con el fin de conocer el estado actual de la Facultad y definir una proyección comunicacional coherente, y se produjo un kit de plantillas reutilizables para publicaciones, presentaciones y pantallas.

El enfoque fue cualitativo y descriptivo, con diseño de estudio de caso, combinando observación participante de piezas existentes, análisis documental institucional y revisión de publicaciones en redes sociales para identificar patrones y necesidades en cuanto a contenido. El proceso se desarrolló de manera iterativa. Con el fin de reforzar el carácter investigativo, las propuestas se validaron mediante triangulación; se utilizó una **lista de verificación** de consistencia visual y **claridad del mensaje**, se incorporó retroalimentación de **docentes** sobre pertinencia y comprensión del contenido, y se realizó una prueba piloto en formatos reales para orientar los ajustes (Creswell & Creswell, 2018).

Los principales entregables fueron: un sistema de publicación semanal con lineamientos de identidad para redes (tipografías, paleta de colores, módulos y jerarquías); un kit de plantillas para publicaciones en Instagram como: historias, carruseles y presentaciones; piezas específicas

para los eventos Divergente V y para el Campamento (previas, durante y de cierre); y un informe tipo portafolio con criterios de evaluación y recomendaciones de mejora continua. Estos resultados incrementan la consistencia visual, la claridad de los mensajes y la eficiencia de producción, dejando capacidad instalada para la gestión de comunicación de la Facultad.

Desde la perspectiva de la identidad visual, la organización de las tipografías, la selección de colores y los elementos gráficos contribuyeron a uniformar el “lenguaje” visual y a mantener un reconocimiento más consistente entre diferentes piezas y momentos de comunicación (Wheeler, 2018). En cuanto al diseño de información, establecer jerarquías, retículas y módulos fue fundamental para estructurar el contenido y darle peso visual a lo más importante, especialmente en formatos móviles donde la lectura es fugaz.

Del mismo modo, las elecciones de composición se basaron en principios de la percepción visual (Gestalt) para facilitar la comprensión: proximidad y similitud ayudaron a agrupar información que está relacionada; la relación figura-fondo mejoró el contraste y la legibilidad; y la uniformidad en los patrones visuales disminuyó la carga cognitiva al repetir estructuras familiares entre publicaciones (Lidwell et al., 2010). En conjunto, los resultados funcionan como un sistema que se puede reproducir, el cual no solo genera piezas, sino que también establece criterios de diseño y permite realizar mejoras con base a su evaluación.

**Palabras clave:**

Diseño gráfico, diseño de proyecto, comunicación gráfica, medios sociales y eventos académicos.

**Abstract**

This virtual internship, carried out at the School of Design of Corporación Universitaria Remington, aimed to strengthen institutional communication on social media and support the design of visual pieces for two academic milestones: the 5th Divergent Design Symposium: Voices and Territory and the 2025 Design Camp. For this professional experience, a diagnosis of the content ecosystem was conducted, a graphic system applied to social media was systematized in order to identify the School's current state and define a coherent communication projection, and a set of reusable templates was produced for posts, presentations, and screens.

The approach was qualitative and descriptive, using a case study design and combining participant observation of existing pieces, institutional document analysis, and a review of social media posts to identify patterns and content needs. The process was developed iteratively. To strengthen the research component, the proposals were validated through triangulation: a checklist was used to assess visual consistency and message clarity, faculty feedback was incorporated regarding the relevance and comprehensibility of the content, and a pilot test was carried out in real formats to guide adjustments (Creswell & Creswell, 2018).

The main deliverables were: a weekly publishing system with identity guidelines for social media (typography, color palette, modules, and hierarchies); a template kit for Instagram posts, including stories, carousels, and presentations; specific pieces for the Divergent V and Design Camp events (pre-event, during, and closing); and a portfolio-style report with evaluation criteria and recommendations for continuous improvement. These outcomes increased visual consistency, message clarity, and production efficiency, leaving installed capacity for the School's communication management.

From a visual identity perspective, the organization of typography, the selection of colors, and the graphic elements helped standardize the visual “language” and maintain more consistent recognition across different pieces and communication moments (Wheeler, 2018). Regarding information design, establishing hierarchies, grids, and modules was essential to structure the content and give greater visual weight to what matters most, especially in mobile formats where reading is fleeting.

Likewise, compositional choices were based on principles of visual perception (Gestalt) to facilitate understanding: proximity and similarity helped group related information; the figure–ground relationship improved contrast and legibility; and consistency in visual patterns reduced cognitive load by repeating familiar structures across posts (Lidwell et al., 2010). Overall, the

results function as a reproducible system that not only generates pieces, but also establishes design criteria and enables improvements based on evaluation.

**Keywords:**

Graphic design, project design, visual communication, social media, and academic events.

### **Problemática abordada en la práctica o pasantía**

La Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington, al operar en modalidad virtual y con una comunidad distribuida en distintas ciudades y regiones de Colombia (estudiantes, docentes y egresados) depende en gran medida de sus canales digitales para brindar información. En este escenario, las plataformas digitales se transforman en la principal fuente de información, por ello, la comunicación debe ser clara, oportuna y visualmente consistente, debido a que las audiencias recurren a las redes sociales para informarse y construir percepciones sobre instituciones y marcas (Schivinski & Dabrowski, 2016).

Al inicio del proyecto se evidenció una carencia en el atractivo visual de los contenidos institucionales. En particular, se observó una baja frecuencia de publicación en redes, la ausencia de un responsable dedicado a su gestión diaria y la carencia de una línea gráfica consolidada. La literatura sobre comunicación de marca en entornos digitales muestra que los esfuerzos de marketing en redes sociales se asocian con variables como el conocimiento y la imagen de marca (Godey et al., 2016), y que factores temporales como el intervalo entre publicaciones influyen en los niveles de interacción con el contenido (Aydin et al., 2021).

La baja periodicidad, la falta de un rol de **Community Manager/Diseñador encargado de la gestión diaria de redes** y la inexistencia de lineamientos visuales favorecían una identidad fragmentada, menor interacción y oportunidades perdidas para posicionar

proyectos y logros ante la comunidad académica y externa. Además, la falta de consistencia en elementos como tipografía, color y jerarquías dificulta el reconocimiento y la construcción de una identidad visual estable en el tiempo (Wheeler, 2012).

Esta situación se hacía más visible en periodos de alta demanda comunicativa, como los previos a los hitos del V Simposio de Diseño Divergente: Voces y Territorio y del Campamento de Diseño 2025. Asimismo, se identificó la necesidad de reforzar la voz estudiantil y de visibilizar el talento de la Facultad (estudiantes, docentes y egresados) mediante formatos recurrentes que mostraran procesos y resultados.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar piezas gráficas y lineamientos para redes institucionales y eventos de la Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington, con el fin de fortalecer la comunicación con su comunidad y aliados.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar el ecosistema gráfico y comunicativo de la Facultad de Diseño, conocer su frecuencia de publicación, coherencia visual, flujos de producción y percepciones de públicos, mediante revisión de contenidos y herramientas de recolección de datos.
- Diseñar e implementar un sistema visual-operativo unificado para medios sociales de la facultad, así como los hitos Divergente V y Campamento (línea gráfica, kit de plantillas reutilizables y calendario de redes sociales), optimizando lo ya existente mediante criterios de accesibilidad y legibilidad, y el uso de formatos que amplifiquen la voz estudiantil y visibilicen proyectos destacados.
- Evaluar, mediante métricas, el alcance, la interacción, la regularidad y adopción del kit, junto con la retroalimentación cualitativa y pruebas rápidas; ajustar lineamientos y plantillas, y sistematizar el proceso en un informe/portafolio para su institucionalización y escalabilidad.

## **Metodología**

Se adoptó un enfoque cualitativo con diseño de estudio de caso descriptivo e iterativo, adecuado para comprender prácticas y significados situados y para ajustar decisiones a medida que emergen hallazgos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2010; Vasilachis, 2006).

Participaron actores internos vinculados a comunicación y a los eventos (docentes, equipo académico/administrativo y estudiantes monitores), mediante muestreo intencional y por conveniencia. El procedimiento avanzó por fases: diagnóstico (línea base de frecuencia y consistencia; entrevistas breves), definición de lineamientos y roles, prototipado de un kit de plantillas y calendario de redes sociales, producción y soporte comunicacional en las etapas previo–durante–cierre de cada evento, y sistematización en un informe tipo portafolio. El análisis combinó lectura temática de notas y métricas básicas de redes tales como frecuencia de publicación, alcance e interacción para triangulación de fuentes; se resguardaron criterios éticos como consentimiento informado, confidencialidad y uso formativo de datos, y de rigor a manera de bitácora y control de versiones que aseguran trazabilidad (Eco, 2013).

### **Técnicas e instrumentos para recolectar la información**

Para acercarnos a la realidad de la Facultad de Diseño se usaron dos herramientas:

- **Observación estructurada:** Se realizó un barrido sistemático de los perfiles institucionales y piezas vigentes, registrando fecha, formato (post, story, carrusel, pantallas), objetivo comunicativo y desempeño visible. Se aplicó una matriz de consistencia teniendo en cuenta tipografías, color, retículas, jerarquías, CTA y tono comunicativo para comparar antes–durante–después de los hitos Divergente V y Campamento. Este mapeo produjo una línea base de frecuencia y coherencia visual que orientó los ajustes prioritarios (Vasilachis, 2006).

**Figura 1.** Benchmark para la comunicación de la Facultad 2025



**Fuente:** elaboración propia

- **Análisis documental:** Se revisaron lineamientos institucionales, briefs de los eventos, cronograma de pasantía y piezas históricas para entender la evolución de la comunicación. Cada documento y pieza se fichó con propósito, público, mensajes clave y criterios de identidad, contrastándolos con la práctica real en redes. Este contraste aportó evidencia para alinear lo prescrito con lo ejecutado y fundamentar la propuesta de estandarización.

De forma complementaria, durante el proceso se realizó una revisión y análisis del contenido en redes, atendiendo al tipo de mensajes, su presentación visual (tipografía, color, jerarquías, composición) y el grado en que responden a los intereses del público. A partir de ello, se propuso una clasificación temática y una parrilla de redes sociales con categorías como convocatorias, agenda, servicios, evidencias (resúmenes de actividades), vitrina del talento (estudiantes/docentes/egresados), institucional, para organizar mejor la comunicación y favorecer la claridad.

**Figura 2.** Benchmark para la comunicación de Divergente 2025



**Fuente:** elaboración propia

Como insumo final del proceso, se elaboró un documento de sistematización que compila y sintetiza el diagnóstico de redes sociales y el balance comunicacional de las ediciones anteriores del Simposio Divergente, dejando una referencia clara y operativa para la toma de decisiones, la continuidad del sistema gráfico y la mejora continua de la comunicación institucional.

### **Línea de investigación**

Este proyecto se inscribe en la línea Cultura visual, que invita a reflexionar sobre cómo las imágenes, los símbolos y los lenguajes gráficos que circulan en la vida cotidiana configuran nuestras formas de ver, comprender y habitar el mundo. Esta línea aborda los objetos visuales como narrativas sociales, entendidos desde la historia del objeto, tejida como una red de imágenes e ideas, y desde los imaginarios que la sociedad construye a partir de ellos (López Medina & Mesa Moreno, 2023).

Desde la perspectiva de Cultura visual, se analizaron iconografías, paletas, jerarquías tipográficas y recursos retóricos como fotografía, composición y retícula además de mediaciones de sentido que inciden en la participación y el reconocimiento de la comunidad (Mirzoeff, 1999; Rose, 2016). Para la lectura de las piezas se tuvieron en cuenta aportes sobre gramática visual y retórica de la imagen, útiles para comprender cómo se organiza y se refuerza el mensaje visual (Kress & van Leeuwen, 2006; Barthes, 1977). A partir de este análisis, se propusieron

lineamientos orientados a reforzar claridad, coherencia e identidad, con especial atención a la voz estudiantil y a la visibilidad del talento de la Facultad (Jenkins, 2006).

La línea gráfica, el kit de plantillas y el calendario de redes sociales se conciben como artefactos de investigación y creación, aquí no solo se describen la circulación de imágenes, sino que intervienen en ella para mejorar la legibilidad pública de la institución y propiciar vínculos más cercanos con sus audiencias (Chapman & Sawchuk, 2012). Con ello, el proyecto aporta a la línea Cultura visual al comprender y transformar las tramas simbólicas donde se produce y se comparte lo visual en la vida académica.

### **Alcance**

Esta pasantía tuvo un alcance real, orientado a caracterizar y comprender las necesidades comunicativas de la Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington con su comunidad en modalidad virtual. No se pretendió resolver de inmediato todos los aspectos de la comunicación institucional; pero si se deja una base estructurada para profundizaciones posteriores. Como referencia metodológica, los estudios descriptivos “buscan especificar propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 80).

En este marco, el proyecto se orientó a integrar criterios de identidad visual aplicables a medios sociales, con el fin de mejorar la consistencia gráfica y la claridad de los mensajes.

Además, se pretende dejar recomendaciones operativas para evaluar el impacto de las publicaciones mediante métricas básicas (alcance, interacción y regularidad de publicación) y evidencia cualitativa. Estas pautas permitirán ajustar la estrategia con base en datos y no solo en intuiciones, promoviendo así la mejora continua del sistema de comunicación.

En términos de delimitación, el alcance se concentró en redes institucionales de la Facultad y en materiales gráficos para las fases previo–durante–cierre de los dos eventos mencionados. Como hoja de ruta, se entregó una propuesta visual (línea gráfica), un kit de plantillas y un calendario de redes sociales, junto con una lectura crítica del contenido actual y una organización temática que facilite decisiones más acertadas a futuro.

Esta pasantía busco implementar cambios, realizando una hoja de ruta bien estructurada que articula la propuesta visual, el análisis del contenido y la organización temática, con el propósito de fortalecer la comunicación institucional en el tiempo.

**Figura 3.** Souvenirs físicos diseñados para el Campamento de Diseño 2025



**Fuente:** elaboración propia. **Crédito fotográfico:** Daniela Carolina Uribe (@danielauribe.ph).

### **Tipo de pasantía**

Este proyecto se desarrolla bajo la modalidad de pasantía en proyección social, conforme al **Acuerdo 05 del 4 de agosto de 2021**, que permite aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno real para aportar soluciones a necesidades concretas de una institución o comunidad. En este marco, la pasantía se realiza en la Corporación Universitaria Remington – Facultad de Diseño (modalidad virtual, duración: 3 meses), articulando formación, servicio y transferencia de capacidades al equipo académico.

El rol como pasante consistió en investigar, diagnosticar y fortalecer la comunicación visual en las redes institucionales de la Facultad, mediante el diseño, la creación de composiciones y la adaptación de piezas a distintos formatos, así como la sistematización del proceso. Para ello, se analizó el estado de las piezas y contenidos, documentando y organizando el material existente, y se propuso una estrategia visual para que fortalezca la identidad institucional, refuerce la voz estudiantil y visibilice el talento de la Facultad, dejando insumos operativos y criterios para su continuidad.

### **Grupos de interés**

Durante la pasantía se trabajó con dos grupos fundamentales de la Corporación Universitaria Remington. Por un lado, el equipo de la Facultad de Diseño, coordinación académica, comunicaciones y comités de Divergente V y del Campamento de Diseño encargado de planear, producir y difundir los contenidos institucionales. A través del diagnóstico y de la propuesta visual-operativa, se buscó fortalecer su capacidad para organizar flujos, estandarizar piezas y evaluar mensajes de forma consistente, considerando a quienes operan directamente en la gestión del problema, tal como recomiendan los enfoques de intervención social (Tamayo y Tamayo, 2003).

Por otro lado, el proyecto impacta a los públicos de la Facultad: estudiantes (pregrado/posgrado), docentes, egresados, aspirantes, aliados del sector y audiencias digitales. Se

emplearon métricas agrupadas de Instagram Insights como insumo para el análisis demográfico y conductual al caracterizar a las audiencias que interactúan con los canales institucionales.

Según este sondeo, la mayoría de la audiencia está conformada por mujeres (66,0%) y hombres (34,0%). Las dos franjas de edad más representadas son 25 a 34 años (37,4%) y 18 a 24 años (35,5%), después están las de 35 a 44 años (14,3%) y de 45 a 54 años (7,2%). En términos de geografía, la audiencia está en su mayoría ubicada en Colombia (90,1%), específicamente en Medellín (29,9%), Sincelejo (6,9%), Bello (4,9%) y Bogotá (3,3%). Además, también hay usuarios que se encuentran en Estados Unidos (1,6%), España (1,4%) y Argentina (1,1%).

La propuesta prioriza claridad y accesibilidad de los mensajes, voz estudiantil y vitrina del talento para que los contenidos cumplan su función comunicativa y aumenten la participación y el reconocimiento de las actividades. Identificar correctamente a los actores y sus necesidades resultó esencial para que la investigación-acción tuviera efecto en su contexto real (Mesa Granda, 2012).

### **Cronograma de Actividades**

<b>Actividad</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de finalización</b>	<b>Responsables</b>
Presentación de la Facultad y lineamientos	24/07/2025	30/07/2025	Pasante
Revisión de eventos pasados y diagnóstico de redes sociales	24/07/2025	30/07/2025	Pasante

Benchmark de universos visuales	24/07/2025	30/07/2025	Pasante
Revisión de parrillas y formatos	24/07/2025	30/07/2025	Pasante
Diseño del afiche publicitario	31/07/2025	06/08/2025	Pasante
Propuesta línea gráfica redes	31/07/2025	06/08/2025	Pasante
Publicación 1ra semana contenido y programación de publicaciones	31/07/2025	06/08/2025	Pasante
Diseño plantilla ponentes y talleres	07/08/2025	13/08/2025	Pasante
Diseño pantallas transitorias	07/08/2025	13/08/2025	Pasante
Avance cronograma visual del evento	07/08/2025	13/08/2025	Pasante
Ajustes cronograma del evento	14/08/2025	20/08/2025	Pasante
Plantilla presentaciones	14/08/2025	20/08/2025	Pasante
Producción de imágenes teaser	14/08/2025	20/08/2025	Pasante
Finalización dossier gráfico	21/08/2025	27/08/2025	Pasante
Soporte gráfico en redes	21/08/2025	27/08/2025	Pasante
Registro visual del evento	28/08/2025	03/09/2025	Pasante
Archivo de piezas finales	28/08/2025	03/09/2025	Pasante
Informe gráfico del evento - Behance	04/09/2025	10/09/2025	Pasante
Plantillas reutilizables	11/09/2025	17/09/2025	Pasante
Templates para stories	11/09/2025	17/09/2025	Pasante
Contenido atemporal	11/09/2025	17/09/2025	Pasante
Versión final del brandbook redes	18/09/2025	24/09/2025	Pasante
Sistema de publicación semanal	18/09/2025	24/09/2025	Pasante

Publicaciones semanales	25/09/2025	01/10/2025	Pasante
Revisión y ajustes por feedback	25/09/2025	01/10/2025	Pasante y Tutor a cargo
Continuación producción de redes	02/10/2025	08/10/2025	Pasante
Preparación informe final	02/10/2025	08/10/2025	Pasante
Souvenirs – Campamento de diseño	09/10/2025	15/10/2025	Pasante
Propuesta identidad campamento	09/10/2025	15/10/2025	Pasante
Entrega de materiales editables	16/10/2025	24/10/2025	Pasante
Portafolio de trabajos	16/10/2025	24/10/2025	Pasante
Presentación a tutores	16/10/2025	24/10/2025	Pasante

**Fuente:** elaboración propia

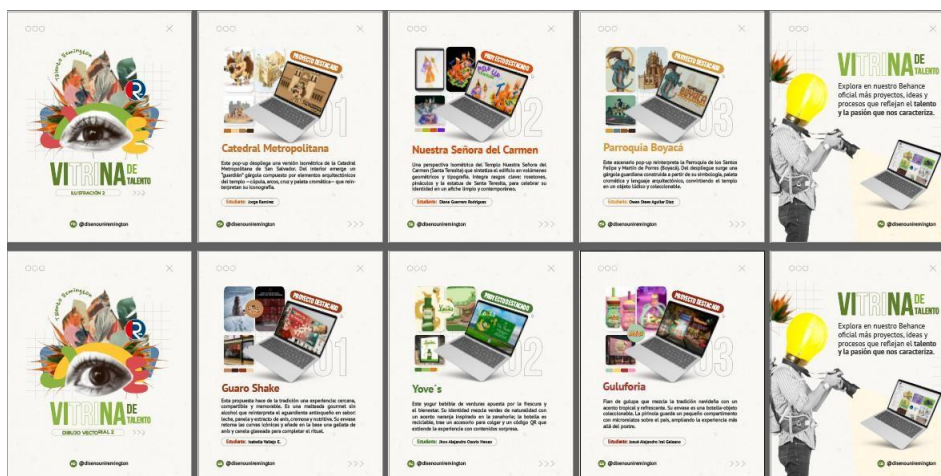
## Resultados

Entre los principales entregables se encuentran: una línea gráfica alineada con la identidad institucional, una guía breve de estilo, un kit de plantillas reutilizables (figura 7), una parrilla de redes sociales y piezas para las fases previo–durante–cierre del V Simposio de Diseño Divergente y del Campamento de Diseño 2025 (figura 8). Además, se entregó un documento de sistematización (figura 9) que compila el diagnóstico de redes y el balance comunicacional de ediciones anteriores del Simposio. Entre ellos se destacan:

- 1) Un sistema visual-operativo compuesto por línea gráfica, guía breve de estilo, kit de plantillas (posts, stories, carruseles, pantallas y presentaciones) y biblioteca de componentes (figura 4).

Se estableció una identidad informativa y sistemática para las redes institucionales de la Facultad, diseñada con el propósito de mantener la continuidad y hacer más fácil la lectura en dispositivos móviles. En cuanto al color, se utilizó una base neutra con acentos moderados que permiten distinguir las partes sin saturar la obra, conservando un aspecto nítido y coherente. Se estableció, en la composición, una retícula modular y un diseño repetible de tipo "ficha". En este diseño se fijan posiciones estandarizadas para el título, la descripción, las imágenes complementarias y los componentes de navegación (como la numeración/serie o las etiquetas). Esta reiteración de módulos y jerarquías disminuye las fluctuaciones innecesarias entre las publicaciones y optimiza la identificación de las series de contenido, como "Vitrina de talento".

**Figura 4.** Plantillas de carrusel para la sección de “Vitrina de talento”



**Fuente:** elaboración propia

- 2) Una parrilla de redes sociales con los cuatro pilares de contenido (valor, institucional, emocional y venta) y ritmos de publicación (figura 5).

**Figura 5.** Parrilla de contenido para redes sociales

FECHA	CONTENIDO DE	TIPO	TEMA	CONTEXTO PARA CARRUSEL Y/O POST	HOOK Y/O FRASES GANCHO PARA EL COPY	HASHTAG RECOMENDADOS
MIÉRCOLES 1	INSTITUCIONAL	POST	Conoce la carrera de Diseño en UniRemington	El diseño también late. ❤️ Y en UR lo hacemos posible.	En el Día Mundial del Corazón hablamos del diseño que emociona y conecta, pero también recordamos que en nuestra carrera puedes aprender a transformar ideas en mensajes con impacto. 👉 Diseñar tu futuro empieza aquí: <a href="https://www.uniremington.edu.co/facultades/facultad-de-diseño/">https://www.uniremington.edu.co/facultades/facultad-de-diseño/</a>	#DiseñoUR #EstudiaDiseño #TalentoUR #UniRemington
JUEVES 2	INSTITUCIONAL	STORY	Conoce la carrera de Diseño en UniRemington	<b>Slide 1</b> → ¿Por qué estudiar Diseño en UniRemington? <b>Slide 2</b> → Estudia Diseño en UR y conecta creatividad con propósito. <b>Slide 3 (cierra): CTA</b> → Conoce más sobre nuestra carrera.	**A partir del contenido compartido en el feed y los reels, se generarán historias y conversaciones que refuercen la presencia del proyecto.	
VIERNES 3	INSTITUCIONAL	REEL	Igualdad en el diseño	<b>Inicio (3 seg):</b> → "Día Internacional de la Igualdad Salarial". <b>Escena 1 (5 seg):</b> → Estudiantes trabajando en equipo. <b>Escena 2 (5 seg):</b> → "En diseño, todas las voces cuentan". → "El talento no tiene género". <b>Cierre (5 seg): CTA</b> → "Aquí la creatividad no conoce desigualdades" + logo Facultad.	En el Día Mundial del Corazón hablamos del diseño que emociona y conecta, pero también recordamos que en nuestra carrera puedes aprender a transformar ideas en mensajes con impacto. 👉 Diseñar tu futuro empieza aquí: <a href="https://www.uniremington.edu.co/facultades/facultad-de-diseño/">https://www.uniremington.edu.co/facultades/facultad-de-diseño/</a>	#DiseñoUR #IgualdadCreativa #TalentoUR #DiseñoJusto

**Fuente:** elaboración propia

- 3) Piezas aplicadas para las fases previo–durante–cierre de ambos eventos (figura 6, 7, 8 y 9).

Se estableció una identidad lúdica, juvenil y participativa para el campamento, con el objetivo de dinamizar la comunidad y comunicar energía. Se priorizaron contrastes altos en color, con acentos vibrantes (preferentemente verdes y amarillos) que sirven como indicadores de información esencial y ayudan a la memoria. En términos de formas, se añadieron elementos gráficos similares a stickers (símbolos, trazos, flores e íconos) y una ilustración del personaje central que brinda un tono informal y cercano. En conjunto, estas decisiones construyen una identidad reconocible y flexible para piezas de convocatoria, agenda, recordatorios, cobertura y cierre del evento.

**Figura 6.** Línea gráfica evento Campamento de Diseño 2025



**Fuente:** elaboración propia

**Figura 7.** Souvenirs para Campamento de Diseño 2025



**Fuente:** elaboración propia

Para el Simposio, se estableció una identidad más expresiva y de gran impacto, en consonancia con una comunicación académica y cultural que aspira a ser visible, convocante y memorable. Se optó por combinaciones y contrastes más fuertes (acento + fondo) en el color para atraer la atención en el desplazamiento y distinguir el evento de la comunicación diaria. Para lograr una lectura rápida, se utilizaron en la composición jerarquías contundentes (fecha, modalidad, gratuidad, llamado) y retículas flexibles, que se combinaron con recursos de énfasis visual. Se incluyeron texturas, gestos gráficos, siluetas y elementos de collage/recorte en términos de formas y recursos visuales. Estos elementos funcionan como retórica visual del evento, aportando dinamismo y una identidad más moderna. En el tratamiento de imagen, se utilizaron composiciones híbridas (fotografía intervenida, recortes, superposiciones) para reforzar el carácter “divergente” y construir una narrativa visual consistente en las piezas de difusión, agenda y cobertura.

**Figura 8.** Línea gráfica del evento Divergente V



**Fuente:** elaboración propia



Figura 10. Benchmark para la comunicación de Divergente 2025



**ANÁLISIS**

- Marca tipográfica como protagonista visual.
- Dirección de arte digital con enfoque inmersivo.
- Paleta cromática intensa, retrofuturista.
- Construcción modular en 3D.
- Estética glitch y pixel-art.
- Contraste radical de color.
- Unidad visual disruptiva pero coherente.
- Diseño conceptual tridimensional.
- Estética neodigital.

**3**  
VERSIÓN

SIMPOSIO DE DISEÑO 2023

Fuente: elaboración propia

Figura 11. Benchmark para la comunicación de la Facultad de Diseño



**ANÁLISIS**

Es el perfil del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín), donde se presentan proyectos estudiantiles, actividades académicas y exploraciones creativas que reflejan la diversidad y pensamiento visual de su comunidad.

- Carruseles y piezas modulares.
- Fotografía y presentación de portafolios.
- Visibilidad y protagonismo estudiantil.
- Variedad estética y exploración conceptual.
- Diversidad de estilos como parte de una identidad colectiva.
- Integración con herramientas contemporáneas.

**DOCUMENTACIÓN:**

[https://www.instagram.com/designers\\_upb](https://www.instagram.com/designers_upb)

DISEÑO GRAFICO UPB CBBA

Fuente: elaboración propia

Cada producto se desarrolló a partir del diagnóstico de necesidades y responde a criterios de funcionalidad, accesibilidad, legibilidad, estética y pertinencia para las audiencias de la Facultad, con especial énfasis en voz estudiantil y vitrina del talento. El trabajo dejó una estructura visual replicable y procedimientos estandarizados que facilitan la continuidad en futuras campañas y la incorporación de nuevos integrantes al flujo de comunicación. Los resultados se alinean con los objetivos definidos y con los lineamientos institucionales para proyectos de grado, asegurando correspondencia entre el proceso metodológico y los entregables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p. 80).

Las piezas completas y sus variaciones pueden consultarse en el portafolio digital:

<https://www.behance.net/gallery/241447475/Facultad-de-Diseno-Uniremington-Proyecto-de-Grado>

**Figura 12.** portafolio de piezas y plantillas desarrolladas



**Fuente:** elaboración propia

## Conclusiones

La pasantía respondió a una necesidad real de la Facultad de Diseño: robustecer su estrategia de comunicación visual en redes y en los hitos Divergente V y Campamento de Diseño 2025. Los resultados muestran que una intervención desde el diseño, con línea gráfica, kit de plantillas, calendario de redes sociales y criterios de consistencia, transforma de manera significativa la forma en que la institución se vincula con su comunidad, al ganar claridad, regularidad y pertinencia en sus mensajes.

El proceso confirmó el papel del diseño gráfico más allá de lo estético, como mediador cultural y social, la incorporación de voz estudiantil y de una vitrina del talento fortaleció la identificación de las audiencias con la Facultad y amplificó el reconocimiento de sus actividades y logros. La estructura visual-operativa resultante dejó capacidad instalada como: procedimientos, instrumentos y evidencias para sostener la mejora en el tiempo.

Metodológicamente, la articulación entre diagnóstico, diseño, prototipado, producción en contexto y sistematización, con triangulación de fuentes y ciclos iterativos, aseguró coherencia entre objetivos, métodos y productos. Este encuadre coincide con los lineamientos institucionales que resaltan la relación virtuosa entre diseño metodológico, trabajo de campo y resultados como criterio de validación en el marco del ecosistema naranja (Corporación Universitaria Remington, 2021).

### **Fortalezas**

Durante la pasantía se consolidaron competencias clave para el ejercicio profesional en comunicación visual institucional: autonomía para planear y priorizar entregables en modalidad virtual (siendo la primera pasante de la Facultad), resolución de problemas comunicativos al traducir hallazgos del diagnóstico en soluciones concretas y empatía con los actores del entorno académico para comprender sus ritmos, necesidades y restricciones. Estas capacidades favorecieron la colaboración con equipos docentes y de los eventos realizados, impulsando ciclos de mejora iterativos y fortaleciendo la documentación y trazabilidad del proceso. En coherencia con una perspectiva de investigación-acción, el rol de Diseñadora se asumió de manera reflexiva y situada, interactuando con los grupos de interés desde el compromiso con el contexto y la co-construcción de soluciones (Gordo & Serrano, 2008).

### **Logros**

El principal logro de esta pasantía fue consolidar un sistema visual-operativo pertinente, aplicable y replicable para la comunicación institucional de la Facultad de Diseño. Se entregó una línea gráfica coherente con la identidad, un kit de plantillas adaptable a distintos medios, una parrilla de redes sociales con categorías y ritmos de publicación, y piezas aplicadas a las fases previo–durante–cierre de los eventos. Además, se documentó un proceso metodológico con informe final, portafolio y documento de sistematización de redes y del balance comunicacional

de ediciones anteriores del Simposio que sirve como referente para futuras intervenciones. En coherencia con el Módulo de aprendizaje III de la asignatura Proyecto de Grado — Formulación del proyecto de investigación (2012), la experiencia articula hallazgos con acciones de impacto concreto en su entorno institucional, validando el proceso desde su pertinencia y transferencia (Mesa Granda, 2012).

### **Oportunidades**

La experiencia abrió oportunidades concretas para la proyección profesional y el crecimiento laboral. Se potenciaron competencias en comunicación estratégica para educación superior, trabajo interdisciplinario con equipos académicos y de eventos, y lectura de entornos culturales para ajustar mensajes y formatos. Además, se habilitaron espacios para asumir liderazgo en operación de diseño y para profundizar en evaluación con métricas y mejora continua.

En términos de desarrollo y proyección, se identifican:

- 1) Escalabilidad del sistema visual-operativo a otras dependencias de la Universidad.
- 2) Elaboración de un caso de estudio publicable y presentable en semilleros/encuentros académicos.
- 3) Portafolio robusto con evidencia de impacto (antes/después) y trazabilidad de decisiones.
- 4) Formación de redes con docentes y gestores del sector educativo-cultural que pueden derivar en colaboraciones, asesorías o vinculación laboral;

- 5) Posibilidad de transferencia mediante talleres internos y guías de uso para nuevos integrantes.

En línea con Eco (2013), esta práctica investigativa-profesional trasciende lo académico al dotar al pasante de herramientas críticas, metodológicas y operativas para ejercer como profesional autónoma y reflexiva, capaz de diagnosticar, intervenir y sistematizar procesos de comunicación visual en contextos reales.

### **Retos (Dificultades)**

Durante la pasantía surgieron desafíos que exigieron adaptación y toma de decisiones oportunas. El primero fue interpretar con precisión las necesidades comunicativas de la Facultad de Diseño sin contar, al inicio con un brief institucional formal; esto hizo necesario combinar observación estructurada para comprender el contexto real de operación en redes. Se sumaron la modalidad virtual (coordinación asincrónica), la concurrencia de actores tales como: docentes, comunicaciones y comités de Divergente V y del Campamento de Diseño, y ventanas de tiempo estrechas antes de los eventos, además del acceso limitado a métricas históricas y la ausencia de lineamientos consolidados para asegurar consistencia visual.

Estas condiciones demandaron ajustes metodológicos continuos y un trabajo en paralelo de diagnóstico, diseño y producción, con ciclos cortos de validación como tipos de prueba A/B y

triangulación de fuentes para sostener las decisiones. Tal como plantea Mesa Granda (2012), la flexibilidad del investigador frente a escenarios no previstos es crucial en investigación aplicada; de forma convergente, el proceso iterativo recomendado por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2010) permitió refinar instrumentos y piezas a medida que emergían hallazgos y restricciones. En conjunto, estas estrategias mitigaron la incertidumbre inicial y facilitaron la consolidación de un sistema visual-operativo viable en el tiempo.

## Referencias

Aydin, G., Uray, N., & Silahtaroglu, G. (2021). How to engage consumers through effective social media use—Guidelines for consumer goods companies from an emerging market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 768–790.  
<https://doi.org/10.3390/jtaer16040044>.

Barthes, R. (1977). *Rhetoric of the image*. In S. Heath (Trans.), *Image–Music–Text* (pp. 32–51). Hill and Wang.

Chapman, O., & Sawchuk, K. (2012). Research-creation: Intervention, analysis and “family resemblances”. *Canadian Journal of Communication*, 37(1), 5–26.

Corporación Universitaria Remington. (2021, agosto 4). Acuerdo 05 del Consejo Directivo: Reglamento de trabajos de grado [Acuerdo institucional]. <https://www.uniremington.edu.co/wp-content/uploads/2024/01/ACUERDO-CONSEJO-DIRECTIVO-N%C2%B005-Ago-04-2021-REGLAMENTO-DE-TRABAJOS-DE-GRADO.pdf>.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE.

Eco, U. (2013). *Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura* (10.<sup>a</sup> ed.). Gedisa.

Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>.

Gordo López, A. J., & Serrano Pascual, A. (Coords.). (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Pearson Educación.  
[https://biblioteca.hegoa.ehu.eus/downloads/20427/%2Fsystem%2Fpdf%2F3862%2FEstrategias\\_y\\_practicas\\_cualitativas\\_de\\_investigacion\\_social.pdf](https://biblioteca.hegoa.ehu.eus/downloads/20427/%2Fsystem%2Fpdf%2F3862%2FEstrategias_y_practicas_cualitativas_de_investigacion_social.pdf).

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2nd ed.). Rockport.

López-Medina, J. D., & Mesa Moreno, L. (2023). Línea de investigación: cultura visual [Documento institucional]. Corporación Universitaria Remington.  
<https://www.uniremington.edu.co/wp-content/uploads/2020/informacion-para-investigadores/15-lineas-de-investigacion-uniremington.pdf>.

Mesa Granda, J. (2012). Módulo III: Formulación del proyecto de investigación [Material de curso]. Diplomado en Metodología de la Investigación, Corporación Universitaria Remington.  
[https://imagenes.uniremington.edu.co/moodle/M%C3%B3dulos%20de%20aprendizaje/EAD-Gestion%20administrativa%20para%20CT/EAD-Espe\\_Gerencia\\_Informatica/Modulos/Nivel\\_02/Metodologia\\_general\\_de\\_la\\_investigacion\\_pregrado\\_parteIII.pdf](https://imagenes.uniremington.edu.co/moodle/M%C3%B3dulos%20de%20aprendizaje/EAD-Gestion%20administrativa%20para%20CT/EAD-Espe_Gerencia_Informatica/Modulos/Nivel_02/Metodologia_general_de_la_investigacion_pregrado_parteIII.pdf).

Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. Routledge.

Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE.

Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2016). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 189–214. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.871323>.

Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica (4.<sup>a</sup> ed.). Limusa.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Gedisa.

Wheeler, A. (2012). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (4th ed.). John Wiley & Sons.

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity* (5th ed.). Wiley.