TRABAJO DE GRADO
Opción Práctica - Pasantía y Validación de Funciones

Desarrollo de la identidad visual del evento académico CosmogonIA: Habitando la curiosidad mediante el diseño gráfico

Corporación Universitaria Remington
Facultad de Diseño
Profesional en Diseño Gráfico

María Isabel Olaya Jiménez
Tutora: Daniela de los Ríos Hernández
Pasantía
2026

Dedicatoria

Este proyecto lo dedico a las personas más importantes que fueron y seguirán siendo en mi vida, mi madre y mi hermano, aunque hoy no están físicamente conmigo, siguen presentes en mi corazón y son una parte fundamental de cada uno de mis logros. Estoy convencida de que se sentirían orgullosos de verme llegar a esta etapa tan importante de mi vida, la fase final de mi carrera profesional, un camino en el que ambos estuvieron presentes y del que hicieron parte.

A mi madre Sara Luz, doy gracias por haber sido mi apoyo incondicional desde el inicio de este proceso, por sus palabras de aliento, su compañía y por estar siempre dispuesta a ayudarme, incluso durante su enfermedad, recuerdo con amor cómo me acompañaba tomándome fotografías y grabando cada uno de los procesos para las evidencias de mis entregables académicos. Su amor, esfuerzo y dedicación, fueron una motivación constante para seguir adelante a pesar de su ausencia.

A mi hermano Leonardo, porque su recuerdo y el amor que le tengo también me impulsan a continuar, a pesar de las dificultades y de su ausencia. Ambos me enseñaron, a su manera, el valor de perseverar y de luchar por mis sueños. Su partida me ha hecho comprender que aunque el dolor forma parte de la vida, también es posible encontrar motivos para seguir creciendo y alcanzar las metas que me proponga.

A mi padre Carlos Alfonso, gracias por ser mi apoyo constante durante este camino, por brindarme su confianza y darme la fortaleza necesaria para continuar. Este logro también representa un motivo de orgullo para él, por lo que quiero dedicárselo con todo mi amor y gratitud.

Finalmente, puedo decir que este proyecto es más que la culminación de una etapa académica, es también una forma de continuar y honrar a quienes han sido parte de mi historia, de reconocer el amor y las enseñanzas que me han acompañado y de demostrarme que a pesar de las dificultades, puedo seguir adelante y trabajar por mis sueños.

Agradecimientos

Quiero agradecer, en primer lugar, a Dios por darme la oportunidad de alcanzar este objetivo, a la facultad por darme la oportunidad de realizar mi pasantía en la agencia de diseño y ser parte de uno de los eventos más importantes que reúne experiencias de creación, comunicación audiovisual y diseño de la facultad como lo es el VI simposio de diseño de Divergente, este año se ha denominado “Cosmogonía: Habitando la curiosidad”.

También quiero agradecer a los docentes, que fueron nuestros líderes en el transcurso de la pasantía, a la docente Valentina Restrepo Serna, al docente Juan Manuel Mesa Posada, porque tuve la oportunidad de aprender de ellos, capacitarme como persona, adquirir conocimientos profesionalmente y fortalecer mis habilidades como profesional, agradezco igualmente a la docente Billy Johanna Osorio Rios, al docente Juan Diego López Medina y así a cada uno de los docentes que hicieron parte de esta formación y crecimiento durante toda la carrera, por sus conocimientos, orientaciones y acompañamientos que aportaron de manera significativa a mi crecimiento académico y profesional.

Tabla de Contenido

Dedicatoria **2**

Agradecimientos **4**

Resumen **10**

Palabras clave **11**

Problemática abordada en la pasantía **12**

Objetivo general **16**

Objetivos específicos **16**

Metodología **17**

Tipo de investigación 18

Fuentes de información y técnicas de recolección 19

Metodologías aplicadas 22

Fases del Proceso **25**

Fase 1: Empatizar / Entendiendo CosmogonIA 25

Fase 2: Definir 28

Fase 3: Idear 31

Fase 4: Prototipar 35

Fase 5: Evaluar y ajustar 40

Entregables cualitativos 46

Resultados **48**

Resultado 1: Desarrollo de la identidad visual. 48

Resultado 2: Desarrollo del manual de identidad corporativa. 51

Resultados 3: Desarrollo del Dossier Institucional 55

Resultado 4: Diseño de presentación condiciones de participación del evento. 57

Síntesis de resultados 61

Conclusiones 62

Referencias 65

Anexos 69

Anexo A Proceso de bocetación e identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. . 69

Anexo B Dossier institucional de CosmogonIA 69

Anexo C Presentación de las condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 70

Anexo D Manual de identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 70

Anexo E Actas de reuniones y seguimiento del proceso de pasantía. 70

Anexo F Matriz de sistematización de datos de artículos. 71

Anexo G Cuestionario de preguntas y respuestas dirigido a la tutora Valentina Restrepo Serna. 72

Anexo H Publicaciones de obras postuladas en las categorías de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 73

Anexo I Histórico de las versiones anteriores del Simposio Divergente..... 78

Anexo J Documento conceptual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 78

Anexo K Documento de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 78

Anexo L Documento información Dossier Institucional 79

Lista de tablas

Tabla 1 Versiones de identidad visual del Simposio Divergente. 13

Tabla 2 Técnicas de recolección de información y tipos de fuentes. 20

Tabla 3 Matriz de relación entre entrada, decisión y salida fase 1. 27

Tabla 4 Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 2. 30

Tabla 5 Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 3. 34

Tabla 6 Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 4. 39

Tabla 7 Observaciones y ajustes derivados de las reuniones de seguimiento de la pasantía. 41

Tabla 8 Datos de participación del Simposio Divergente 2025. 43

Tabla 9 Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 5. 45

Tabla 10 Entregables desarrollados durante la pasantía. 47

Tabla 11 Estructura de la presentación de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 58

Lista de figuras

Figura 1 Proceso metodológico para el desarrollo del proyecto. 24

Figura 2 Proceso de bocetación de la identidad visual. 32

Figura 3 Propuesta de identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 33

Figura 4 Versiones cromáticas y banner de la identidad visual. 36

Figura 5 Aplicaciones de la identidad visual. 37

Figura 6 Aliados y patrocinadores de CosmogonIA: Habitando la curiosidad 2026. 44

Figura 7 Evolución de la identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 50

Figura 8 Identidad visual final de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 50

Figura 9 Logotipo y área de seguridad de la marca. 52

Figura 10 Paleta cromática de la identidad visual. 52

Figura 11 Tipografía corporativa. 53

Figura 12 Versiones correctas de la marca. 53

Figura 13 Versiones incorrectas de la marca. 54

Figura 14 Aplicaciones de la marca. 54

Figura 15 Portada del dossier institucional. 56

Figura 16 Página interna del dossier institucional. 56

Figura 17 Página interna del dossier institucional. 57

Figura 18 Portada de la presentación de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. 59

Figura 19 Contenido de las condiciones de participación. 59

Figura 20 Cronograma de las condiciones de participación. 60

Figura 21 Retícula y jerarquía visual de la presentación de condiciones de participación. 60

Resumen

Este proyecto se desarrolló para la Agencia de Diseño Gráfico, en la Facultad de Diseño, de la Corporación Universitaria Remington, bajo la modalidad de pasantía, el cual se enfocó en el desarrollo de la identidad visual del encuentro académico y cultural que articula al equipo de Divergente de Remington y su aliado RECua del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. El evento, denominado "CosmogonIA- Habitando la curiosidad", se rige bajo los conceptos de comunicación, diseño y territorio. El proyecto surgió como respuesta a la necesidad de contar con una identidad visual para el evento, que permitiera comunicar su concepto en diferentes escenarios académicos. Para ello, se tomó como referencia el concepto de Kosmo, entendido como la generación o nacimiento del universo, y su relación metafórica con el acto creativo, la curiosidad como el motor del pensamiento, la experimentación y la creación. El proyecto se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, apoyado en la metodología de Design Thinking y el método proyectual de Bruno Munari. Estas herramientas orientaron el proceso de comprensión del contexto del evento, el análisis de su concepto y el desarrollo de la identidad visual a partir de criterios comunicativos y gráficos.

Como resultado del proyecto, se desarrolló la identidad visual del evento, junto con su sistema gráfico y el manual de identidad corporativa, en el que se estableció los lineamientos para aplicar la marca de manera adecuada en los diferentes medios. Asimismo, se diseñó el dossier institucional, con el propósito de presentar el evento a aliados, patrocinadores y comunidad

académica, así como el documento de condiciones de participación, en el que se orientaron las categorías, los requisitos y los lineamientos de la convocatoria. Estos entregables, hacen parte del trabajo realizado durante la pasantía y buscan transmitir el concepto y el propósito de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" a través de la una identidad visual coherente con las diferentes piezas de comunicación del evento.

Palabras clave

Diseño gráfico – CosmogonIA – Comunicación visual – Identidad visual

Problemática abordada en la pasantía

La Corporación Universitaria Remington lleva a cabo anualmente el simposio Divergente, un evento académico que en 2026 presenta su VI versión. A lo largo de sus ediciones, el simposio ha promovido el pensamiento crítico en torno al diseño, las artes y las industrias creativas, mediante actividades de reflexión y circulación de trabajos académicos que buscan fortalecer el intercambio de conocimientos entre estudiantes, docentes, investigadores y profesionales.

La edición Divergente 2026 se articula con RECua, del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, bajo el eje temático “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”. Esta propuesta integra los conceptos de comunicación, diseño, inteligencia artificial y territorio como punto de partida para abordar reflexiones académicas en torno a estos campos.

A pesar de contar con un enfoque conceptual sólido, titulado “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, aún carecía de una identidad visual para su VI versión, que representará su concepto, y estableciera los lineamientos gráficos que orientarán el desarrollo de piezas de comunicación. Para comprender los antecedentes del evento, se realizó la revisión del histórico institucional del Simposio Divergente, en el que se identificó que cada una de las cinco versiones anteriores contaba con una identidad visual propia, construida a partir de la temática correspondiente.

Esta necesidad dio lugar al presente proyecto de pasantía, orientado al desarrollo de una identidad visual acorde con el eje temático definido para esta versión.

Tabla 1

Versiones de identidad visual del Simposio Divergente.

Versión	Año	Identidad visual	Temática
1	2021		
2	2022		
3	2023		
4	2024		
5	2025		

Nota: Elaboración propia a partir del histórico de versiones anteriores del Simposio Divergente.

De acuerdo con Escalada (2024, p.54), la identidad visual corresponde a la construcción de varios elementos gráficos y visuales que comunican el concepto de una marca y sus valores. En este sentido, el desarrollo de la identidad visual de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”,

implicó representar gráficamente conceptos como el cosmos, la inteligencia artificial, la creatividad, la innovación y el territorio, manteniendo coherencia entre cada uno de los elementos que conforman el sistema visual del evento.

A partir del análisis documental de los canales de comunicación institucionales (Instagram, Facebook, Behance y Youtube), se identificó que, inicialmente el evento no contaba con una identidad visual definida para su edición 2026. Esta situación dificultaba establecer lineamientos gráficos para la creación de contenidos y mantener una comunicación visual coherente. Posteriormente, con el desarrollo de la identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", fue posible establecer una línea gráfica y diseñar piezas de comunicación acordes con el concepto del evento.

La identidad visual es un elemento fundamental dentro de una estrategia de comunicación de cualquier evento, porque es la representación visual del concepto, objetivos y mensaje, Barroso (et al., 2022, p.3) señala que en la construcción de la marca, el logo es un pilar esencial por su capacidad para cosificarla e identificarla. Así, este diseño se convierte en un instrumento a través del cual el público articula el significado de una marca, por lo tanto, el desarrollo de la identidad visual para "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", permitió establecer elementos gráficos propios para representar el concepto del evento y diferenciar visualmente su sexta versión de las ediciones anteriores, que también contaron con propuestas visuales relacionadas con sus temáticas.

En este sentido, Costa (2013, como se citó en Córdova Torres et al., 2022, p.3) señala que "el éxito de muchos proyectos depende en gran medida del branding, el cual conecta diversos

intercambios: económicos, productivos, tecnológicos, logísticos, medioambientales, comunicacionales, psicológicos y socioculturales, que a su vez están sujetos a transmitir valores mediante una identidad gráfica". Este planteamiento permite relacionar la identidad visual con los valores y concepto que busca comunicar un proyecto. En este caso de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", el desarrollo de la identidad visual de orientó a representar su eje temático y establecer una línea gráfica pudiera aplicarse de manera coherente en las diferentes piezas de comunicación del evento.

Teniendo en cuenta lo anterior, surge la pregunta ¿Cómo desarrollar una identidad visual para el evento académico CosmogonIA: Habitando la curiosidad, que represente su concepto y permita establecer lineamientos gráficos coherentes para la comunicación del VI Simposio Divergente de la Corporación Universitaria Remington?

Objetivo general

Crear la identidad visual del evento académico CosmogonIA: Habitando la curiosidad, correspondiente al VI Simposio Divergente de la Corporación Universitaria Remington, mediante el desarrollo de un sistema gráfico coherente con su concepto.

Objetivos específicos

Analizar el concepto de CosmogonIA: Habitando la curiosidad, con el fin de identificar los elementos conceptuales y gráficos que orientarán el desarrollo de su identidad visual para la VI versión del Simposio Divergente.

Desarrollar el manual de identidad corporativa de CosmogonIA: Habitando la curiosidad, a partir del sistema gráfico definido para la VI versión.

Diseñar el dossier institucional y el documento de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad, aplicando la identidad visual desarrollada para la comunicación del evento.

Socializar y validar la propuesta de identidad visual con los docentes encargados del evento académico, para verificar su correspondencia con el concepto y propósito comunicativo de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Metodología

El trabajo de grado se desarrolló en la Corporación Universitaria Remington, en la Agencia de Diseño creada en el año 2026, bajo la tutoría de los docentes Juan Manuel Mesa Posada y Valentina Restrepo Serna, quienes orientaron la construcción de la identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", correspondiente al Simposio Divergente – RECua. Debido a la orientación del proyecto, este se desarrolló desde un enfoque cualitativo, centrado en la comprensión del concepto académico del evento y su representación gráfica.

Desde la epistemología del diseño, Ynoub (2020, p.23), plantea que entender el diseño como una praxis permite abordar su complejidad, entendida como una práctica en la que el hacer y la reflexión se desarrollan de manera conjunta. Según este planteamiento, en dicha práctica intervienen tanto los aspectos factuales como los valores y la experiencia del contexto en el que se desarrolla el diseño. Tomando en cuenta esta perspectiva como referencia, el proyecto partió de la comprensión del concepto académico del evento, con el propósito de construir una identidad visual desde cero.

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación se desarrolló bajo la modalidad de investigación para el diseño, entendida por Ynoub (2020, p.26) como aquella que reúne "todas aquellas investigaciones que aportan conocimiento aplicable al ámbito del Diseño". En este sentido, se investigó el concepto de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" y su contexto académico, con el fin de representarlo gráficamente de manera coherente. La información obtenida se utilizó como insumo para orientar las decisiones conceptuales y visuales de la propuesta.

Tipo de investigación

La investigación fue de tipo aplicativo, dado que partió de una necesidad identificada y generó soluciones concretas, una propuesta de identidad visual, el manual de identidad corporativa y diferentes piezas gráficas para la difusión del evento. Este carácter aplicado se relaciona con lo señalado por Mahecha Lagos & Boada Ortiz, (2020, p.3) quienes señalan que "la disciplina del diseño desempeño un papel fundamental desde su visión holística e integradora y desde su capacidad de realizar transformaciones culturales a partir de la construcción de nuevos valores y significados".

El proyecto también tuvo un carácter descriptivo – proyectual, pues implico investigar y analizar el concepto de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", para desarrollar una propuesta visual coherente. En relación con este tipo de proyectos, (Reyes & Gonzabay, 2023) p.15), describen que el diseño de una marca, de papelería corporativa o de avisos publicitarios para medios impresos o digitales, entre otras tareas, resulta de un proceso creativo que realiza el diseñador gráfico, utilizando recursos tradicionales o nuevas tecnologías para proyectar en una imagen un conjunto de ideas que son orientadas para un mismo objetivo comunicacional.

En este proyecto, el carácter descriptivo - proyectual se evidenció en el análisis de la información del evento y en su aplicación al desarrollo de una solución gráfica. De esta manera, el enfoque cualitativo, el carácter aplicado - proyectual y la modalidad de investigación para el diseño se complementaron durante el proceso: el primero permitió comprender el contexto, el

segundo orientó la solución de una necesidad concreta y la tercera permitió utilizar el conocimiento recopilado directamente en las decisiones de diseño.

Esta última explicación es importante porque responde a la observación de que utilizas varios conceptos metodológicos y debes explicar cómo se relación.

Fuentes de información y técnicas de recolección

Para el desarrollo del proyecto se consultaron fuentes primarias y secundarias. Como referente se tomaron los módulos de recolección de la información y formulación del proyecto de investigación del Diplomado en Metodología General de la Investigación de la Corporación Universitaria Remington, los cuales sirvieron de apoyo metodológico para la identificación y clasificación de las fuentes de información utilizadas durante el desarrollo del proyecto.

Las fuentes primarias correspondieron a la información obtenida mediante la observación directa del contexto de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, el cuestionario realizado a la tutora Valentina Restrepo Serna y las reuniones de seguimiento con los docentes encargados de la pasantía, Juan Manuel Mesa Posada y Valentina Restrepo Serna. La tutora Valentina restrepo Serna fue consultada debido a su vinculación con la orientación y coordinación del evento, así como por su conocimiento de los antecedentes y las necesidades de comunicación de la edición 2026.

Las fuentes secundarias correspondieron a la revisión de documentos institucionales, el histórico de versiones anteriores del Simposio Divergente y artículos académicos relacionados con

la identidad visual, branding y diseño gráfico. A partir de las fuentes se identificaron antecedentes y referentes que permitieron fundamentar las decisiones de diseño.

Tabla 2

Técnicas de recolección de información y tipos de fuentes.

Técnica	Tipo de fuente	Descripción
Observación directa	Primaria	Observación directa del contexto de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. (2026)
Cuestionario	Primaria	Cuestionario realizado a Valentina Restrepo Serna, tutora de la pasantía, mediante Microsoft Teams, sobre el manejo visual y comunicativo de las ediciones anteriores y la edición 2026 (véase Anexo G)
Reuniones con tutores	Primaria	Encuentros con tutores para recibir orientación, revisar y aprobar las propuestas visuales desarrolladas (2026). Las reuniones de seguimiento se registraron en actas (véase Anexo E)
Revisión documentos institucionales	Secundaria	Análisis de los módulos, II Recolección de información, y III Formulación del proyecto de investigación, del

		Diplomado en Metodología General de la Investigación de la Corporación Universitaria Remington (febrero de 2011)
Revisión del histórico de Divergente en sus versiones anteriores	Secundaria	Análisis de propuestas visuales y documentos de versiones anteriores del Simposio Divergente, recopilados en el documento Inducción + Diagnóstico + Investigación - Simposios de diseño, de la Facultad de Diseño (2026).
Artículos – Documentos	Secundaria	Consulta de artículos y documentos académicos sobre identidad visual, branding y diseño gráfico, mediante fuentes como Google Académico, ResearchGate – DialNet – Scopus (2026)

Nota: Elaboración propia (2026), a partir de la información recopilada mediante las técnicas descritas en la tabla.

La información obtenida se organizó de acuerdo con su relación con el proyecto. Las fuentes primarias permitieron conocer el contexto institucional y recibir orientaciones de los docentes encargados, mientras que las fuentes secundarias aportaron antecedentes y referentes conceptuales para el desarrollo de la propuesta visual.

Es importante precisar que el cuestionario se realizó a la tutora y que las reuniones se desarrollaron con los docentes encargados. No se aplicaron instrumentos directamente a los asistentes o al público objetivo del evento, por lo tanto, la comprensión de este público se obtuvo mediante la información institucional y los antecedentes consultados.

Metodologías aplicadas

Para el desarrollo del proyecto se tomaron como referentes dos metodologías que aportaron al proceso de diseño, de acuerdo con las necesidades y los objetivos planteados. Por un lado, Design Thinking (Izquierdo et al., 2022), aportó una estructura para comprender la problemática y las necesidades del contexto mediante cinco fases de trabajo. Por otra parte, el método proyectual de Bruno Munari (2016), se retomó como referente para orientar el análisis del problema, la exploración de alternativas y la búsqueda de soluciones gráficas.

El Design Thinking se consideró adecuado para el proyecto porque sus cinco fases empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, permitieron organizar el proceso desde la comprensión del contexto hasta la revisión de las propuestas visuales. Como señala Izquierdo et al., (2022) “la práctica más ampliamente aceptada de este procedimiento es la que estructura la metodología en cinco fases o etapas” (p.8). Esas fases se aplicaron durante el desarrollo de la identidad visual de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, debido a que permitieron organizar las actividades y relacionar los resultados de cada etapa con las siguientes.

Por su parte, Munari, (2016), en *Diseño y Comunicación Visual,* plantea la importancia de orientar el diseño mediante principios que permitan reconocer si una solución visual es adecuada

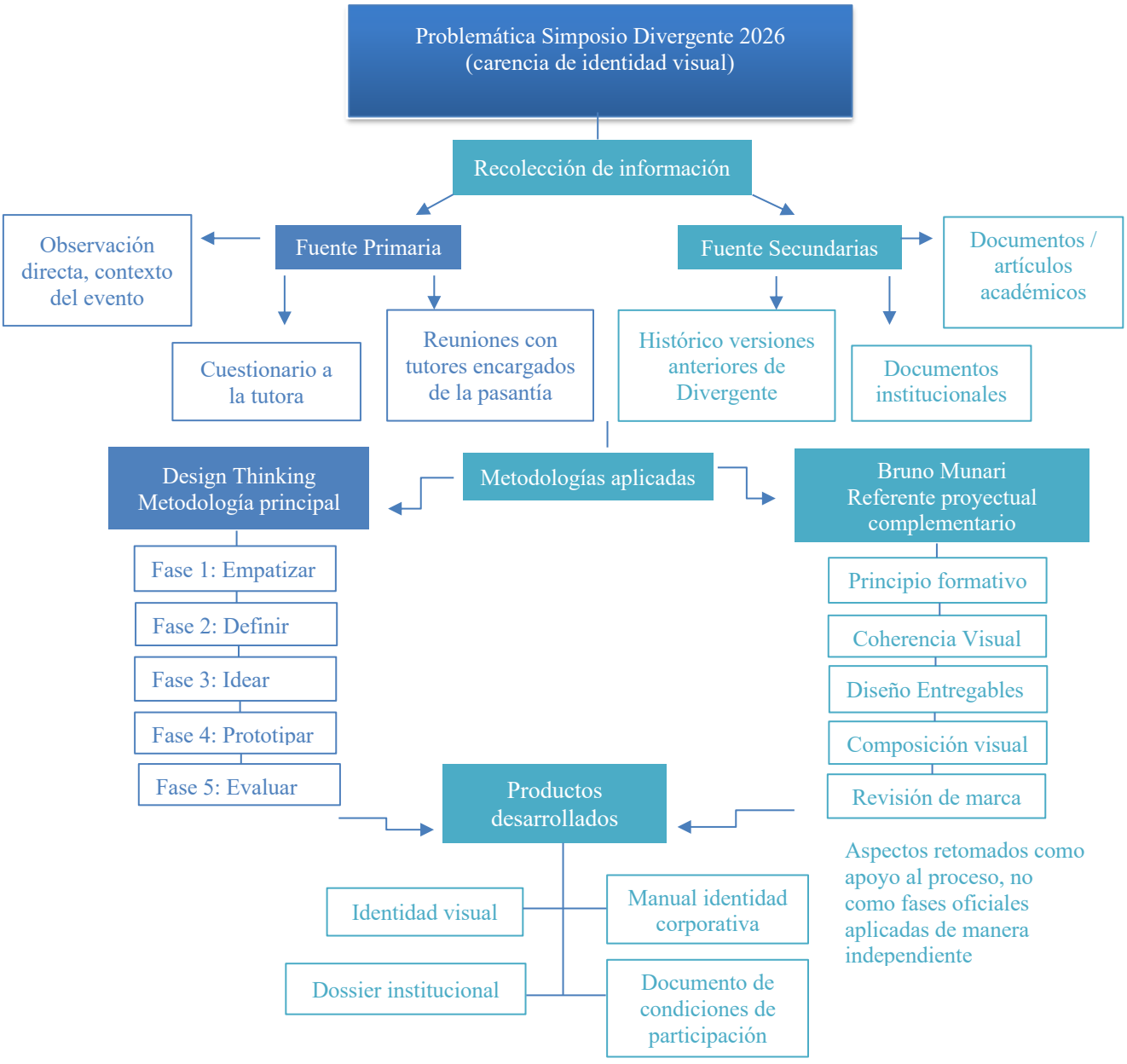
para el propósito que se busca. El autor señala que la valoración de una propuesta no debe basarse únicamente con un principio formativo (p.11). En este proyecto, este planteamiento se retomó como referente para revisar las propuestas visuales y las piezas gráficas, teniendo en cuenta su intención comunicacional y los objetivos del evento. Por esta razón, el método de Munari se utilizó como apoyo proyectual y no como una metodología aplicada de manera completa o como una segunda secuencia de fases.

De igual manera, el *Design Thinking,* abordado por Román Hidalgo et al., (2025), p.669), en el contexto de la enseñanza del lenguaje, se relaciona con el pensamiento crítico y con habilidades como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la elaboración de ideas. Estos aspectos se tuvieron en cuenta durante el proceso de creación y desarrollo de los entregables presentados a los docentes encargados de la pasantía, desde la exploración de propuestas hasta la elaboración de las piezas gráficas.

Para recopilar la información del contexto se emplearon las técnicas descritas en la Tabla 2. El cuestionario se realizó a la tutora Valentina Restrepo Serna mediante Micreosoft Teams, con preguntas sobre el manejo visual y comunicativo de las ediciones anteriores y la edición 2026 (véase Anexo G). También se realizaron las reuniones virtuales de seguimiento con los tutores, registradas en actas (véase Anexo E), en las cuales se revisaron los avances y se recibieron observaciones que orientaron la fase de evaluación y ajuste.

Figura 1

Proceso metodológico para el desarrollo del proyecto.



Nota: Elaboración propia (2026) con base en el proceso desarrollado y los referentes metodológicos de Ynoub (2020), Munari (2026) e Izquierdo et al. (2022).

Fases del Proceso

El proceso de desarrollo de la identidad visual se organizó a partir de las cinco fases del Design Thinking. En cada una se identificaron los insumos utilizados, las decisiones tomadas y los resultados obtenidos, los cuales sirvieron como punto de partida para continuar con la siguiente etapa.

Fase 1: Empatizar / Entendiendo CosmogonIA

Esta primera fase permitió comprender el concepto y el contexto de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", antes de iniciar la generación de propuestas visuales. Para ello, se revisó la documentación del evento, se analizaron los antecedentes de ediciones anteriores del Simposio Divergente y se identificaron, a partir de la información institucional, las características del público al cual se dirige.

Con el fin de comprender el contexto comunicativo del evento académico, se aplicó un cuestionario a la docente Valentina Restrepo Serna, tutora de pasantía, quien ha liderado la coordinación de Divergente durante los últimos tres años. Las preguntas se realizaron por medio de Microsoft Teams y las respuestas completas se presentan en el Anexo G.

Según su experiencia, las ediciones anteriores no contaron con un manual de identidad corporativa ni con una guía de uso formal. El evento mantenía un logotipo institucional, pero cada

edición desarrollaba una línea gráfica nueva a partir de su temática, gestionada desde el mismo equipo de trabajo (V. Restrepo Serna, comunicación personal, 2026).

Respecto a la divulgación, la tutora señaló que la organización se realizaba en períodos cortos y cercanos a la fecha del evento, lo que limitaba las estrategias de comunicación sostenidas y la posibilidad de ampliar el alcance más allá de la comunicación académica inmediata. Indicó también que en las diferentes versiones se llevaron registros de asistencia, de ponentes invitados, inscripción a conferencias y talleres con cupos limitados (V. Restrepo Serna, comunicación personal, 2026).

Una vez comprendido estos aspectos, se orientó el proceso de diseño, ya que su representación gráfica requería establecer una relación entre el mensaje del evento y los recursos visuales utilizados. En este sentido, Ynoub (2020), p.25), plantea que las técnicas de diseño gráfico reúnen tradiciones y valores, que transmiten significados que pueden ir más allá de lo que quien lo diseña se propone comunicar. Desde este enfoque, el proyecto partió de entender y apropiar el concepto de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", antes de desarrollar la propuesta visual.

A partir de la documentación del evento y de la información proporcionada por la tutora, se identificó que el público al que se dirige, está compuesto por estudiantes, docentes, egresados, creadores externos e instituciones aliadas. Esta identificación e realizó mediante fuentes documentales e institucionales, y no mediante una investigación directa con dichos públicos.

Como resultado de esta fase, se obtuvo información sobre los antecedentes, el manejo visual y las características comunicativas del evento. Estos datos permitieron reconocer los

elementos conceptuales que debían tenerse en cuenta para el desarrollo de una identidad visual relacionada con el territorio, la curiosidad, la inteligencia artificial, el pensamiento crítico y la creación.

Tabla 3

Matriz de relación entre entrada, decisión y salida fase 1.

Entrada (Insumos consultados)	**Decisión (análisis realizado)**	**Salida (resultado o evidencia)**
Histórico de las versiones anteriores del Simposio Divergente	Reconocer los antecedentes, la trayectoria y las características del evento para comprender su contexto	Identificación de los antecedentes del Simposio como referencia para la edición 2026. (véase Anexo I)
Documento conceptual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad	Comprender el concepto central y sus relaciones con la curiosidad, la creatividad, el diseño y la inteligencia artificial.	Identificación de los conceptos temáticos que orientarían el desarrollo de la identidad visual. (véase Anexo J)
Cuestionario aplicado A la tutora del proyecto	Identificar las características del manejo gráfico de las versiones anteriores, la ausencia de un manual de identidad corporativa, las dificultades relacionadas con la planificación y nuevas necesidades derivadas con la alianza entre Uniremington y el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.	Reconocimiento de la necesidad de establecer lineamientos gráficos propios para CosmogonIA: Habitando la curiosidad, que facilitaran la coherencia visual y la organización de las piezas comunicativas. (véase Anexo G)
Consulta de documentos relacionados con el evento	Reconocer los aspectos institucionales y académicos que debían tenerse en cuenta.	Recopilación de información Sobre la organización, los participantes, las actividades y los

	lineamientos institucionales del evento (véase Anexo K)

Nota: Elaboración propia (2026), a partir del análisis de los insumos documentales y la información recopilada durante la fase 1. Los anexos referenciados contienen los documentos y registros que respaldan las entradas y los resultados presentados en la matriz.

Fase 2: Definir

En esta segunda fase se tomó como punto de partida la información identificada durante la fase anterior, con el propósito de delimitar la necesidad que debía atender el proyecto. En 2026, "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" se planteó como una versión construida en conjunto por dos instituciones. Según el cuestionario realizado a la tutora, la alianza con el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid amplió el equipo de trabajo y la participación de distintas áreas de diseño. En este contexto, el desarrollo de una identidad visual propia de un manual que estableciera sus lineamientos se consideró necesario para centralizar criterios, orientar si aplicación y mantener la coherencia de las piezas comunicativas (V. Restrepo Serna, comunicación personal, 2026).

A partir de la información recopilada, se definió que la edición 2026 requería una identidad visual que representara gráficamente el concepto del evento y permitiera mantener una línea gráfica coherente en sus diferentes aplicaciones. Asimismo, se identificó la necesidad de contar con un manual de identidad corporativa que orientara el uso del sistema gráfico y facilitara su implementación en los documentos institucionales y comunicativos.

Sobre la importancia de una imagen institucional bien definida, Holguín Martínez et al., (2024, p.84) sostiene que una imagen sólida no solo atrae a estudiantes, docentes y colaboradores, sino que también influye en sus decisiones y en la percepción que se tiene de la institución, lo que puede incidir en su éxito y en las relaciones con su comunidad y aliados. Este planteamiento sirvió como referente para orientar el desarrollo de una identidad visual coherente para la versión 2026 del evento.

Con base en esta definición, se establecieron los objetivos del proyecto, presentados al inicio de este documento. El objetivo general se orientó a crear una identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", mediante el desarrollo de un sistema gráfico coherente con su concepto. Por su parte, los objetivos específicos se enfocaron en analizar el concepto para identificar los elementos conceptuales y gráficos que orientarían la propuesta, desarrollar el manual de identidad corporativa, diseñar el dossier institucional y el documento de condiciones de participación aplicando la identidad visual, y finalmente, socializar y validar la propuesta con los docentes encargados del evento.

Finalmente, se consideró lo expuesto por Mahecha Lagos y Boada Ortiz (2020, p.16), quienes señalan la importancia de un análisis estratégico cuando no se cuenta con conocimiento o competencias empresariales maduras ni con un papel protagónico de la disciplina del diseño. Este planteamiento permitió comprender que la identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" debería abordarse desde una perspectiva estratégica, teniendo en cuenta su concepto, propósito comunicativo y contexto institucional, y no únicamente desde aspectos estéticos.

Tabla 4

Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 2.

Entrada (Insumos consultados)	**Decisión (análisis realizado)**	**Salida (resultado o evidencia)**
Información recopilada durante la fase 1: antecedentes del evento, cuestionario aplicado a la tutora y documentos institucionales.	Analizar las necesidades identificadas y determinar que la edición 2026 requería una identidad visual propia y lineamientos para orientar su aplicación.	Definición del problema del proyecto: necesidad de crear una identidad visual para CosmogonIA 2026 y establecer criterios para mantener la coherencia de sus aplicaciones gráficas. (véase anexos G, I Y J)
Documento conceptual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad	Identificar los elementos conceptuales y gráficos que debían orientar el desarrollo de la identidad visual, teniendo en cuenta el propósito comunicativo del evento.	Delimitación del propósito del proyecto y formulación del objetivo general, orientado a crear un sistema gráfico coherente con el concepto del evento. (véase Anexo J)
Cuestionario aplicado A la tutora y documento de condiciones de participación	Reconocer las necesidades comunicativas, académicos e institucionales del evento y determinar las aplicaciones gráficas necesarias para apoyar su comunicación.	Formulación de los objetivos específicos relacionados con el desarrollo del manual de identidad corporativa, el diseño del dossier institucional y el documento de condiciones de participación. (véase Anexos G y K)
Orientaciones, acuerdos y compromisos registrados durante las reuniones de seguimiento con los docentes encargados.	Establecer la socialización y validación de la propuesta como parte del proceso, para comprobar su correspondencia con el concepto y propósito comunicativo del evento.	Incorporación de la socialización y validación de la propuesta de identidad visual como objetivo específico del proyecto. (véase Anexo E)

Nota: Elaboración propia (2026), a partir del análisis de los insumos recopilados durante la fase 1, las orientaciones de la tutora y los documentos institucionales relacionados con CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Fase 3: Idear

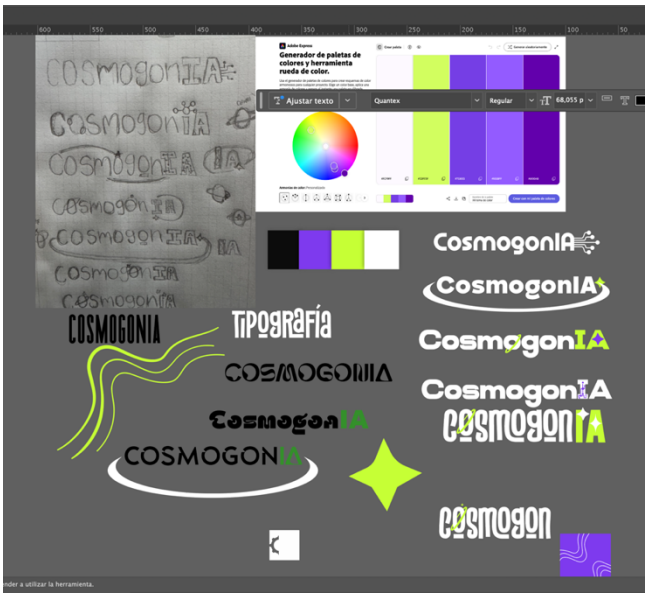
Una vez identificada la problemática, se inició el proceso de creación y exploración de propuestas visuales. En esta fase se experimentó con diferentes elementos gráficos, entre ellos colores, tipografías, texturas y recursos visuales, con el propósito de representar el concepto de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad". Para ellos, se tomó como referencia el eje temático del evento: territorio, entendido como un espacio simbólico, la curiosidad como motor de creación, y la inteligencia artificial, como entendida como entorno contemporáneo.

Las propuestas se revisaron teniendo en cuenta su relación con el concepto del evento. Como referencia se tomó a Munari (2016, p.11), quien plantea valorar las soluciones de diseño no por lo bello o lo feo, sino por "lo que es acertado o equivocado según un determinado principio formativo". En este proyecto, dicho principio fue el concepto del "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", por lo que se analizaron los elementos gráficos según su correspondencia con el enfoque conceptual y su capacidad para comunicarlo visualmente.

En relación con la identidad visual, se consideró a Mayorga Escalada (2024, p.54), quien señala que la identidad visual corporativa "cuenta con tres elementos protagonistas: el nombre, el icono y el color". Estos tres elementos fueron tomados como referentes para la construcción de la identidad visual del evento. El proceso de bocetación se presenta en la Figura 2.

Figura 2

Proceso de bocetación de la identidad visual.



Nota: Registro propio de proceso de exploración y bocetación de propuestas gráficas (2026).

Posteriormente, la propuesta se revisó teniendo en cuenta los siguientes criterios de selección: la correspondencia con el concepto del evento, la relación de los elementos gráficos con el eje temático, la legibilidad de identificador visual, la coherencia entre los colores, las tipografías y los recursos gráficos, y la posibilidad de aplicar estos elementos de manera consistente en las diferentes piezas de comunicación.

A partir de estos criterios, se presentó una propuesta de brandboard a los tutores de la pasantía, Juan Manuel Mesa Posada y Valentina Restrepo Serna, para recibir sus observaciones y recomendaciones. Como resultado de este proceso de revisión, se seleccionaron la paleta cromática y los elementos gráficos que sirvieron de base para la construcción de la identidad visual de

"CosmogonIA: Habitando la curiosidad". La propuesta de identidad visual resultante se presenta en la Figura 3.

Figura 3

Propuesta de identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: Elaboración propia (2026).

Tabla 5

Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 3.

Entrada (Insumos consultados)	**Decisión (análisis realizado)**	**Salida (resultado o evidencia)**
Documento conceptual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad y elementos temáticos identificados en fases anteriores.	Interpretar el concepto del evento y explorar alternativas gráficas que representaran su relación con el territorio, la curiosidad, el diseño y la inteligencia artificial.	Identificación y exploración de recursos gráficos para representar visualmente el concepto del evento. (Véase Anexo J).
Referentes conceptuales sobre identidad visual y elementos gráficos como el nombre, el icono y el color.	Experimentar con diferentes combinaciones de colores, tipografías, texturas y recursos gráficos para construir alternativas visuales relacionadas con el concepto.	Desarrollo de propuestas gráficas y registro del proceso de bocetación e ideación. (Véase Anexo A).
Propuestas gráficas y alternativas de brandboard desarrolladas durante la exploración.	Revisar las propuestas según los criterios de correspondencia conceptual, relación con el eje temático, coherencia gráfica, legibilidad y aplicabilidad en diferentes piezas de comunicación.	Definición de los criterios utilizar para revisar y seleccionar los elementos gráficos de la propuesta.
Propuesta de brandboard presentada a los tutores de la pasantía.	Revisar la propuesta y considerar las observaciones y recomendaciones de los docentes encargados para ajustar y seleccionar los elementos gráficos.	Registro de las orientaciones y observaciones realizadas. (Véase Anexo E)

Resultados de la exploración, revisión y retroalimentación de las propuestas.	Seleccionar la paleta cromática y los elementos gráficos que respondieran al concepto y a los criterios establecidos.	Definición de los elementos gráficos que sirvieron como base para el desarrollo de la identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad. (véase figura 2).

Nota: Elaboración propia (2026), a partir del proceso de exploración, bocetación, análisis y selección de propuestas gráficas desarrollado durante la fase 3.

Fase 4: Prototipar

A partir de los elementos gráficos seleccionados en la fase anterior, se desarrolló digitalmente la propuesta de identidad visual para “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”. En esta etapa se realizaron diferentes pruebas para observar el comportamiento de los elementos que conformaban la propuesta y revisar su funcionamiento en distintas aplicaciones gráficas.

Inicialmente, se elaboraron versiones cromáticas para analizar el comportamiento de la paleta de color, teniendo en cuenta el contraste, la legibilidad y la relación entre los tonos seleccionados. Posteriormente, se integraron los elementos gráficos en una primera aplicación mediante el diseño de un banner, con el propósito de observar su comportamiento, jerarquía visual y correspondencia con el concepto de evento.

Figura 4

Versiones cromáticas y banner de la identidad visual.

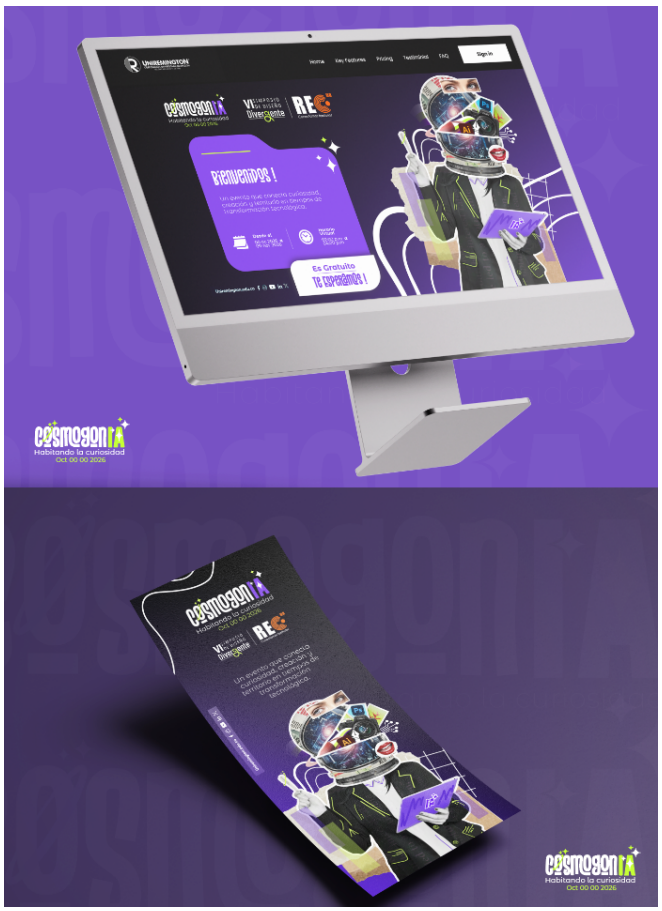


Nota: Elaboración propia (2026).

También se desarrollaron mockups para simular la aplicación de la identidad visual en deferentes piezas y soportes de comunicación, tanto digitales como impresos. Estas propuestas permitieron revisar la adaptación de los elementos gráficos a distintos formatos, sus proporciones y la coherencia visual de la propuesta.

Figura 5

Aplicaciones de la identidad visual.



Nota: Elaboración propia, se presentan mockups que permiten visualizar la aplicación de la identidad visual en diferentes piezas de comunicación del evento (2026).

Entre el 2 y el 16 de marzo de 2026 se revisaron los prototipos teniendo en cuenta aspectos como la legibilidad del identificador, el contraste de los colores, la relación entre la tipografía y los recursos gráficos, la jerarquía de los elementos y su adaptación a diferentes formatos. A partir

de esta revisión se identificaron los aspectos que requerían ajustes para consolidar una propuesta visual coherente con el concepto de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”.

En esta etapa también se reconoce el papel de las herramientas digitales en los procesos de diseño. Macías Reyes y Tomalá Gonzabay (2023, p.16) señalan la importancia del diseñador gráfico en la construcción de propuestas con coherencia estética y conceptual. Por su parte, Villavicencio (2024, como se citó en Palacios Shinin, 2026, p. 54) plantea que, aunque la inteligencia artificial puede facilitar algunas tareas, el criterio humano y la intención comunicativa siguen siendo importantes en el desarrollo de propuestas con sentido social.

En la relación con el uso de estas herramientas durante el proyecto, ChatGPT y Gemini se emplearon únicamente como apoyo para organizar y resumir información contenida en documentos PDF y Word. Los resultados se revisaron y contrastaron con los documentos originales. Estas herramientas no se utilizaron para generar la identidad visual, el identificador gráfico, las ilustraciones ni los demás recursos visuales del proyecto. La ideación, bocetación, exploración gráfica, la selección de elementos y desarrollo de los prototipos se llevó a cabo de manera individual durante el proceso de pasantía.

Como resultado de esta fase, se obtuvo una propuesta digital de identidad visual con pruebas cromáticas y aplicaciones gráficas que sirvieron como base para continuar con el desarrollo de los productos finales del proyecto, presentados en el apartado de resultados.

Tabla 6

Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 4.

Entrada (Insumos consultados)	**Decisión (análisis realizado)**	**Salida (resultado o evidencia)**
Elementos gráficos seleccionados en la fase 3: paleta cromática, tipografía, texturas y recursos gráficos.	Digitalizar los elementos seleccionados y construir una propuesta visual que permitiera revisar su integración y funcionamiento.	Propuesta digital de identidad visual u primeras versiones cromáticas. (Véase Anexo A).
Versiones cromáticas de la propuesta de identidad visual.	Revisar el contraste, la legibilidad y el comportamiento de los colores en las diferentes composiciones.	Pruebas cromáticas de la identidad visual. (Véase Figura 4)
Identificador gráfico, tipografía, paleta cromática y recursos visuales.	Evaluar la integración de los elementos, la jerarquía visual, la legibilidad y la relación de la composición con el concepto del evento.	Diseño de banner como primera aplicación de la propuesta de identidad visual: (Véase Figura 4)
Propuesta digital de identidad visual y primera aplicación gráfica.	Simular su uso en diferentes formatos y soportes para revisar proporciones, adaptación y coherencia visual.	Mockups de aplicación de la identidad visual. (Véase figura 5)
Resultados de las pruebas cromáticas, el banner y los mockups.	Revisar el comportamiento general de la propuesta e identificar los aspectos que requerían ajustes antes de continuar con los productos finales.	Propuesta de identidad visual consolidada como base para el desarrollo de los productos finales.

Nota: Elaboración propia (2026), a partir del proceso de digitalización, pruebas cromáticas, revisión de aplicaciones y ajustes realizados durante la fase de prototipado.

Fase 5: Evaluar y ajustar

Durante el desarrollo de la identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", se realizó un proceso de seguimiento y evaluación con los tutores de la pasantía Juan Manuel Mesa Posada y la docente Valentina Restrepo Serna, mediante reuniones virtuales por la plataforma Microsoft Teams. Estos encuentros permitieron revisar los avances, recibir observaciones y establecer ajustes relacionados con la identidad visual y los documentos de comunicación del evento. Las reuniones del 16 de abril y del 7 de mayo de 2026 quedaron registradas en actas correspondientes (véase Anexo E).

En la reunión del 16 de abril de 2026, la tutora Valentina Restrepo Serna señaló que RECua debía presentarse como un evento independiente de Divergente. También indico que el documento estratégico debía incluir información histórica de ambos eventos, como número de participantes, aliados, ponentes y alcance. A partir de la observación se consideró necesario diferenciar la información de cada evento e incorporar sus antecedentes para ofrecer una visión más completa de su trayectoria.

Posteriormente, en la reunión del 7 de mayo de 2026, se informó que la convocatoria ya se encontraba abierta, sim embargo, términos de referencia y las condiciones de participación todavía no estaban publicados en los documentos visibles para los participantes. Ante esta situación, se planteó organizar la información en un el documento formal en 12 páginas y elaborar una presentación complementaria que facilitara su lectura y comprensión. Para su desarrollo se

acordó utilizar Canva como herramienta de trabajo colaborativo. Como resultado, se elaboró una presentación final de 23 páginas. Las observaciones recibidas durante estas reuniones se analizaron y se relacionaron con los ajustes realizados en el proceso, como se presenta en la Tabla 7.

Tabla 7

Observaciones y ajustes derivados de las reuniones de seguimiento de la pasantía.

FECHA	OBSERVACIÓN	DESICIÓN	AJUSTE REALIZADO
16 de abril de 2026	RECua debe presentarse como evento independiente de Divergente	Decisión acordada	Cómo se reflejó en el dossier
16 de abril de 2026	El documento estratégico debe incluir información histórica y datos actualizados	Decisión acordada	Secciones o datos incorporados
7 de mayo de 2026	Las condiciones de participación no estaban publicadas; el documento crearlo con unas doce páginas	Presentación en Canva	Presentación de 23 páginas con la identidad visual aplicada

Nota: Elaboración propia a partir de las observaciones registradas en las actas de las reuniones de seguimiento de la pasantía (véase Anexo E)

Este porceso de revisión permitió relacionar las observaciones de los tutores con decisiones concretas para mejorar la organización de la información y las piezas de comunicación del evento. Lo anterior se relaciona con lo señalado por Tsai (2021, como se citó en Izquierdo, 2022, p.7),

quien plantea que el Design Thinking favorece el pensamiento, la colaboración y la búsqueda conjunta de soluciones. En ese caso, el intercambio con los tutores permitió identificar necesidades y orientar los ajustes de los productos desarrollados.

Por otra parte, durante la revisión de las propuestas gráficas, algunos de los elementos explorados en las primeras etapas del proyecto fueron seleccionados para integrarse en la identidad visual de la VI edición de Divergente. La propuesta final se desarrolló junto con el equipo de diseñadores Divergente, retomando elementos como la paleta cromática y algunos recursos gráficos de la exploración inicial. De esta manera, el proceso de evaluación permitió reconocer cuáles de las propuestas podían aportar a la construcción de la identidad visual definitiva. La identidad final se presenta en el Resultado 1.

Este proceso de selección y aplicación se relaciona con lo planteado por Ketlun (s.f., p.100), quien explica que el desarrollo de soluciones de diseño implica probar e implementar los prototipos que surgen de diferentes ideas.

Como parte de los ajustes al dossier institucional, se recopiló información sobre la participación en la edición 2025 del Simposio Divergente. Estos datos permitieron presentar antecedentes cualitativos del evento y ofrecer un contexto sobre su trayectoria. La información resume en la Tabla 8.

Tabla 8

Datos de participación del Simposio Divergente 2025.

INDICADOR	2025
Obras postuladas	69
Creadores participantes	276

Nota: Elaboración propia (2026), a partir de los datos del dossier institucional del Simposio Divergente (véase Anexo B)

Para la edición 2026, la convocatoria de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad” recibió 108 obras postuladas, con la participación de 166 personas (V. Restrepo Serna, Comunicación personal, 2026). En comparación con la edición anterior, se observa un aumento en el número de obras postuladas, que paso de 69 en 2025 a 108 en 2026. Esta comparación permite identificar un crecimiento en las postulaciones recibidas, aunque las cifras de participantes de ambas ediciones corresponden a registros diferentes y no deben interpretarse como una comparación directa de número de personas.

Por otra parte, la facultad de Diseño publicó en su cuenta de Instagram contenidos relacionados con las obras postuladas en las diferentes categorías, acompañados del nombre de cada autor y su obra (Facultad de Diseño, 2026). Estas publicaciones se recopilaron en el Anexo H, como evidencia de la participación en cada categoría.

De acuerdo con la información suministrada por la tutora, en la adición 2026 se contó con el apoyo de 18 aliados y 8 patrocinadores. Los aliados participaron en la difusión, el fortalecimiento de la programación y en el acompañamiento de actividades, mientras que los patrocinadores realizaron donaciones y aportes en especie que contribuyeron a los reconocimientos de la muestra académica (V. Restrepo Serna, comunicación personal, 2026). La Figura 6 presenta los logotipos de las entidades que participaron como aliados y patrocinadores de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" 2026.

Figura 6

Aliados y patrocinadores de CosmogonIA: Habitando la curiosidad 2026.



Nota: Elaboración propia, se presentan logotipos de las entidades que participaron como aliados y patrocinadores del evento, contribuyendo a su difusión, desarrollo y reconocimiento académico (2026).

Según la tutora Valentina Restrepo Serna, desde su experiencia en la coordinación evento, la edición 2026 ha sido la de mayor alcance y participación del Simposio Divergente. Esta apreciación se relaciona con la articulación entre las dos instituciones, el número de aliados y patrocinadores, el aumento de talleres y ponencias y una estrategia de comunicación más amplia (V. Restrepo Serna, comunicación personal, 2026). Esta valoración corresponde a la percepción de la tutora y se presenta como tal, complementando los datos de participación recopilados durante el proyecto.

Tabla 9

Matriz de relación entre entrada, decisión y salida de la fase 5.

Entrada (Insumos consultados)	**Decisión (análisis realizado)**	**Salida (resultado o evidencia)**
Propuestas gráficas desarrolladas en las fases anteriores y elementos seleccionados durante la exploración visual.	Revisar la correspondencia de los elementos gráficos con el concepto del evento y considerar cuáles podrían integrarse en la identidad visual definitiva.	Elementos gráficos seleccionados para el desarrollo de la identidad visual final, presentada en el Resultado 1.
Acta de reuniones del 16 de abril de 2026 y observaciones de la tutora sobre la relación entre Divergente y RECua	Diferenciar la presentación de ambos eventos y organizar sus antecedentes de manera independiente.	Información de Divergente y RECua diferenciada en los documentos estratégicos (Véase Anexo E)
Acta de reunión del 16 de abril de 2026 y antecedentes disponibles de ambos eventos. (Anexos E y I)	Identificar la información histórica relevante sobre participantes, aliados, ponentes y alcance para	Información histórica incorporada al dossier institucional.

	fortalecer el contenido institucional.	
Datos de participación del Simposio Divergente 2025. (Anexo L)	Organizar los datos de la edición anterior para contextualizar la trayectoria y participación del evento.	Tabla 8. Datos de participación del Simposio Divergente 2025.
Información de la convocatoria de CosmogonIA: Habitando la curiosidad 2026 y publicaciones de las obras postuladas.	Revisar datos de postulación y recopilar evidencias de la divulgación de las obras en las categorías de la convocatoria.	Recopilación de publicaciones de Instagram (véase Anexo H)
Información suministrada por la tutora sobre aliados y patrocinadores de la edición 2026.	Organizar la información de las entidades vinculadas y reconocer sus aportes al desarrollo y difusión del evento.	Identificación de 18 aliados y 8 patrocinadores, presentada en la figura 6.

Nota: *Elaboración propia (2026), a partir de las reuniones de seguimiento, las observaciones de los tutores, los documentos institucionales y la información recopilada durante la fase de evaluación y ajuste.*

Entregables cualitativos

Los entregables presentados a los tutores tienen un enfoque cualitativo, porque su revisión no se centró en resultados numéricos, sino en aspectos como la coherencia, la calidad visual y la pertinencia frente al concepto de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”. Cada entregable se realizó para responder a la necesidad identificada en la Fase 2: contar con una identidad visual propia para la edición 2026 y con un manual que guiara su aplicación. Al respecto, Ynoub, (2020,

p.22) plantea que diseñar es una actividad orientada por fines, que implica elegir de forma deliberada determinados cursos de acción. Los cuatro entregables se resumen en la Tabla 5.

Tabla 10

Entregables desarrollados durante la pasantía.

ENTREGABLE	PROPÓSITO	SE PRESENTA EN
Identidad visual	Representar el concepto del evento	Resultado 1
Manual de identidad corporativa	Establecer los lineamientos gráficos para la aplicación de la marca	Resultado 2
Dossier institucional académico	Dar a conocer el concepto del evento a los aliados y públicos externos	Resultado 3
Presentación de condiciones de participación	Presentar las categorías y los lineamientos para participar en el evento	Resultado 4

Nota: Elaboración propia a partir de los productos y entregables desarrollados durante la pasantía en el marco del proyecto CosmogonIA: Habitando la curiosidad (2026)

Estos entregables conforman el sistema de identidad visual del evento, que es uno de los componentes del branding. Benbunan (2019, como se citó en Mayorga Escalada (2024, p.53) plantea que el branding busca “integrar y alinear todas las decisiones, acciones y elementos que dan forma a la identidad de marca”. Desde esta perspectiva, los productos desarrollados durante

la pasantía hacen parte de la construcción de la identidad visual del evento. El desarrollo de cada entregable se presenta a continuación en la sección de Resultados.

Resultados

El propósito del proyecto fue crear la identidad visual del evento académico "CosmogonIA: Habitando la curiosidad", correspondiente a la VI edición de Divergente. Los resultados obtenidos se presentan en relación con la necesidad identificada durante la fase 2: contar con una identidad visual que representara el concepto del evento y permitiera orientar la elaboración de sus diferentes piezas de comunicación.

Los resultados correspondientes a cuatro entregables: el desarrollo de la identidad visual, el manual de identidad corporativa, el dossier institucional y la presentación de las condiciones de participación. En cada uno se diferencia el trabajo desarrollado durante la pasantía de los elementos que fueron revisados, seleccionados o desarrollados en colaboración con el equipo Divergente.

Resultado 1: Desarrollo de la identidad visual.

Para la construcción de la identidad visual se llevó a cabo un proceso de exploración de colores, tipografías, composición y elementos gráficos, descrito en la fase 3 y documentado en el Anexo A, junto con el enlace de la propuesta de brandboard. Como resultado de este proceso, se desarrolló una propuesta inicial de identidad visual, presentada en la Figura 7, que posteriormente fue revisada durante el seguimiento de la pasantía.

En esta propuesta se exploraron gráficos relacionados con el concepto del evento y su intención comunicativa. Al respecto, Betancourt (2020, como se citó en Peralvo Arcos y Garzón-

Vera, 2022, p.59) plantea que la marca visual constituye una construcción estética que representa la identidad de una entidad mediante una imagen y permite sintetizar aspectos de su identidad.

A partir de la revisión de la propuesta, se tomaron algunos elementos gráficos para su incorporación en la identidad visual definitiva, entre ellos la paleta cromática y las texturas. En la paleta, el color negro y el morado se asociaron con la profundidad del espacio, el blanco con la luz y el vacío cósmico, y el verde con la energía, la tecnología y la inteligencia artificial.

Por su parte, las texturas se desarrollaron para reforzar la representación gráfica del concepto de cosmos.

Es importante precisar que la propuesta inicial se desarrolló como parte del trabajo individual realizado durante la pasantía, mientras que la identidad visual definitiva se construyó en conjunto con el equipo de diseñadores Divergente, retomando y ajustando algunos de los elementos gráficos explorados inicialmente. Por lo tanto, ambos productos corresponden a momentos diferentes del proceso: la propuesta constituye el aporte individual realizado durante la pasantía y la identidad definitiva es el resultado del trabajo colaborativo.

La Figura 7 permite observar la diferencia entre ambas versiones. Por su parte, la Figura 8 presenta la composición gráfica definitiva de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, cuyos elementos y especificaciones de uso se desarrollan en el manuela de identidad corporativa, correspondiente al Resultado 2.

Figura 7

Evolución de la identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: (a) Propuesta inicial de la identidad visual elaborada durante la pasantía. (b) Identidad visual definitiva desarrollada en colaboración con el equipo de diseñadores Divergente, a partir de la selección y ajuste de elementos gráficos de la propuesta inicial (2026).

Figura 8

Identidad visual final de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: Elaboración conjunta con el equipo Divergente (2026), se presenta la composición gráfica definitiva del evento académico.

Resultado 2: Desarrollo del manual de identidad corporativa.

Una vez definidos los elementos gráficos de la identidad visual definitiva, se elaboró el manual de identidad corporativa. Olins (1991) plantea que este tipo de manual documenta las aplicaciones de una marca para orientar a quienes deben implementar el programa de diseño. Por su parte, Hernández Mogollón (1990) lo describe como una herramienta fundamental para aplicar el sistema de identidad visual en las comunicaciones (ambos autores como se citó en Tarazona Belenguer, 2020, p .41).

Estos planteamientos se tomaron como referencia para desarrollar un manual de identidad corporativa dirigido a los diseñadores del equipo de divergente y los aliados de RECua, con el propósito de establecer criterios para la aplicación de la identidad visual en las diferentes piezas gráficas del evento.

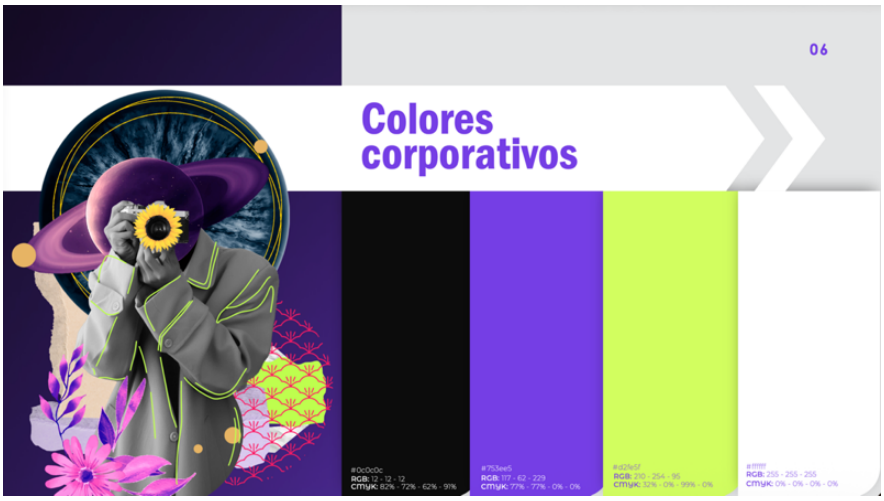
El manual incluye la contextualización de la marca, el logotipo, el área de seguridad, los colores corporativos en RGB, CMYK Y hexadecimal, la tipografía, las texturas gráficas, las versiones de color, los usos correctos e incorrectos y las aplicaciones.

Para establecer los criterios de uso se tomó como referencia a Munari (1968/2016, p.11), quien señala que, en su curso, “el principio de coherencia formal sustituía el concepto de belleza”. Este planteamiento se tuvo en cuenta para organizar los elementos gráficos y establecer pautas que permitieran mantener su coherencia en las diferentes aplicaciones.

Las Figuras 9 a 14 presentan algunas secciones del manual. El documento completo, publicado en la plataforma de Canva, está disponible en el Anexo D.

Figura 9

Logotipo y área de seguridad de la marca.



Nota: Elaboración propia (2026), a partir del manual de identidad corporativa de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Figura 10

Paleta cromática de la identidad visual.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 11

Tipografía corporativa.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 12

Versiones correctas de la marca.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 13

Versiones incorrectas de la marca.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 14

Aplicaciones de la marca.



Nota: Elaboración propia (2026).

Resultados 3: Desarrollo del Dossier Institucional

Como parte de los productos desarrollados para el evento, se elaboró el dossier institucional en colaboración con el equipo Divergente. Este documento se diseñó para presentar el evento a patrocinadores, aliados, creadores, estudiantes y docentes. Su contenido reúne información sobre el eje temático, los objetivos, los aliados, la experiencia propuesta y la programación.

Para su diseño se tuvieron en cuenta principios del diseño editorial. Martínez Rangel et al. (2025, p.2) señalan que esta disciplina cumple la función de facilitar la lectura, guiar la atención del lector y reforzar la construcción de significados. En relación con la identidad visual, el dossier incorpora los elementos gráficos establecidos para el evento, como el color, la tipografía y el logotipo. Al respecto, Carpio-Jiménez et al. (2024, p.12) indican que la coherencia visual requiere mantener una unidad entre los elementos corporativos.

Para organizar el contenido se aplicaron criterios de jerarquía visual y las retículas. Mahon (2010, como se citó en Martin y Sánchez Sánchez, 2025, p,144) plantea que la jerarquía visual se basa en los principios de orden y relevancia, que permiten establecer la secuencia en que se perciben los elementos de una composición.

El trabajo individual realizado durante la pasantía en este entregable se centró en el desarrollo de la propuesta gráfica y organización visual del contenido, en articulación con el equipo Divergente, con el que se trabajó en la construcción del documento. Las Figuras 15 a 17 presentan

la portada y algunas páginas internas del dossier. El documento completo se encuentra disponible en el Anexo B.

Figura 15

Portada del dossier institucional.



Nota: Elaboración conjunta con el equipo de Divergente (2026), el documento completo se encuentra disponible en el Anexo B.

Figura 16

Página interna del dossier institucional.



Nota: Elaboración conjunta con el equipo Divergente (2026).

Figura 17

Página interna del dossier institucional.



Nota: Elaboración conjunta con el equipo Divergente (2026).

Resultado 4: Diseño de presentación condiciones de participación del evento.

A partir de la reunión del 7 de mayo de 2026, en la Fase 5, se organizó y diseño la presentación de las condiciones de participación de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, correspondiente a la VI edición de Divergente. Este producto surgió de la necesidad de contar con un material complementario que facilitara la consulta y divulgación de las condiciones de ca convocatoria.

La presentación reúne información sobre las categorías de participación (Fotografía, ilustración, vídeo creación, documental, ficción y transmedia), las modalidades de participación, los requisitos, las formas de inscripción y la aceptación de términos y condiciones del evento. La estructura de los contenidos se resume en la Tabla 11.

Tabla 11

Estructura de la presentación de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

SECCIÓN	CONTENIDO
Portada	Identificación de la convocatoria CosmogonIA: Habitando la curiosidad.
Categorías de participación	Fotografía, ilustración, videocreación documental, ficción y transmedia.
Modalidades de participación	Molécula (estudiantes), Órbita (docentes) y Constelación (externos/productores).
Requisitos e inscripción	Requisitos generales, condiciones de las obras y proceso de inscripción mediante el formulario oficial.
Términos y condiciones	Disposiciones sobre autoría, propiedad intelectual, veracidad de la información, cumplimiento de las reglas y condiciones de la convocatoria.

Nota: Elaboración propia (2026), a partir del documento de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

En el desarrollo de la presentación se aplicaron los lineamientos de la identidad visual establecidos en el manual, junto con los criterios de diseño editorial y jerarquía visual. Martínez Rangel et al. (2025, p.2) señalan que la retícula contribuye una estructura esencial para organizar los elementos de una página. Así mismo, Martín Martín y Sánchez Sánchez (2025, p.144) destacan que el uso de espacios en blanco contribuye a jerarquizar la información y organizar los recursos gráficos, mientras que su ausencia puede generar saturación y dificultar la comprensión.

Estos criterios se tuvieron en cuenta para distribuir los títulos, las imágenes y demás elementos gráficos, procurando que la información se presentara de manera ordenada y legible, la presentación se desarrolló en Canva mediante un proceso de trabajo colaborativo. Las Figuras 18

a 21 muestran la portada, algunas páginas internas y un ejemplo de retícula y jerarquía visual aplicada. El documento completo se encuentra disponible en el Anexo C.

Figura 18

Portada de la presentación de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: Elaboración conjunta con el equipo de Divergente (2026), a partir de la presentación de condiciones de participación.

Figura 19

Contenido de las condiciones de participación.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 20

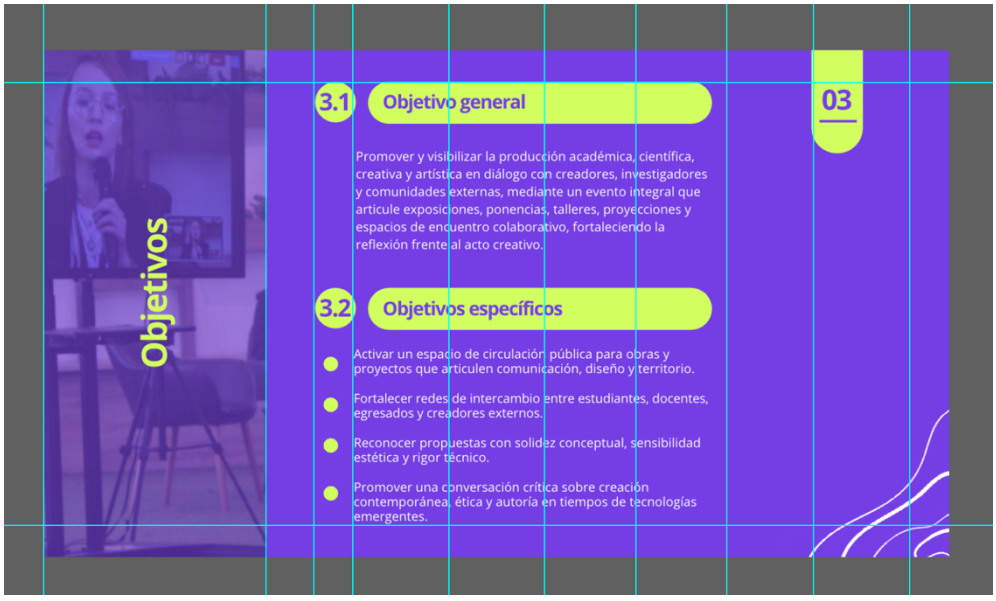
Cronograma de las condiciones de participación.



Nota: Elaboración propia (2026).

Figura 21

Retícula y jerarquía visual de la presentación de condiciones de participación.



Nota: Elaboración propia (2026).

Como resultado, se obtuvo una presentación que organiza y comunica las condiciones de participación de la convocatoria mediante la aplicación de los elementos gráficos definidos para el evento. Este producto, junto con el manual de identidad corporativa y el dossier institucional, constituye uno de los materiales desarrollados durante la pasantía para apoyar la comunicación de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad".

Síntesis de resultados

Los cuatro entregables permitieron desarrollar y aplicar los elementos de identidad visual de "CosmogonIA: Habitando la curiosidad" en diferentes productos de comunicación. La propuesta inicial elaborada durante la pasantía aportó elementos gráficos que fueron revisados y retomados en la construcción colaborativa de la identidad visual definitiva con el equipo Divergente. Posteriormente, estos lineamientos se organizaron en el manual de identidad corporativa y se aplicaron en el dossier institucional y en la presentación de condiciones de participación.

De esta manera, los resultados evidencian los productos gráficos y documentos desarrollados durante la pasantía, así como la articulación entre el trabajo individual realizado y los procesos llevados a cabo en colaboración con el equipo Divergente. No se realizó una medición específica de percepción, reconocimiento o posicionamiento de la identidad visual, por lo tanto, los resultados presentados se limitan a los entregables desarrollados y a la aplicación de los lineamientos gráficos en las piezas elaboradas.

Conclusiones

El desarrollo de la identidad visual de “CosmogonIA: Habitando la curiosidad”, permitió reconocer que el diseño gráfico es un medio para comunicar conceptos y darles una representación visual, más allá de la creación de elementos gráficos. En este proyecto, la comprensión del concepto del evento fue el punto de partida para orientar las decisiones diseño y dar coherencia a la propuesta visual.

En respuesta a la necesidad identificada en la fase de definición, el proyecto cumplió el objetivo general mediante el desarrollo de la identidad visual de la VI edición del Simposio Divergente de la Corporación universitaria Remington. Este resultado se construyó a partir de una propuesta inicial desarrollada individuamente durante la pasantía y de un proceso de revisión y trabajo conjunto con el equipo de diseño Divergente. La identidad final se formalizó en el manual de identidad corporativa y se aplicó en las piezas gráficas elaboradas para apoyar la comunicación del evento.

En cuanto a los objeticos específicos, el análisis del concepto “CosmogonIA: Habitando la curiosidad” permitió identificar elementos relacionados con el territorio, la curiosidad y la inteligencia artificial, que orientaron la exploración gráfica. A partir de este proceso se desarrolló un sistema visual cuyos lineamientos se organizaron en el manual de identidad corporativa, con el propósito de orientar su aplicación en los canales de comunicación utilizados por el equipo Divergente y su aliado RECua. Asimismo, se elaboraron piezas digitales como el dossier institucional, que reúne información sobre los objetivos, la programación y el alcance del evento para participantes, aliados y comunidad académica, y el documento de condiciones de

participación, que representara los lineamientos, criterios y requisitos para quienes estuvieran interesados en postularse. Estos productos fueron presentados a los tutores de la pasantía para su revisión. Sus observaciones permitieron realizar ajustes y tomar decisiones relacionadas con la organización y presentación de los contenidos.

Como plantea Betancourt (2020, como se citó en Peralvo Arcos y Garzón Vera, 2022, p.206) “la marca visual es una construcción estética que narra lo que es como entidad diferenciada en una imagen, reduciendo parámetros complejos de identidad a necesidades puntuales de reconocimiento”. En relación con esta idea, Tarazona Belenguer et al. (2020) señalan que los manuales de identidad visual contribuyen a mantener la coherencia de la marca y unificar sus aplicaciones, además de transmitir unidad e identificación. Estos planteamientos respaldan la importancia del manual desarrollado para “CosmogonIA: Habitando la curiosidad” ya que permitió reunir y organizar los criterios gráficos del evento para orientar su aplicación en las diferentes piezas de comunicación.

El desarrollo metodológico, la articulación con las fases de Design Thinking empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, asimismo con los aportes del método proyectual de Munari permitió organizar el proceso de diseño desde la comprensión del contexto hasta la revisión de las propuestas. Esta experiencia también permitió aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en un escenario del ámbito profesional y fortalecer habilidades relacionadas con el diseño, la investigación. La argumentación y el trabajo en equipo.

Finalmente, la pasantía permitió comprender que una identidad visual estructurada aporta criterios para mantener la coherencia gráfica y orientar la comunicación de un evento académico. Sin embargo, la revisión de los entregables se realizó desde un enfoque cualitativo y no se aplicaron instrumentos para medir el reconocimiento de la identidad visual por parte del público. Por esta razón, este aspecto queda como una posibilidad de evaluación para futuras ediciones del evento académico.

Referencias

Barroso, C.L., Viniegra, L. M., &Garcia, F.G. (2022). La proyección de la marca a partir del diseño del logo: De la representación visual a la imagen concepto corporativo, Kepes, 19(26), 275 – 316. https://doi.org/10.17151/kepes.2022.19.26.9

Carpio-Jiménez.L., Suing,A., & Ordoñez, k. (2024). El diseño visual en la comunicación de las marcas en Instagram. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual, 16(8), 1-14. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5317

Córdova Torres, C. F., Marcillo Alcivar, M.D., & Paredes Amaguaya, A. I. (2022). Desarrollo de branding como experiencia de aula: Estudio de caso marca Popula Visual. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(2), 2976 – 2989. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2067

Corporación Universitaria Remington, Dirección de Investigación, & Dirección Pedagógica. (2011). Diplomado en metodología general de la investigación: Módulo I, introducción a la Investigación.

Escalada, S. M. (2024). Uso de la identidad visual corporativa en la comunicación de marca de las universidades privadas españolas a través de sus perfiles de Instagram. *Questiones publicitarias*, *7*(34), 51-65. https://doi.org/10.5565/rev/qp.396

Ketlun, M. del M.(2020). Fases y redes en la metodología del Design Thinking. Cuadernos del centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (78),91-102. https://doi,org/10.18682/cdc.vi78.3663

Holguín Martínez, K., Peñafiel Guiracocha, V., & Galarza Lucio, J. (2024). *Comunicación visual digital y percepción de la identidad corporativa en instituciones de educación superior*. Scripta Mundi, *3*(1), 67-88. https://doi.org/10.53591/scmu.v3i1.117

Izquierdo, M. I., Calero, C. G., & Lázaro, D. G. (2022). DESIGN THINKING, UNA METODOLOGÍA PARA FOMENTAR EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO. *Revista Ingeniería Industrial*, *21*. https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.01

Macias Reyes, K. N., & Tomalá Gonzabay, V. A. T. (2023). Inteligencia Artificial en el diseño gráfico. Percepción de los estudiantes de una institución universitaria pública. *Scripta Mundi*, *2*(2), 9-25. https://doi.org/10.53591/scmu.v2i2.35

Mahecha Lagos, N., & Boada Ortiz, A. (2020). Modelo metodológico de diseño de sistemas producto-servicio (M.M.SPS) en el contexto empresarial colombiano: Una investigación desde el diseño. *Kepes*, *17*(21), 459-492. https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.21.16

Martín, I., & Sánchez, M. (2025). Influencia de la composición visual en el diseño gráfico de cartelería: Análisis de la preferencia. *Street Art & Urban Creativity*, *11*. https://doi.org/10.62161/sauc.v11.6050

Munari, B. (with Serra i Cantarell, F.). (2016). *DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL: CONTRIBUCIÓN A UNA METODOLOGÍA DIDÁCTICA* (1st ed).

Peralvo Arcos, J. F., & Garzón-Vera, B. (2022). Identidad visual en proyectos culturales. En B. Garzón- Vera, Á. Torres-Toukoumidis y L. Falceri (Coords.), Gestión Cultural: retos y experiencias dede la academia (pp.211-240). Editorial Universitaria Abya-Yala. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22472

Martínez Rangel, J., Ferez Gutiérrez, G., Vega, J., S. (2025). *El diseño editorial como herramienta de comunicación*.ResearchGate. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10601.56160

Román Hidalgo, E. Z., Lima Rosero, P. E., Chango Muñoz, B. R., & Suarez Velasquez, A. J. (2025). El poder de la innovación educativa: Design Thinking en la enseñanza del lenguaje como una estrategia revolucionaria para impulsar la creatividad, la innovación y el desarrollo del pensamiento crítico en el ámbito universitario. *Reincisol.*, *4*(7), 662-684. https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(7)662-684

Shinin, F. J. P., Cárdenas, A. N. V., Pinos, A. S. M., & Tapia, C. P. E. (2026). Uso de la inteligencia artificial en piezas gráficas comunicacionales en la UNACH. *AlfaPublicaciones*, *8*(1), 39-67. https://doi.org/10.33262/ap.v8i1.670

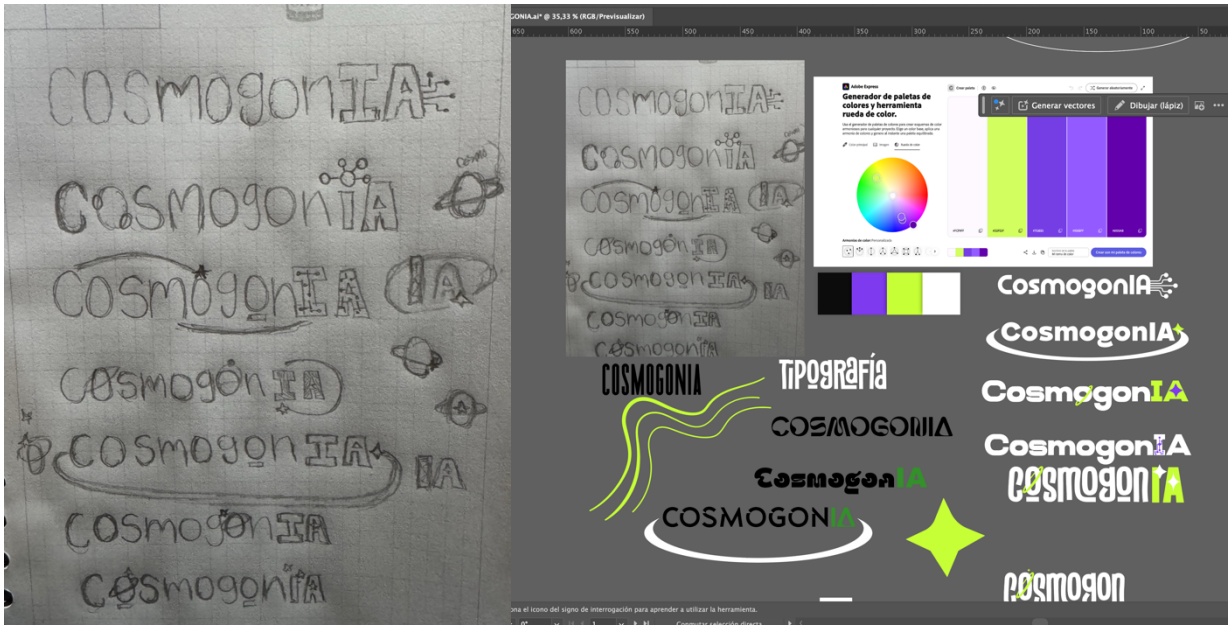
Tarazona Belenguer, N., Ampuero Canellas, O., González- del Rio Cogorno, J., & Jordá Albiñana, B. (2020). Percepciones de los diseñadores acerca de los manuales de identidad visual corporativa y su utilización en las ONGs. *I+Diseño. Revista Científico-Académica Internacional de Innovación, Investigación y Desarrollo en Diseño*, *15*, 41-56. https://doi.org/10.24310/Idiseno.2020.v15i0.8416

Ynoub, R. (2020). Epistemología y metodología en y de la investigación en Diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (82). https://doi.org/10.18682/cdc.vi82.3711

Anexos

Anexo A

Proceso de bocetación e identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: La propuesta de brandboard puede consultarse en el siguiente enlace: Enlace propuesta brandboard.

Anexo B

Dossier institucional de CosmogonIA

Nota: El dossier institucional reúne información general del evento académico CosmogonIA: Habitando la curiosidad, su temática, propósito, ejes de participación y otros aspectos que permiten

contextualizar a los participantes, aliados y comunidad académica sobre el evento. Consultar el enlace del Dossier: Enlace de Dossier Institucional.

Anexo C

Presentación de las condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Nota: Se presenta la pieza digital que comunica las categorías, los requisitos, las modalidades y las fechas establecidas para la convocatoria CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Puede consultar el siguiente enlace: Enlace de presentación: Condiciones de participación.

Anexo D

Manual de identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Nota: Este contenido reúne los lineamientos gráficos para el uso adecuado de la identidad visual, incluyendo la construcción de la marca, la paleta cromática, la tipografía corporativa y sus aplicaciones, puede consultarse en el siguiente enlace: *Manual de identidad corportativa*

Anexo E

Actas de reuniones y seguimiento del proceso de pasantía.

Nota: Se recopilan las actas de las reuniones realizadas durante el desarrollo de la pasantía, en las cuales se registraron las orientaciones, los acuerdos, compromisos y actividades relacionadas con el desarrollo de la identidad visual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad, consultar el siguiente enlace: Actas de reuniones pasantía

Anexo F

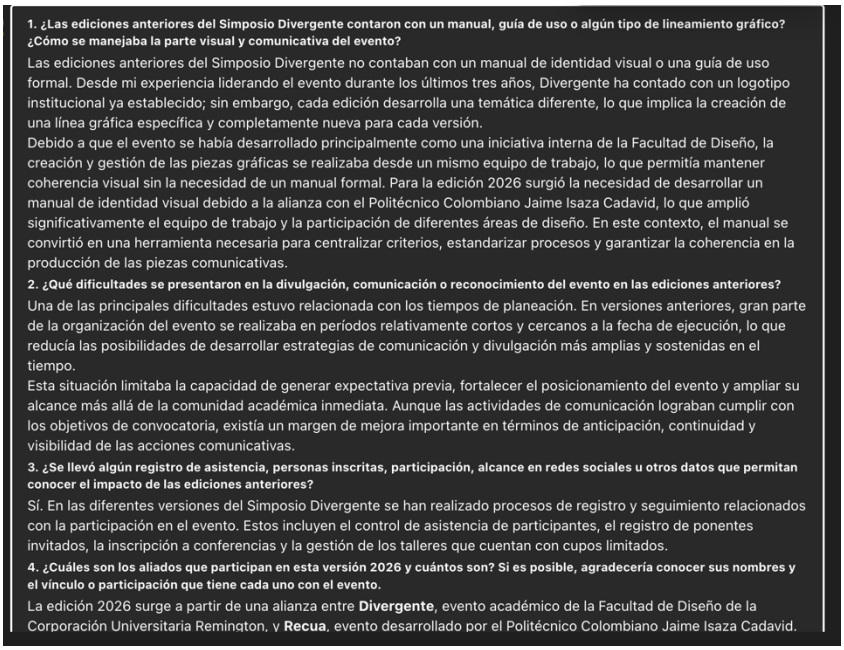
Matriz de sistematización de datos de artículos.

	Fecha búsqueda	Fecha publicación	Base de datos	Revista / Editorial	Tipo de Artículo / Tipo de Document	Título	Autores	Idioma	Términos de búsqueda	Cantidad autores	Cantidad entidades	Cantidad referencias	País 1	País 2	País 3	País 4	Estructura	Pertinencia	Vigencia	Rigor relevancial	Validez metodológica	Coherencia	Resultados precisos	Resultados útiles	Valoración ponderada
	29/02/2026	14/12/20	DialNet *	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Percepciones de los diseñadores acerca de los manuales de identidad visual corporativa y su utilización en las ONGs	Tarazona Belenguer, Natalia; Ampuero Canellas, Oscar; González-del Río Cogorno, José; Jordá Albiñana, Bernabé.	Español	Branding	4	1	29	59. España				5	5	5	4	4	5	4	4	4,5
	29/06/20	13/12/24	DialNet *	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual corporativa	Suárez-Carballo, Fernando; Martín-Sanromán, Juan-Ramón; Galindo-Rubio, Fernando	Español	Branding	3	1	57	59. España				5	5	4	5	4	4	4	4	4,4
	12/04/26	2022	ResearchGate*	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Identidad visual en proyectos culturales	Peralvo Arcos, Juan Fernando; Garzón-Vera, Blas	Español	Branding	3	1	39	52. Ecuador				4	5	5	4	4	4	4	4	4,3
	13/02/26	2021	Corporación Universitaria Remington*	Editorial Institucional	Libro	Diplomado en Metodología General de la Investigación. Módulo I: Introducción a la Investigación	Meza Granda, Martha Nelly	Español	Branding	1	1	23	42. Colombia				5	5	4	5	5	3	5	5	4,6
	12/02/26	23/07/24	Google Académico*	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Desarrollo de branding como experiencia de aula: estudio de caso marca Popula Visual	Córdova Torres, Cristian Fernando; Marcillo Alcívar, María Daniela; Paredes Amaguaya, Alexis Isaac	Español	Branding	3	2	20	59. España				5	4	4	5	4	4	4	4	4,3
	11/02/26	30/12/25	DialNet *	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	La construcción del discurso gráfico en la industria editorial: estrategias de diseño y gestión del catálogo	Romero Ruiz, Jaime	Español	Diseño Editorial	1	1	35	59. España				4	4	4	3	4	4	3	4	3,8
	11/02/26	13/12/25	Google Académico*	Comunicar	Artículo de revisión	El diseño editorial como herramienta de comunicación	Martínez Rangel, Juan Sebastián; Forez Gutiérrez, Gisell Yusseth; Vega, Juan Sebastián	Español	Diseño Editorial	3	1	15	59. España				4	3	3	3	3	4	4	4	3,5
	11/02/26	16/07/05	DialNet	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Uso de la identidad visual corporativa en la comunicación de marca de las universidades privadas españolas a través de sus perfiles de Instagram	Mayorga Escalada, Santiago	Español	Diseño Visual	2	1	65	59. España				4	4	4	5	4	4	5	5	4,4
	11/02/26	2020/06	Scielo	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	La proyección de la marca a partir del diseño del logo: de la representación visual a la imagen-concepto corporativo	Llorente-Barroso, Carmen; Mañas-Viniegra, Luis; García García, Francisco	Español	Diseño Visual	3	2	55	59. España				4	4	4	4	4	5	4	4	4,1
0	11/02/26	17/07/05	Google Académico*	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Influencia de la composición visual en el diseño gráfico de cartelería: Análisis de la preferencia	Martín Martín, Irene; Sánchez Sánchez, María	Español	Diseño Visual	2	1	54	59. España				4	4	4	4	4	4	4	4	4,0
1	10/02/26	28/12/24	Google Académico*	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	El diseño visual en la comunicación de las marcas en Instagram	Carpio-Jiménez, Lilia; Suing, Abel; Ordóñez, Kruzkaya	Español	Diseño Visual	3	1	41	52. Ecuador				5	4	4	4	4	4	5	4	4,3
2	10/02/26	03/07/24	DialNet *	Convicciones	Artículo de revisión	El diseño gráfico de artículos científicos: análisis de la preferencia en estudiantes universitarios	Martín-Sanromán, Juan-Ramón; Galindo-Rubio, Fernando; Suárez-Carballo, Fernando	Español	Diseño Visual	3	1	35	42. Colombia				5	4	4	4	4	5	5	4	4,4
3	11/02/26	6/30/2024	Google Académico*	Revista de Comunicación	Artículo de investigación	Comunicación visual digital y percepción de la identidad corporativa en instituciones de educación superior	Holguín Martínez, Katherine; Peñafiel Guiracocha, Viviana;	Español	Diseño Visual	3	1	19	52. Ecuador				5	4	4	3	4	3	4	4	3,9

Nota: Se presenta la matriz elaborada en Excel para organizar y sistematizar la información de los artículos consultados durante el proceso de revisión documental. Este instrumento permite registrar y clasificar los datos relevantes de las fuentes seleccionadas, consultar el siguiente enlace Sistematización de datos de artículos, enlace de OneDrive

Anexo G

Cuestionario de preguntas y respuestas dirigido a la tutora Valentina Restrepo Serna.



1. ¿Las ediciones anteriores del Simposio Divergente contaron con un manual, guía de uso o algún tipo de lineamiento gráfico? ¿Cómo se manejaba la parte visual y comunicativa del evento?

Las ediciones anteriores del Simposio Divergente no contaban con un manual de identidad visual o una guía de uso formal. Desde mi experiencia liderando el evento durante los últimos tres años, Divergente ha contado con un logotipo institucional ya establecido; sin embargo, cada edición desarrolla una temática diferente, lo que implica la creación de una línea gráfica específica y completamente nueva para cada versión.

Debido a que el evento se había desarrollado principalmente como una iniciativa interna de la Facultad de Diseño, la creación y gestión de las piezas gráficas se realizaba desde un mismo equipo de trabajo, lo que permitía mantener coherencia visual sin la necesidad de un manual formal. Para la edición 2026 surgió la necesidad de desarrollar un manual de identidad visual debido a la alianza con el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, lo que amplió significativamente el equipo de trabajo y la participación de diferentes áreas de diseño. En este contexto, el manual se convirtió en una herramienta necesaria para centralizar criterios, estandarizar procesos y garantizar la coherencia en la producción de las piezas comunicativas.

2. ¿Qué dificultades se presentaron en la divulgación, comunicación o reconocimiento del evento en las ediciones anteriores?

Una de las principales dificultades estuvo relacionada con los tiempos de planeación. En versiones anteriores, gran parte de la organización del evento se realizaba en períodos relativamente cortos y cercanos a la fecha de ejecución, lo que reducía las posibilidades de desarrollar estrategias de comunicación y divulgación más amplias y sostenidas en el tiempo.

Esta situación limitaba la capacidad de generar expectativa previa, fortalecer el posicionamiento del evento y ampliar su alcance más allá de la comunidad académica inmediata. Aunque las actividades de comunicación lograban cumplir con los objetivos de convocatoria, existía un margen de mejora importante en términos de anticipación, continuidad y visibilidad de las acciones comunicativas.

3. ¿Se llevó algún registro de asistencia, personas inscritas, participación, alcance en redes sociales u otros datos que permitan conocer el impacto de las ediciones anteriores?

Sí. En las diferentes versiones del Simposio Divergente se han realizado procesos de registro y seguimiento relacionados con la participación en el evento. Estos incluyen el control de asistencia de participantes, el registro de ponentes invitados, la inscripción a conferencias y la gestión de los talleres que cuentan con cupos limitados.

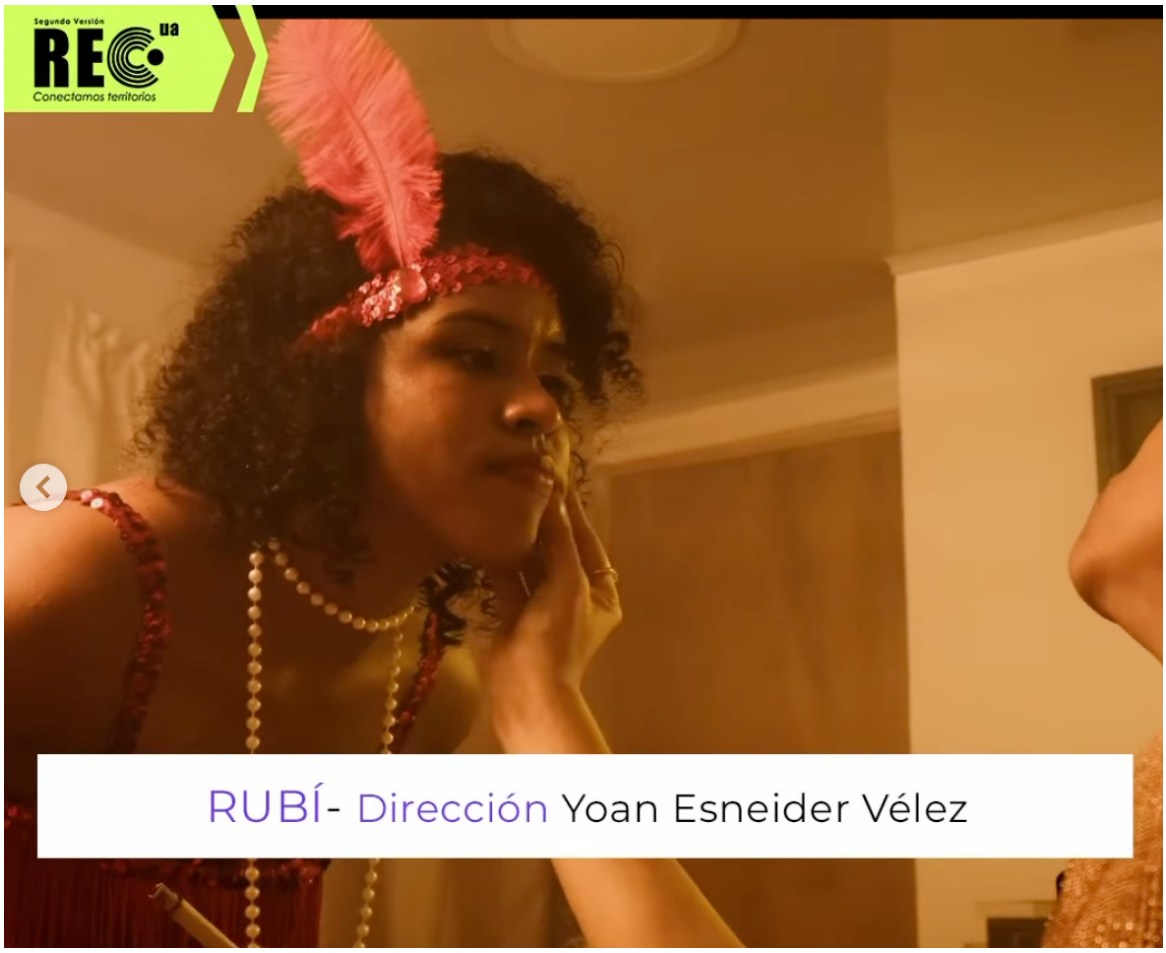
4. ¿Cuáles son los aliados que participan en esta versión 2026 y cuántos son? Si es posible, agradecería conocer sus nombres y el vínculo o participación que tiene cada uno con el evento.

La edición 2026 surge a partir de una alianza entre **Divergente**, evento académico de la Facultad de Diseño de la Corporación Universitaria Remington, y **Recua**, evento desarrollado por el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

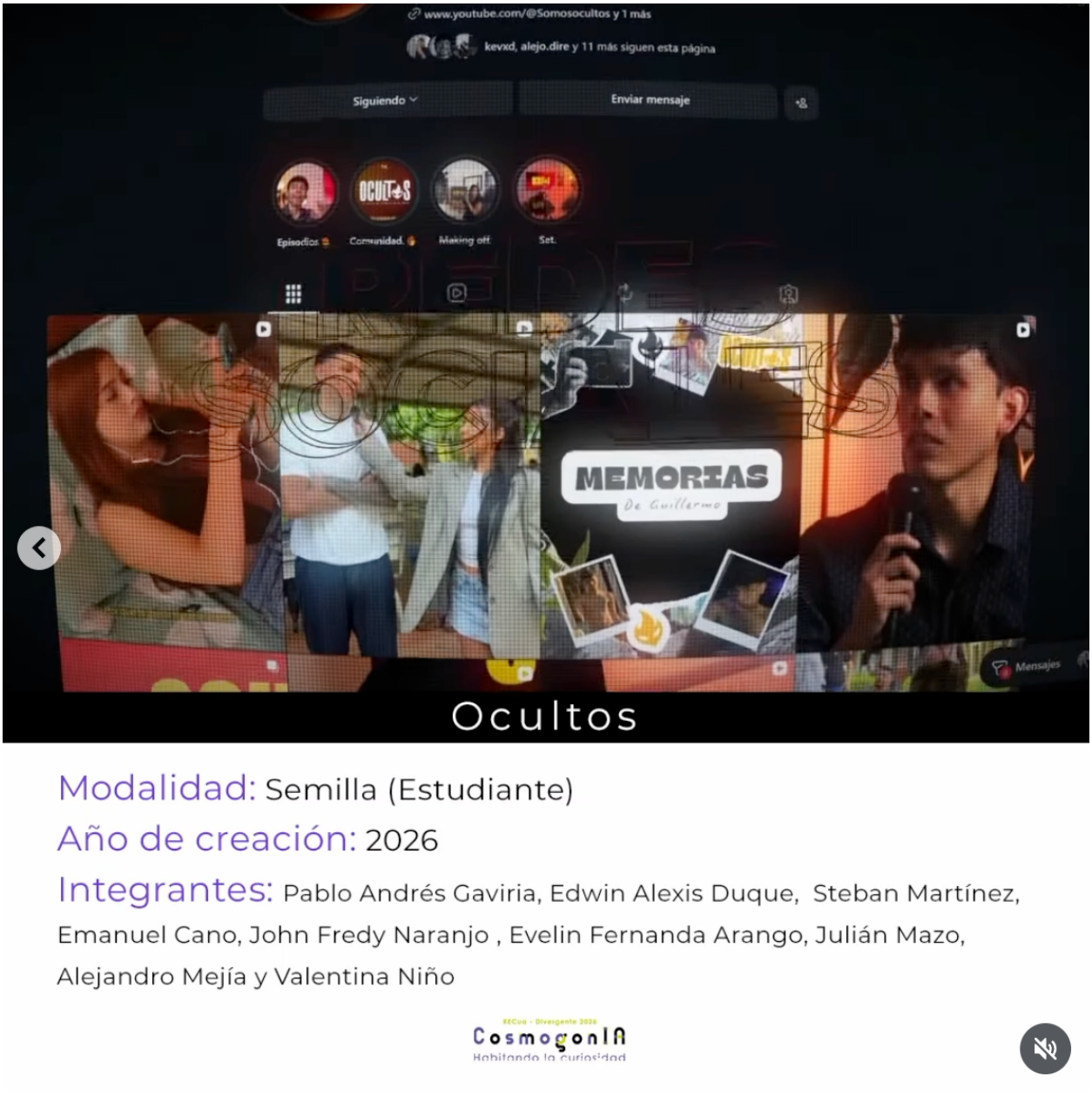
Nota: Se presenta cuestionario realizado a la profesora Valentina Restrepo Serna, tutora del proceso, con las preguntas formuladas y sus respectivas respuestas, relacionadas con el desarrollo del evento académico CosmogonIA: Habitando la curiosidad. Como complemento, se incluye la captura de pantalla de las respuestas proporcionadas por la tutora, octubre (2026), las respuestas completas pueden verse en el siguiente enlace: PDF preguntas y respuestas del cuestionario a la tutora Valentina Restrepo Serna.

Anexo H

Publicaciones de obras postuladas en las categorías de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.



Nota: Publicación realizada por la cuenta oficial de Instagram de la Facultad de Diseño de Uniremington y RECua Divergente 2026, correspondiente al carrusel de presentación de las producciones nominadas en la categoría Ficción. Consulte en siguiente enlace de la publicación a los nominados: Categoría - Ficción

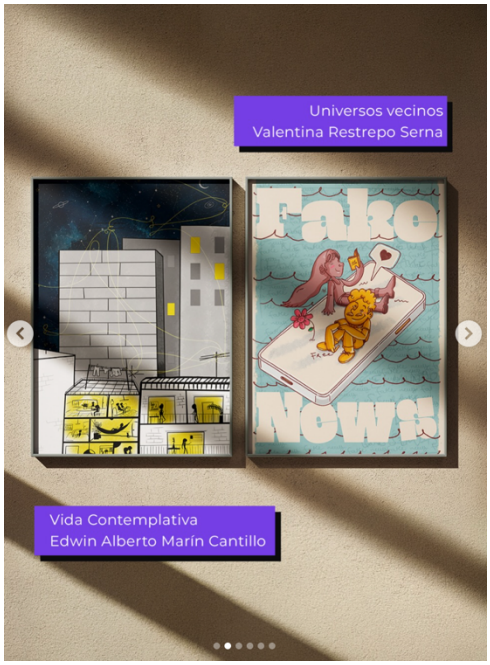


Nota: Publicación realizada por la cuenta oficial de Instagram de la Facultad de Diseño de Uniremington y RECua Divergente 2026, correspondiente al carrusel de presentación de los

proyectos nominados en la categoría Transmedia, consultar la publicación en el siguiente enlace:Categoría - Transmedia



Nota: Imagen publicada en Instagram para presentar las obras nominadas en la categoría de Videocreación, consulte el siguiente enlace: Categoría - Videocreación



Nota: Carrusel publicado en Instagram en el que se presentan las obras nominadas en la categoría Ilustración, destacando la creatividad, técnicas y detalles de las obras nominadas en la categoría Ilustración, consulta el siguiente enlace: [Categoría - Ilustración]



Nota: Carrusel publicado en Instagram en el que se presentan las obras nominadas en la categoría Fotografía, consulta el siguiente enlace: Categoría - Fotografía



Nota: Publicación realizada en Instagram para presentar las obras nominadas en la categoría Documental, consulta el siguiente enlace: Categoría - Documental

Anexo I

Histórico de las versiones anteriores del Simposio Divergente.

Nota: Recurso digital de consulta que reúne información sobre las versiones anteriores del Simposio Divergente. Se utilizó como referente para reconocer los antecedentes y la trayectoria, consultar el siguiente enlace: Histórico Simposio Divergente

Anexo J

Documento conceptual de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Nota: Documento suministrado como insumo para el desarrollo del proyecto, en el que se presentan los fundamentos conceptuales y las orientaciones temáticas del evento CosmogonIA: Habitando la curiosidad 2026. Su revisión permitió comprender el concepto y establecer referentes para el desarrollo de la identidad visual. Consultar el siguiente enlace: Documento Conceptual

Anexo K

Documento de condiciones de participación de CosmogonIA: Habitando la curiosidad.

Nota: Documento institucional que establece los requisitos, las categorías, las condiciones y lineamientos para la participación en la convocatoria. Fue consultado como insumo para reconocer los aspectos académicos y organizativos del evento. Consulte el siguiente enlace: Documento conceptual condiciones de participación.

Anexo L

Documento información Dossier Institucional

Nota: Diseño y diagramación de las páginas internas del dossier institucional de CosmogonIA: Habitando la curiosidad 2026. Elaboración en colaboración con el equipo Divergente 2026. Consulte el siguiente enlace: Documento