

**Rediseño de la identidad visual institucional del Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) de Santa Rosa de Osos**

Autor:  
Ronald Eusebio Marín Vahos

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de Diseño Gráfico.  
Tutor: Valentina Restrepo Serna  
2026

El trabajo de grado “Pasantía: Centro de Protección Social al Adulto Mayor Santa Rosa de Osos – CPSAM” es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

## **AUTOR**

**Ronald Eusebio Marin Vahos**

[ronald.marin.9803@miremington.edu.co](mailto:ronald.marin.9803@miremington.edu.co)

<https://bit.ly/CVLACRonald>

**Nota: el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.**

## **TUTORÍA**

**Valentina Restrepo Serna**

[valentina.restrepo@uniremington.edu.co](mailto:valentina.restrepo@uniremington.edu.co)

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

7

## **Agradecimientos**

Al Centro de Protección Social al Adulto Mayor Santa Rosa de Osos (CPSAM), por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de vivir una experiencia académica y humana profundamente enriquecedora, orientada al bienestar y la dignidad de las personas adultas mayores.

A mi familia, por su apoyo incondicional, su paciencia y la confianza depositada en mí, que fueron el impulso constante para culminar este proceso.

A los docentes y compañeros de la universidad, por su orientación, acompañamiento y valiosos aportes durante cada etapa de esta pasantía.

Y, de manera especial, a los residentes y al personal del CPSAM, en particular a Johana Cardona Taborda, cuya calidez humana, compromiso y vocación de servicio se convirtieron en una fuente permanente de inspiración para la realización de este proyecto.

## Contenido

Agradecimientos .....	3
Resumen .....	5
Abstract .....	7
Problemática abordada en la práctica o pasantía .....	9
Reflexión del problema .....	10
Pregunta problema .....	11
Justificación .....	11
Objetivos .....	12
Objetivo General .....	12
Objetivos específicos .....	12
Metodología .....	13
Enfoque y diseño de la investigación .....	13
Diseño metodológico por fases .....	14
Fase 1. Diagnóstico interpretativo de la identidad institucional .....	14
Fase 2. Síntesis conceptual y desarrollo proyectual .....	15
Fase 3. Validación y ajuste contextual .....	17
3.1 Socialización de la propuesta .....	18
3.2 Prueba de funcionamiento en entorno digital .....	18
3.3 Análisis integrado y criterios de ajuste .....	19
3.4 Consolidación del informe de pertinencia .....	19
Herramientas empleadas en el proceso .....	20
Consideraciones éticas .....	21
Línea de investigación .....	22
Alcance .....	23
Tipo de pasantía .....	25
Grupos de Interés .....	25
Cronograma .....	27
Resultados .....	28
Fase 1: Diagnóstico institucional y visual .....	28
Fase 2. Conceptualización y diseño de la identidad visual .....	44
Fase 3: Aplicación, validación y ajuste contextual del sistema visual .....	59
Conclusiones .....	76
Fortalezas .....	77
Logros .....	78
Oportunidades .....	79
Retos (Dificultades) .....	80
Referencias .....	83
Anexos .....	86

## Resumen

El presente proyecto de pasantía, desarrollado en el Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) del municipio de Santa Rosa de Osos (Antioquia), se enmarca en la línea de investigación de Comunicación Visual y Diseño Gráfico con proyección social. Su propósito fue diseñar y desarrollar una nueva identidad visual institucional que refleje los valores espirituales, sociales y patrimoniales del centro, con el propósito de aportar al fortalecimiento de su comunicación corporativa y su visibilidad institucional dentro de la comunidad.

La metodología adoptó un enfoque cualitativo con alcance descriptivo y orientación proyectual, fundamentado en referentes teóricos como Creswell (2014), Frascara (2004) y Pinedo (2020), orientado a la observación, el diagnóstico visual y el diseño participativo con la dirección y junta del CPSAM. El proceso comprendió el análisis de la identidad institucional existente, la elaboración de una propuesta gráfica basada en la fachada emblemática del asilo y la validación del rediseño mediante piezas digitales y mockups aplicados a diferentes soportes.

Entre los principales resultados se destaca la consolidación de una imagen coherente con la historia y proyección institucional, la creación de un manual de identidad visual, la producción de piezas comunicativas (pendones, papelería, publicaciones y material promocional), así como la implementación de estrategias digitales iniciales orientadas a fortalecer la visibilidad institucional. Pese a las limitaciones presupuestales y a la resistencia inicial al cambio, el proyecto logró generar aceptación progresiva dentro de la comunidad y sentar las bases para la futura implementación integral de la identidad visual.

El trabajo evidenció la importancia del diseño gráfico como herramienta estratégica para la comunicación social y la humanización de las instituciones dedicadas al cuidado del adulto mayor. Asimismo, reafirmó el valor del diseño participativo y contextual, capaz de adaptarse a realidades locales sin perder calidad estética ni sentido simbólico. En conclusión, el proyecto contribuyó al fortalecimiento institucional del CPSAM, aportando a su reconocimiento institucional y a la coherencia de su comunicación visual como referente de atención digna y humanizada para las personas mayores.

**Palabras clave:** identidad visual, diseño gráfico social, adulto mayor, comunicación institucional.

## **Abstract**

This internship project, carried out at the Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) in Santa Rosa de Osos, Antioquia, is framed within the research line of Visual Communication and Graphic Design with a social projection approach. Its purpose was to design and develop a new institutional visual identity that reflects the center's spiritual, social, and heritage values, strengthening its corporate communication and contributing to its institutional visibility.

The methodology adopted a qualitative, descriptive–project-based approach, supported by theoretical references such as Creswell (2014), Frascara (2004), and Pinedo (2020). The process involved observing and diagnosing the existing institutional identity, designing a new graphic proposal based on the emblematic façade of the home, and validating the redesign through digital pieces and mockups applied to various formats.

Among the main results, the project achieved a coherent image aligned with the center's history and values, the development of a visual identity manual, and the production of communication pieces (banners, stationery, publications, and promotional materials). It also introduced initial digital strategies to strengthen the institution's visibility. Despite budget constraints and initial resistance to change, the project achieved gradual acceptance within the organization and laid the groundwork for the future implementation of the complete visual identity system.

This work highlights the relevance of graphic design as a strategic tool for social communication and the humanization of institutions dedicated to elderly care. Likewise, it emphasizes the value of participatory and context-sensitive design, capable of adapting to local realities without losing aesthetic quality or symbolic meaning. In conclusion, the project contributed to strengthening the CPSAM's institutional identity, promoting recognition, community engagement, and positioning it as an institution oriented toward dignified and humanized care for older adults.

**Keywords:** visual identity, social graphic design, older adults, institutional communication.

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

Durante la práctica profesional desarrollada en el Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) del municipio de Santa Rosa de Osos, se identificó una problemática relacionada con la ausencia de una identidad visual sólida, representativa y coherente con los valores y la misión institucional. La imagen utilizada por el Centro provenía de plantillas genéricas obtenidas de internet, sin una estructura conceptual ni gráfica que comunicara su propósito social ni su carácter espiritual. Esta situación afectaba la proyección institucional, el sentido de pertenencia y la conexión emocional con la comunidad, reduciendo las posibilidades de generar recordación, confianza y reconocimiento.

Diversos autores han señalado que la identidad visual constituye un elemento fundamental para la consolidación de la imagen institucional y la comunicación estratégica. Según Costa (2014, p. 18), la identidad visual actúa como el rostro simbólico de una organización, permitiendo que sus valores se hagan visibles y reconocibles ante el público. En la misma línea, investigaciones como la de Muñoz y Rodríguez (2019, pp. 52–53) —centrada en el diseño de una estrategia de comunicación visual participativa para una asociación social— demuestran que una identidad visual coherente y participativa fortalece la relación entre las instituciones y sus comunidades, incrementando la apropiación y la confianza.

En el contexto colombiano, estudios recientes sobre diseño gráfico aplicado a organizaciones sociales destacan la relevancia del diseño como herramienta para el fortalecimiento institucional. El trabajo de Montes Vozmediano, Vizcaíno Laorga y Gallego Gómez (2024, pp. 85–86) sobre logotipos en entidades sin ánimo de lucro evidencia que los elementos visuales influyen

en la construcción de significado, la identificación y la visibilidad de las organizaciones dentro de su contexto social. De manera complementaria, investigaciones sobre imagen y reputación institucional en el ámbito universitario colombiano señalan que una gestión comunicacional basada en la coherencia, la consistencia del discurso y la autenticidad contribuye al fortalecimiento de la percepción positiva de las instituciones ante sus públicos (Patiño Contreras, Agudelo Manco y colaboradores, 2024).

### **Delimitación del problema**

El proyecto se desarrolla en el municipio de Santa Rosa de Osos (Antioquia), durante el periodo comprendido entre julio y noviembre de 2025, en el marco de la práctica profesional en diseño gráfico. Se centra en el análisis, rediseño y propuesta de la identidad visual del CPSAM, incorporando elementos que resalten su valor patrimonial, arquitectónico y humano, y que fortalezcan la comunicación visual interna y externa.

### **Reflexión del problema**

¿Desde dónde partimos? Desde una institución con una imagen visual débil y genérica, que no comunica adecuadamente su misión ni su esencia.

¿Hacia dónde queremos llegar? A una identidad visual sólida, humana y representativa, que proyecte los valores del CPSAM y fortalezca su posicionamiento.

¿Cuáles podrían ser las limitaciones? Escasez de recursos, resistencia al cambio o dificultades para la implementación progresiva de la nueva imagen.

¿En qué lugar y tiempo se aplica? En el CPSAM Santa Rosa de Osos, durante la práctica profesional de 2025.

### **Pregunta problema**

¿Cómo puede el diseño gráfico contribuir a la construcción de una identidad visual institucional coherente, representativa y significativa para el Centro de Protección Social al Adulto Mayor de Santa Rosa de Osos (CPSAM), que refleje sus valores, fortalezca su proyección social y mejore la comunicación con la comunidad?

### **Justificación**

Esta investigación busca diseñar y proponer una identidad visual renovada para el CPSAM, con el fin de resolver la falta de coherencia y representatividad de su imagen institucional. El proyecto pretende fortalecer la comunicación visual del Centro, mejorar su visibilidad ante la comunidad y fomentar la identificación de los adultos mayores y colaboradores con su entorno.

Desde el campo del diseño gráfico social, la propuesta aporta al entendimiento de cómo una identidad visual construida desde la empatía y los valores humanos puede contribuir al fortalecimiento de instituciones sociales, permitiéndoles proyectar su compromiso con la dignidad y el bienestar de las personas mayores.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar la nueva imagen visual institucional del Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) de Santa Rosa de Osos, a partir del reconocimiento de su contexto arquitectónico, social y simbólico, con el fin de fortalecer su identidad corporativa y reconocimiento institucional en entornos digitales.

### **Objetivos específicos**

1. Analizar la identidad institucional actual del CPSAM de Santa Rosa de Osos, con el fin de identificar oportunidades de mejora para su rediseño visual.
2. Desarrollar la nueva identidad visual institucional del CPSAM, a partir de sus valores y de su contexto arquitectónico, social y simbólico, consolidando una propuesta gráfica coherente y aplicable en medios impresos y digitales.
3. Valorar la pertinencia y aceptación de la nueva identidad visual dentro de la comunidad institucional, como insumo para su proyección y uso futuro.

## Metodología

### Enfoque y diseño de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo con orientación proyectual, aplicado al rediseño de la identidad visual institucional del CPSAM. Este enfoque resulta pertinente debido a que el objeto de estudio —la identidad institucional— no puede comprenderse únicamente desde variables medibles, sino desde significados, percepciones, símbolos y dinámicas contextuales que configuran la manera en que la institución se representa y es reconocida.

El carácter cualitativo permite interpretar experiencias, discursos y elementos visuales que construyen sentido dentro de la comunidad institucional. De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014, pp. 358–360), la investigación cualitativa se orienta a comprender los fenómenos desde la perspectiva de los participantes, atendiendo a los significados que estos construyen en su contexto natural. En este caso, comprender cómo el CPSAM se percibe a sí mismo y cómo comunica su esencia constituye el punto de partida del proceso proyectual.

Sin embargo, esta investigación no se limita al análisis interpretativo. Su dimensión proyectual implica que el conocimiento generado se transforma en una propuesta gráfica concreta. El diseño, en este sentido, no es un resultado aislado, sino la consecuencia lógica de un proceso de comprensión, síntesis y validación. Por ello, la metodología se estructura en tres fases interrelacionadas que conectan el diagnóstico con la formalización y posterior evaluación de la propuesta visual.

## **Diseño metodológico por fases**

### **Fase 1. Diagnóstico interpretativo de la identidad institucional**

La primera fase del proceso consistió en la elaboración de un diagnóstico interpretativo orientado a comprender de manera integral la identidad actual del CPSAM de Santa Rosa de Osos. Este tipo de diagnóstico no se limita a describir los elementos gráficos existentes, sino que implica analizar críticamente su capacidad para comunicar valores, representar adecuadamente a la institución y evidenciar falencias o vacíos frente a su realidad social y organizacional. Según Garrido Moreno (2023, pp. 8–9), la identidad institucional comprende tanto componentes tangibles —como la identidad visual— como elementos intangibles vinculados a la cultura, los valores y la percepción pública. Por ello, esta fase se configura como el fundamento conceptual que orienta las decisiones posteriores de diseño.

El estudio se apoyó en un trabajo de campo constante, caracterizado por la presencia directa en la institución y la interacción continua con sus actores. La experiencia espacial del lugar, la escucha activa de la directora y del equipo de trabajo, junto con las conversaciones sostenidas con las personas mayores residentes, permitieron construir una comprensión contextualizada de la identidad institucional. Este proceso permitió identificar aspectos visibles de la organización, así como valores implícitos, dinámicas relacionales y significados compartidos que no siempre se encuentran formalmente documentados. En este sentido, Irazoqui Ahlig (2015, pp. 105–106) plantea que los diagnósticos institucionales deben partir de la percepción de los actores involucrados, ya que es a partir de estas miradas que se comprende la complejidad de la vida organizacional.

El diagnóstico se estructuró a partir de tres dimensiones interrelacionadas. En primer lugar, la dimensión visual, centrada en el análisis de los signos gráficos existentes —logotipo, tipografía, cromática y aplicaciones— para evaluar su coherencia formal y comunicativa. En segundo lugar, la dimensión simbólica, orientada a identificar los valores, principios y percepciones que configuran el imaginario institucional. Finalmente, la dimensión contextual, que considera el entorno arquitectónico, las cualidades materiales del espacio y las dinámicas cotidianas que influyen en la construcción de sentido.

La información obtenida fue organizada mediante criterios propios del diseño, tales como coherencia visual, legibilidad, pertinencia simbólica y capacidad de adaptación. Este ejercicio analítico permitió detectar inconsistencias entre la identidad experimentada por la comunidad institucional y su representación gráfica actual, así como identificar oportunidades de fortalecimiento visual.

El resultado de esta fase es un marco interpretativo estructurado que sintetiza hallazgos, problemáticas y potencialidades. Dicho marco se convierte en un insumo proyectual concreto, ya que establece las bases argumentativas para la formulación de una propuesta de rediseño alineada con la realidad, los valores y el contexto del CPSAM.

## **Fase 2. Síntesis conceptual y desarrollo proyectual**

Una vez comprendida la identidad institucional del CPSAM de Santa Rosa de Osos, el proceso avanza hacia una fase de síntesis conceptual sustentada en los hallazgos obtenidos mediante un trabajo investigativo de carácter predominantemente empírico. La investigación se desarrolló a través de visitas reiteradas a la institución, observación directa de sus dinámicas cotidianas y diálogo constante con la directora, el equipo de colaboradores y las personas mayores

residentes. Este acercamiento permitió identificar elementos formales del contexto y, al mismo tiempo, comprender las prácticas, valores y significados que configuran la vida institucional.

En este sentido, la síntesis conceptual no surge de una intuición aislada ni de preferencias estéticas personales, sino de la interpretación sistemática de la información recogida en campo. La experiencia directa del espacio arquitectónico, las interacciones sociales y los relatos de quienes habitan el CPSAM constituyeron la base para traducir cualidades intangibles —como el cuidado, la dignidad, la cercanía y el sentido de hogar— en decisiones visuales estructuradas.

Esta etapa implica la construcción de un sistema de significados en el que cada recurso formal responde a una intención conceptual fundamentada. Por ejemplo, el valor del cuidado puede expresarse mediante formas suaves y envolventes que sugieren protección; la dignidad puede representarse a través de una tipografía sólida y equilibrada que transmita estabilidad; la cercanía puede reflejarse en una paleta cromática cálida y armónica que evoque acogimiento. Estas decisiones se derivan de una lectura contextual basada en el trabajo empírico realizado en la institución, lo que asegura que no sean arbitrarias sino coherentes con la experiencia vivida.

Posteriormente, se desarrolla un proceso iterativo de exploración gráfica. Se plantean diversas rutas visuales que materializan de manera distinta los valores identificados. Cada alternativa es sometida a evaluación con base en criterios definidos a partir del diagnóstico: coherencia conceptual, claridad comunicativa, legibilidad, pertinencia cultural y capacidad de adaptación a diferentes soportes. Este procedimiento de prueba, análisis y ajuste permite depurar progresivamente las propuestas, favoreciendo la selección de aquella que logra una síntesis más precisa de la identidad institucional.

Una vez elegida la propuesta más pertinente, se procede a su desarrollo técnico y normalización. En esta fase se establecen parámetros constructivos —proporciones, retículas, áreas de protección, tamaños mínimos y especificaciones cromáticas— y se definen lineamientos de aplicación para soportes impresos y digitales. La formalización convierte la propuesta gráfica en un sistema visual estructurado, coherente y sostenible en el tiempo.

De este modo, el desarrollo proyectual se configura como un proceso reflexivo y fundamentado, en el que la investigación empírica, el análisis conceptual y la experimentación formal convergen para consolidar una identidad visual que representa de manera fiel el contexto, la misión y los valores del CPSAM.

### **Fase 3. Validación y ajuste contextual**

El proceso metodológico culmina con una fase de validación, cuyo propósito es verificar la pertinencia y eficacia comunicativa de la identidad diseñada. Diseñar para una institución implica reconocer que la propuesta debe ser comprendida y apropiada por quienes la representan y la utilizan cotidianamente.

La validación se desarrolla mediante la socialización de la propuesta ante actores institucionales, la aplicación de un cuestionario breve y la prueba piloto de piezas digitales en un entorno real de comunicación. Este procedimiento permite recoger tanto datos cuantitativos simples como percepciones cualitativas más profundas. El análisis de esta información permite identificar niveles de aceptación, posibles dificultades de lectura o interpretación y oportunidades de ajuste. De esta manera, el diseño no se considera cerrado hasta que ha sido contrastado con la realidad institucional.

El resultado final es una identidad visual que se sustenta en criterios técnicos y conceptuales, y que se fortalece con la validación contextual de la comunidad que la adopta.

### **3.1 Socialización de la propuesta**

La socialización constituye el primer momento de contraste entre la propuesta gráfica y la comunidad institucional. Su propósito es generar un espacio de diálogo donde la identidad visual pueda ser comprendida, discutida y evaluada desde la experiencia de los actores internos.

La sesión se desarrolla con personal administrativo y operativo, quienes conocen la dinámica institucional y pueden aportar una mirada crítica fundamentada en su experiencia cotidiana. Durante el encuentro se presenta la identidad visual explicando sus componentes formales, además de la lógica conceptual que los sustenta. Se expone el significado del símbolo o logotipo, la intención comunicativa de la paleta cromática, el criterio de selección tipográfica y el sentido del lenguaje visual complementario. Asimismo, se muestran aplicaciones básicas impresas y digitales para evidenciar su funcionamiento en contextos reales.

Más que recoger opiniones aisladas, se promueve una conversación orientada por preguntas que indagan por claridad, identificación y coherencia con los valores institucionales. Las intervenciones se registran mediante notas estructuradas que permiten sistematizar percepciones, dudas recurrentes y niveles de apropiación inicial. El resultado de esta actividad es un insumo cualitativo que evidencia cómo la propuesta es interpretada por la comunidad.

### **3.2 Prueba de funcionamiento en entorno digital**

La validación se amplía mediante una prueba piloto en un canal real de comunicación institucional. Esta acción responde a la necesidad de observar el comportamiento de la identidad visual en condiciones reales de uso y no únicamente en presentaciones simuladas.

Se publican dos o tres piezas diseñadas bajo los lineamientos de la nueva identidad en el medio digital principal del CPSAM. Durante un periodo breve se observa su desempeño, considerando nivel general de interacción, reacciones o comentarios y, especialmente, legibilidad en dispositivos móviles.

El análisis se enfoca en métricas de alcance, además en aspectos funcionales del diseño: claridad de jerarquías tipográficas, contraste cromático y comprensión visual en pantallas pequeñas. Las observaciones se documentan mediante capturas y notas técnicas que evidencian fortalezas y posibles dificultades. Esta prueba permite verificar si el sistema visual mantiene coherencia y eficacia fuera del entorno controlado de presentación.

### **3.3 Análisis integrado y criterios de ajuste**

La información obtenida en la socialización y la prueba digital se analiza de manera integrada con el propósito de identificar patrones de percepción. El foco del análisis se sitúa en la detección de tendencias consistentes que evidencien la necesidad de realizar ajustes, más que en la respuesta a observaciones individuales aisladas. A partir de estos patrones se valora la pertinencia de introducir modificaciones en aspectos como el contraste de color, las jerarquías tipográficas, las proporciones del símbolo o la coherencia entre los elementos del sistema visual. Cada ajuste se documenta y se justifica técnicamente, explicitando su relación directa con los hallazgos derivados del proceso de validación.

Este procedimiento garantiza que las decisiones finales no sean reactivas ni arbitrarias, sino fundamentadas en evidencia recogida dentro del contexto institucional.

### **3.4 Consolidación del informe de pertinencia**

El proceso culmina con la elaboración de un informe de valoración integral. Este documento cumple una doble función: por un lado, respalda académicamente el proceso metodológico; por otro, sirve como guía institucional para la implementación sostenida de la identidad visual.

El informe incluye un resumen del proceso de validación, las principales percepciones identificadas (tanto positivas como críticas), las observaciones derivadas de la prueba digital y los ajustes realizados o recomendados. Asimismo, plantea orientaciones para la transición hacia la nueva identidad y su uso correcto en el futuro. La salida final de esta fase es, por tanto, una identidad visual validada, ajustada y argumentada, cuyo uso se encuentra respaldado por un proceso sistemático de evaluación contextual.

### **Herramientas empleadas en el proceso**

Las herramientas técnicas utilizadas —Adobe Illustrator y Adobe Photoshop— desempeñaron un papel instrumental en el desarrollo gráfico y el prototipado de las piezas. La cámara fotográfica permitió registrar el entorno institucional durante la fase diagnóstica, mientras que la documentación en Word y PowerPoint facilitó la sistematización de la información y su presentación ante la junta administrativa.

De manera complementaria, se integraron herramientas de inteligencia artificial como Copilot y ChatGPT, que apoyaron la redacción de propuestas escritas y ofrecieron sugerencias para enriquecer el trabajo. Su incorporación permitió mejorar la claridad argumentativa, optimizar la coherencia estilística y fortalecer la construcción de los insumos comunicativos. Cabe señalar que estas herramientas, al igual que las técnicas mencionadas, no constituyen la metodología en sí

misma, sino que actúan como apoyos técnicos que potencian cada fase del proceso investigativo y proyectual descrito.

### **Consideraciones éticas**

Se obtuvo el consentimiento informado de los participantes en entrevistas y talleres, garantizando el respeto a la confidencialidad de los datos, especialmente en el trabajo con adultos mayores, y evitando el uso de imágenes que pudieran permitir su identificación sin autorización explícita. Además, como parte del proceso metodológico, se incorporaron herramientas de inteligencia artificial para optimizar la redacción de las propuestas escritas y generar sugerencias complementarias al trabajo, lo que permitió fortalecer la claridad argumentativa y enriquecer la construcción de los insumos comunicativos sin alterar la validez ética de la investigación.

### Línea de investigación

La presente investigación se adscribe a la línea de Desarrollo social e innovación, la cual aborda el estudio de los procesos comunicativos que se expresan mediante el diseño gráfico y sus aplicaciones en contextos sociales, culturales e institucionales. Desde esta perspectiva, el diseño se concibe como una herramienta estratégica capaz de comunicar, construir sentido y generar impacto simbólico en las organizaciones. En este marco, el diseño gráfico contribuye al fortalecimiento de la identidad institucional y al desarrollo de propuestas comunicativas orientadas al bienestar comunitario (Rojas Díaz, 2022, pp. 26–28).

Desde esta perspectiva, el proyecto busca fortalecer la identidad institucional del CPSAM mediante una propuesta renovada de imagen visual coherente con su misión, valores y legado histórico. Tal como lo plantea Melenje Argote (2014, p. 165), el diseño gráfico se construye en diálogo con los contextos culturales y sociales, permitiendo tejer identidades locales a través de narrativas visuales que son inclusivas y representativas. Bajo esta mirada, la identidad visual del CPSAM no debe limitarse a un recurso estético, sino convertirse en un signo cultural que visibilice la memoria colectiva y refuerce el sentido de pertenencia comunitaria.

La línea de *Desarrollo social e innovación* articula metodologías del diseño participativo, la investigación cualitativa y la comunicación institucional, buscando que el producto final —en este caso, la renovación de la identidad visual del CPSAM— resuelva una necesidad estética, al tiempo que impacta positivamente en la percepción, la apropiación y la interacción de la comunidad con la institución.

Este enfoque coincide con lo señalado por Pinedo (2020, p. 348), quien destaca la importancia del diseño colaborativo en la creación de soluciones visuales sostenibles y culturalmente pertinentes.

En ese sentido, la línea de investigación se centra en cómo los lenguajes visuales construyen significado y valor social, y cómo la práctica del diseño puede aplicarse como herramienta de transformación comunicativa en organizaciones del sector social, especialmente aquellas orientadas a la atención de poblaciones vulnerables como los adultos mayores.

### **Alcance**

El presente proyecto tiene un alcance descriptivo–proyectual y aplicativo, orientado al diseño y desarrollo de la nueva identidad visual institucional del CPSAM de Santa Rosa de Osos. Su propósito es fortalecer la comunicación visual de la institución mediante la creación de una propuesta integral que refleje sus valores espirituales, sociales y patrimoniales, y que pueda implementarse de forma progresiva según las condiciones económicas y organizativas del centro.

Desde el punto de vista conceptual, el alcance abarca el análisis, diagnóstico y rediseño de los elementos gráficos institucionales (isologo, tipografía, paleta cromática, línea gráfica y aplicaciones básicas), así como la formulación de estrategias visuales aplicadas a la comunicación digital y social del CPSAM. El proyecto no se extiende a la implementación física total (señalética, papelería impresa o infraestructura publicitaria) debido a las limitaciones presupuestales identificadas por la junta directiva; sin embargo, se dejan diseñadas las bases técnicas para su ejecución futura.

En el plano espacial, la investigación se desarrolla en el municipio de Santa Rosa de Osos (Antioquia, Colombia), específicamente en las instalaciones del CPSAM y su entorno inmediato. En el plano temporal, se enmarca en el periodo de pasantía correspondiente al año 2025, durante el cual se realizaron las etapas de observación, diagnóstico, diseño y validación de la propuesta junto con la administración del centro.

En cuanto a su alcance práctico, el proyecto busca consolidar un manual de identidad visual y una serie de prototipos digitales (mockups, publicaciones y piezas de comunicación) que sirvan como guía para la futura implementación de la imagen institucional. De esta manera, el proyecto contribuye a mejorar la coherencia comunicacional, la visibilidad institucional y el sentido de pertenencia tanto del personal como de la comunidad vinculada al CPSAM.

Este tipo de alcance se alinea con los enfoques metodológicos utilizados en proyectos de comunicación visual aplicada a organizaciones sociales, los cuales priorizan la pertinencia contextual, la sostenibilidad y la viabilidad de implementación por fases. Como lo señalan Rojas Díaz (2022, p. 31), el diseño participativo y contextual favorece la apropiación institucional y la coherencia comunicativa; mientras que Montes Vozmediano, Vizcaíno Laorga y Gallego Gómez (2024, p. 100) destacan que los rediseños identitarios deben sustentarse en diagnósticos comunicacionales para garantizar su pertinencia visual. En este sentido, el proyecto entrega una propuesta estética y, además, una herramienta estratégica que potencia la identidad institucional y la proyección comunitaria del CPSAM.

### **Tipo de pasantía**

La pasantía se desarrolló bajo la modalidad de proyección social, en una institución sin ánimo de lucro conformada por un equipo de voluntarios que ejecutan actividades orientadas al bienestar integral de los adultos mayores. Esta modalidad tiene como propósito aplicar los conocimientos del campo del diseño gráfico para responder a necesidades reales de la comunidad, contribuyendo al reconocimiento del CPSAM de Santa Rosa de Osos.

Como resultado del proceso, se donarán al CPSAM los productos generados durante la práctica, incluyendo el rediseño de la marca, el desarrollo de piezas gráficas y la propuesta de identidad visual institucional. Estos aportes buscan mejorar la comunicación visual del centro, promover su visibilidad en el ámbito local y fortalecer el vínculo comunitario mediante estrategias de diseño socialmente responsables.

### **Grupos de Interés**

El grupo de interés principal del proyecto está conformado por los adultos mayores residentes del CPSAM, quienes constituyen el eje central de la labor institucional. La nueva identidad visual busca fortalecer el sentido de pertenencia y el bienestar emocional de esta población, transmitiendo los valores de cuidado, respeto y dignidad que orientan el trabajo del centro.

De manera complementaria, el proyecto involucra otros grupos de interés esenciales:

- La junta directiva y el equipo administrativo del CPSAM, quienes participan en la validación y aprobación de las propuestas visuales, velando por su coherencia institucional y viabilidad económica.

- Las enfermeras, los voluntarios y cuidadores, actores fundamentales en la implementación de la comunicación interna y en la interacción cotidiana con los adultos mayores.
- Las familias, benefactores y comunidad local de Santa Rosa de Osos, cuya participación y apoyo son vitales para la sostenibilidad social y económica del centro.
- Las entidades públicas y privadas aliadas, interesadas en fortalecer su vínculo con instituciones sociales mediante proyectos con impacto comunitario.

El proyecto, al enfocarse en el rediseño de la identidad visual institucional, reconoce que la comunicación gráfica actúa como un mediador simbólico entre la organización y sus grupos de interés, favoreciendo la empatía, la confianza y la proyección social de la institución.

## Cronograma



Figura 1: Cronograma de actividades. Fuente. Elaboración propia.

## **Resultados.**

El desarrollo del proyecto de rediseño de identidad visual del CPSAM Santa Rosa de Osos permitió obtener resultados significativos en los planos comunicativo, estético y estratégico. El proceso se ejecutó bajo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-proyectual, orientado a diagnosticar, conceptualizar y diseñar una propuesta coherente con la misión institucional y los valores sociales y espirituales del centro. En correspondencia con el planteamiento metodológico, los resultados se presentan a continuación a partir de tres fases: diagnóstico interpretativo de la identidad institucional, síntesis conceptual y desarrollo proyectual, y validación y ajuste contextual.

### **Fase 1: Diagnóstico institucional y visual**

#### **Contexto y Metodología del Diagnóstico**

La etapa de diagnóstico permitió identificar la ausencia de una estructura visual unificada y la falta de lineamientos gráficos que garantizaran coherencia en la comunicación institucional. Se evidenció el uso discontinuo del logotipo, inconsistencias tipográficas y cromáticas, y una escasa presencia en medios digitales. Asimismo, se observó que la comunicación visual no reflejaba adecuadamente los valores humanos, espirituales y comunitarios del CPSAM, lo que dificultaba su reconocimiento y proyección ante la comunidad.

La etapa de diagnóstico se diseñó para comprender la identidad del CPSAM desde una perspectiva integral: lo visual, lo simbólico y lo contextual. Para ello, se empleó un enfoque cualitativo basado en entrevistas a profundidad, talleres y un análisis de archivo de las piezas gráficas vigentes. Este proceso permitió identificar no solo las carencias estéticas, sino la

desconexión entre la identidad institucional vivida (sus valores) y su representación gráfica (lo que proyecta).

### **Dimensión Simbólica y Percepción Institucional**

#### **Entrevista – Johana Cardona, directora del CPSAM**

**Pregunta 1: ¿Cómo percibe actualmente la imagen institucional del CPSAM en relación con su misión y valores comunitarios?**

**Respuesta:** Siento que la imagen que tenemos actualmente no representa del todo lo que es el hogar. Aunque sirve para identificar la institución, no logra transmitir lo que realmente somos ni lo que hacemos. El CPSAM es un lugar de cuidado, acompañamiento y apoyo espiritual para los adultos mayores, y considero que esa parte más humana no se ve reflejada claramente en la imagen que mostramos hacia afuera.

**Pregunta 2: ¿Qué conocimiento tiene sobre las piezas gráficas que se han utilizado hasta ahora (papelería, afiches, señalética, publicaciones digitales)?**

**Respuesta:** La mayoría de las piezas que usamos se han hecho en momentos distintos y con ayuda externa, como donaciones, apoyos del municipio o personas que nos colaboran. Cada uno aporta desde lo que sabe o puede hacer, pero muchas veces no seguimos una misma línea. Por eso, el logotipo, los colores o el estilo cambian mucho de una pieza a otra. No es algo que se haga a propósito, sino que depende de los recursos y apoyos que tengamos en ese momento, y eso hace que no se vea una imagen ordenada.

**Pregunta 3: Desde su perspectiva, ¿Qué aspectos deberían fortalecerse en una nueva propuesta de identidad visual?**

**Respuesta:** Pienso que es fundamental fortalecer la coherencia visual de la institución, estableciendo lineamientos básicos que orienten el uso del logotipo y la producción de material gráfico. No se trata únicamente de tener un diseño bonito, sino de contar con criterios claros que puedan aplicarse en diferentes soportes, como la papelería, los afiches, los uniformes o la señalización básica. Esto facilitaría que tanto los colaboradores como los proveedores externos utilicen la imagen institucional de manera correcta y uniforme. También considero importante rescatar elementos propios del CPSAM, especialmente su arquitectura, ya que el edificio y la capilla representan visualmente nuestra historia y el sentido de hogar que queremos transmitir.

**Pregunta 4: En cuanto al uso del color, ¿Qué paletas cromáticas considera más pertinentes para representar al CPSAM y qué significados deberían transmitir?**

**Respuesta:** Creo que los colores cálidos y armónicos pueden transmitir cercanía y humanidad, mientras que los tonos verdes y azules evocan tranquilidad, confianza y cuidado. Me parece importante que los colores tengan relación con el entorno y con la arquitectura del hogar, para que todo se vea armonioso y natural.

**Pregunta 5: ¿Qué espera de la propuesta gráfica en términos de proyección hacia la comunidad externa?**

**Respuesta:** Espero que la nueva imagen ayude a que el CPSAM sea más visible y reconocido por la comunidad, especialmente en redes sociales y eventos. Una imagen más clara y ordenada puede generar confianza y hacer que las personas se interesen más en apoyar nuestra labor. Me gustaría que quienes vean nuestra imagen puedan identificar fácilmente quiénes somos y el trabajo que realizamos con los adultos mayores

La entrevista con la directora, Johana Cardona, permitió validar la existencia de una identidad visual fragmentada y evidenciar la necesidad de establecer lineamientos gráficos básicos que orienten el uso de la imagen institucional del CPSAM. De sus respuestas se derivan tres hallazgos clave que orientan el desarrollo del proyecto:

**Brecha entre valores institucionales e imagen visual:** La directora reconoce que la imagen actual carece de los componentes de cuidado y espiritualidad que definen al hogar.

**Falta de directrices visuales unificadas:** La producción descentralizada de piezas gráficas, dependiente de apoyos externos, genera inconsistencias visuales que podrían mitigarse mediante la definición de criterios básicos para el uso del logotipo y la aplicación de elementos gráficos estandarizados.

**La oportunidad del referente arquitectónico:** La fachada del edificio y la capilla emergen como elementos con alto valor simbólico y emocional, con potencial para convertirse en referentes visuales que fortalezcan el sentido de identidad y pertenencia institucional.

### **Origen y construcción de la identidad visual existente**

El análisis de la identidad visual previa del CPSAM evidencia un desarrollo no sistemático, fundamentado principalmente en la adaptación de recursos gráficos genéricos provenientes de repositorios digitales. Este tipo de soluciones, aunque accesibles y funcionales en el corto plazo, no surgen de un proceso de diseño contextual ni de una reflexión sobre la historia, el entorno o los valores institucionales.



*Figura 2:* A la izquierda, logotipo utilizado previamente por la institución; a la derecha, referente gráfico tomado de un repositorio digital como Pinterest.

Como se observa en la Figura 2, el logotipo institucional del CPSAM fue construido a partir de un diseño preexistente encontrado en plataformas digitales, al cual se le adaptaron las siglas y el nombre de la entidad. Este procedimiento responde a una lógica de uso inmediato de recursos disponibles, pero no a un proceso de interpretación del contexto arquitectónico, social o simbólico de la institución. En consecuencia, el signo gráfico carece de un vínculo directo con la identidad vivida por la comunidad del CPSAM.

La utilización de elementos gráficos tomados de la red presenta además varias desventajas desde el punto de vista institucional. En primer lugar, estos recursos suelen ser ampliamente reutilizados por otras organizaciones, lo que genera una imagen estandarizada y poco diferenciada. En segundo lugar, al no existir un proceso de investigación previo, el símbolo pierde capacidad de comunicar valores propios y de generar sentido de pertenencia entre los actores internos. A esto se

suma la falta de control sobre la coherencia visual, ya que este tipo de diseños no contempla criterios claros para su aplicación en distintos soportes.



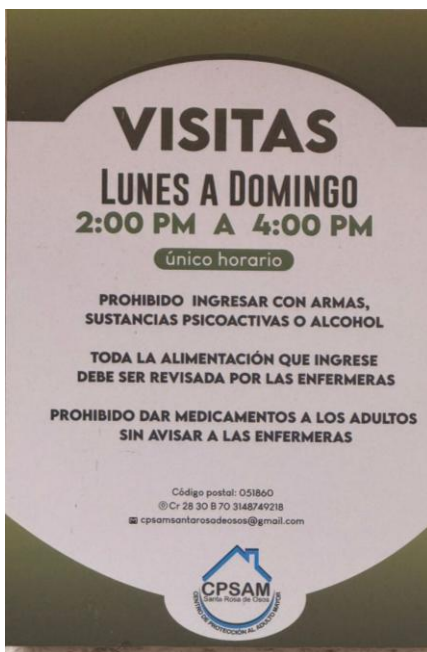
*Figura 3:* Aplicación institucional del logotipo adaptado de un recurso digital como evidencia de la dependencia de referentes externos.

La aplicación del logotipo (*Figura 3*) refuerza la dependencia de recursos gráficos externos y pone de manifiesto la ausencia de una base conceptual sólida. Al tratarse de una adaptación directa, el símbolo no se articula con una narrativa institucional propia ni con referentes espaciales significativos, como la arquitectura del hogar o su dimensión espiritual.

Esto limita su capacidad para comunicar la singularidad del CPSAM y para proyectarlo como una institución con identidad propia dentro del contexto comunitario.

Desde una perspectiva interpretativa, el problema de fondo no reside únicamente en lo estético, sino en la falta de contextualización del diseño. La “importación” de símbolos gráficos ajenos impide la construcción de una identidad visual auténtica, diluye los valores comunitarios y reduce la posibilidad de que la imagen institucional funcione como un elemento de reconocimiento, apropiación y memoria colectiva. Este diagnóstico confirma la necesidad de avanzar hacia una propuesta visual basada en referentes propios, que responda a la realidad social, arquitectónica y humana del CPSAM.

### **Inconsistencias en la Aplicación y Comunicación Visual**

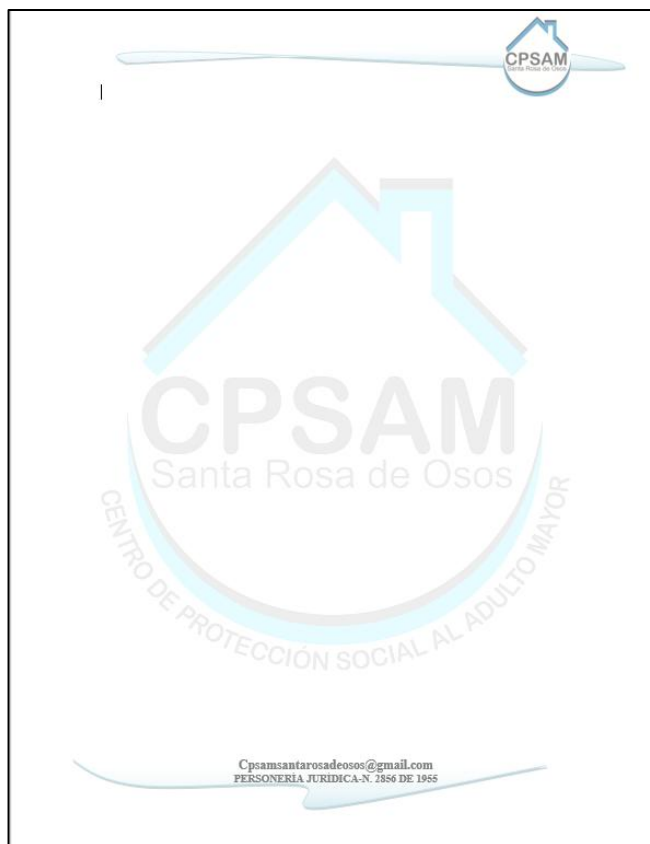


*Figura 4:* Horario de visitas. (Pieza informativa institucional correspondiente a la identidad visual previa del CPSAM, utilizada como evidencia del estado inicial del sistema gráfico durante la fase diagnóstica.)

La figura 4 corresponde a una pieza informativa utilizada por el CPSAM para comunicar horarios y normas de visita. Su inclusión en el análisis cumple una función metodológica específica: evidenciar el estado real de las aplicaciones gráficas previas al proceso de rediseño y permitir una lectura crítica de los criterios visuales empleados en la comunicación institucional cotidiana.

Desde el punto de vista del diseño, la pieza presenta limitaciones que afectan su eficacia comunicativa. La ausencia de jerarquía tipográfica clara, el uso predominante de mayúsculas sostenidas y la falta de recursos visuales de apoyo —como iconos o elementos de señalización— dificultan la lectura rápida y la comprensión inmediata del mensaje. Estas decisiones formales generan una comunicación visual rígida, que prioriza la norma sobre el acompañamiento, y que no dialoga con la misión institucional de cuidado, cercanía y protección social.

Asimismo, esta pieza pone en evidencia la improvisación gráfica derivada de la falta de lineamientos institucionales definidos. Al no responder a criterios visuales estandarizados, el cartel no establece una relación coherente con el espacio arquitectónico ni con la experiencia humana del CPSAM. Desde una perspectiva diagnóstica, esta figura permite identificar cómo la comunicación visual previa se limita a resolver necesidades funcionales inmediatas, sin considerar su impacto simbólico o emocional en los usuarios.



*Figura 5:* Hoja membretada (Analizada como evidencia del uso cotidiano de la imagen gráfica en documentos administrativos.)

La figura 5 presenta la hoja membretada utilizada por el CPSAM en sus comunicaciones institucionales, y se incluye como evidencia del modo en que la identidad visual se aplicaba en documentos de uso diario. Aunque esta pieza busca proyectar institucionalidad, su análisis revela debilidades estructurales que afectan la claridad y la coherencia visual.

En términos compositivos, el logotipo pierde protagonismo debido a la superposición con una marca de agua central, lo cual debilita su función identificadora. A esto se suma la falta de uniformidad tipográfica y una jerarquización poco clara de la información de contacto, factores

que afectan la legibilidad y la percepción de orden. Estas decisiones visuales reflejan la ausencia de criterios definidos para el uso del logotipo y la organización de los elementos gráficos.

Desde el enfoque metodológico, esta pieza permite observar cómo la carencia de directrices básicas para el diseño institucional se traduce en aplicaciones inconsistentes que debilitan la seriedad y el reconocimiento de la institución. Además, el uso de recursos gráficos genéricos o adaptados sin claridad sobre su procedencia plantea posibles riesgos relacionados con los derechos de autor, especialmente cuando estos materiales son utilizados en documentos oficiales. Esta situación subraya la importancia de contar con elementos gráficos propios y con pautas mínimas que orienten su correcto uso.



*Figura 6.* Boleta de colaboración utilizada en la rifa de una novillona (Correspondiente a una iniciativa de recaudación de fondos del CPSAM, analizada como evidencia de las estrategias gráficas empleadas en campañas comunitarias durante la fase diagnóstica.)

La figura 5 corresponde a una boleta utilizada en una actividad de recaudación de fondos organizada por el CPSAM. Su inclusión en el análisis responde a la necesidad de examinar cómo la identidad visual institucional se manifiesta en piezas de alto impacto comunitario, donde la

claridad, la confianza y la coherencia gráfica resultan determinantes para la participación ciudadana.

Desde el punto de vista comunicativo, la pieza prioriza la acumulación de información textual y elementos gráficos sin una jerarquía visual clara, lo que dificulta la lectura rápida y la identificación de los datos más relevantes. La combinación de tipografías, colores y recursos visuales no responde a criterios unificados, generando una composición recargada que puede restar credibilidad y legibilidad a la información. Esta situación es especialmente crítica en piezas de carácter solidario, donde la comunicación visual cumple un rol clave en la construcción de confianza hacia la institución.

Adicionalmente, el uso de imágenes y recursos gráficos tomados de la red, sin indicación clara de autoría o procedencia, plantea posibles riesgos relacionados con los derechos de autor. Desde una perspectiva institucional, este tipo de prácticas no solo expone a la entidad a eventuales conflictos legales, sino que también debilita la identidad visual al recurrir a imágenes genéricas que no guardan una relación directa con la realidad del CPSAM ni con su comunidad. Esta figura evidencia, por tanto, la necesidad de contar con material gráfico estandarizado y criterios básicos que orienten la producción de piezas comunitarias sin comprometer la identidad ni la legitimidad institucional.



*Figura 7:* Invitación gráfica al evento “Banquete del Millón Pro-Asilo” (Analizada como evidencia de la comunicación visual empleada en eventos de proyección social del CPSAM.)

La figura 7 presenta la pieza gráfica utilizada para promocionar el evento “Banquete del Millón Pro-Asilo”, uno de los actos de mayor visibilidad pública del CPSAM. Esta figura se incorpora al análisis para evaluar la coherencia entre la envergadura del evento y la forma en que la institución se comunica visualmente ante la comunidad y posibles benefactores.

Aunque la pieza busca generar impacto visual mediante el uso de fotografía, contrastes cromáticos y efectos gráficos, su análisis revela una desconexión entre los recursos utilizados y la identidad institucional del CPSAM. La composición enfatiza el efecto visual por encima de la

claridad comunicativa, lo que produce una imagen que podría corresponder a cualquier evento solidario, sin reforzar de manera explícita los valores de cuidado, dignidad y acompañamiento propios de la institución.

Asimismo, la ausencia de lineamientos definidos para el uso del logotipo y la integración de los elementos visuales provoca que la marca institucional aparezca de forma secundaria y poco consistente. Desde el enfoque metodológico de esta fase diagnóstica, esta figura permite identificar cómo, en eventos de alto impacto, la falta de criterios gráficos básicos limita la capacidad del diseño para fortalecer el reconocimiento institucional y construir una narrativa visual coherente a largo plazo.



*Figura 8:* Composición fotográfica utilizada en redes sociales del CPSAM (Analizada como evidencia del uso de recursos visuales digitales durante la fase diagnóstica.)

La figura 8 corresponde a una composición fotográfica empleada en las redes sociales del CPSAM para visibilizar actividades recreativas desarrolladas con las personas mayores residentes. Su inclusión en el análisis responde a la necesidad de evaluar cómo la institución se representa visualmente en entornos digitales y de qué manera estos recursos contribuyen —o limitan— la construcción de una identidad visual coherente.

Desde el punto de vista comunicativo, la imagen logra documentar momentos cotidianos de interacción y acompañamiento, lo cual resulta valioso para mostrar la dimensión humana del CPSAM. Sin embargo, el tratamiento visual de la composición evidencia una ausencia de criterios gráficos definidos. El uso de fondos decorativos genéricos, marcos prediseñados y superposiciones gráficas tomadas de recursos digitales externos provoca una estética fragmentada que no dialoga con otros elementos visuales de la institución ni refuerza su identidad.

Asimismo, la composición prioriza el efecto decorativo por encima de la lectura institucional de la imagen. Al no existir una relación clara entre el recurso gráfico utilizado y los valores del CPSAM, la fotografía se percibe como una publicación aislada, similar a las empleadas en redes sociales informales, más que como una pieza de comunicación institucional. Esta situación limita la posibilidad de construir una narrativa visual consistente en los medios digitales.

Desde una perspectiva ética y legal, el uso de fotografías en redes sociales implica también consideraciones adicionales. La ausencia de referencias visibles sobre criterios de uso de imagen, contextualización institucional o tratamiento uniforme del material fotográfico pone en evidencia la falta de directrices mínimas para la comunicación digital. Si bien la intención es visibilizar las actividades del hogar, la carencia de pautas claras puede generar riesgos asociados a la exposición de imágenes sin un marco visual institucional que garantice coherencia y claridad comunicativa.

En el contexto de la Fase 1 del proyecto, esta figura permite identificar que la comunicación visual digital del CPSAM depende en gran medida de recursos espontáneos y decisiones momentáneas, sin una estructura gráfica que unifique el lenguaje visual. Este diagnóstico refuerza la necesidad de establecer criterios básicos para el uso de fotografías y elementos gráficos en redes sociales, de modo que estas plataformas contribuyan de manera efectiva a la proyección institucional y al reconocimiento del CPSAM dentro de la comunidad.

### **Cierre del diagnóstico interpretativo de la identidad visual**

El análisis integrado de las figuras presentadas (Figuras 2 a 8), junto con la información cualitativa obtenida a través de la entrevista con la directora del CPSAM, permite comprender de manera global el estado inicial de la identidad visual institucional y las principales problemáticas que afectan su comunicación gráfica. Desde el origen del logotipo, construido a partir de recursos genéricos tomados de repositorios digitales (Figuras 2 y 3), hasta sus aplicaciones informativas, administrativas, comunitarias y digitales (Figuras 4 a 8), se identifica una constante: la ausencia de criterios visuales compartidos que orienten el uso del logotipo, la selección de imágenes, la tipografía y los recursos gráficos en los distintos soportes de comunicación.

Esta situación, reconocida también por la directora, evidencia que la producción visual del CPSAM ha estado condicionada por apoyos externos, donaciones y soluciones inmediatas, lo que ha derivado en una comunicación fragmentada y dependiente de recursos tomados de la red. Como resultado, la institución enfrenta dificultades para proyectar una imagen coherente y reconocible, y se expone a riesgos asociados tanto a la estandarización de la imagen como al uso de materiales sin una clara autoría, contextualización o control institucional.

Asimismo, el análisis de las piezas gráficas revela que, en muchos casos, la comunicación visual prioriza la funcionalidad inmediata o el impacto visual aislado, dejando en segundo plano la transmisión de valores fundamentales del CPSAM como el cuidado, la dignidad, la espiritualidad y el sentido de hogar, aspectos que sí emergen con fuerza en el discurso institucional y en la identidad vivida por su comunidad. En este sentido, las figuras analizadas no se entienden como fallas individuales, sino como manifestaciones visibles de un problema estructural más amplio: la falta de una identidad visual construida desde referentes propios, coherente con la experiencia cotidiana del centro y capaz de sostenerse de manera consistente en el tiempo.

Este diagnóstico interpretativo, sustentado tanto en el análisis visual como en la percepción institucional, confirma la necesidad de avanzar hacia una fase proyectual orientada a definir criterios visuales básicos y material gráfico estandarizado. Dichos lineamientos permitirán ordenar la comunicación institucional, fortalecer el reconocimiento del CPSAM y garantizar una proyección visual acorde con su realidad social, arquitectónica y humana, sentando las bases para el desarrollo de la propuesta gráfica en la fase siguiente del proyecto.

## **Fase 2. Conceptualización y diseño de la identidad visual**

Tras el diagnóstico que evidenció una desconexión entre la identidad institucional vivida por el CPSAM y su representación gráfica, se desarrolló un proceso de conceptualización orientado a transformar los valores de cuidado, dignidad, cercanía y espiritualidad en un sistema visual coherente y funcional. Esta fase tuvo como propósito traducir dichos valores en una identidad visual estructurada, capaz de superar la dependencia de recursos digitales genéricos y de orientar de manera consistente el uso del logotipo y del material gráfico institucional.

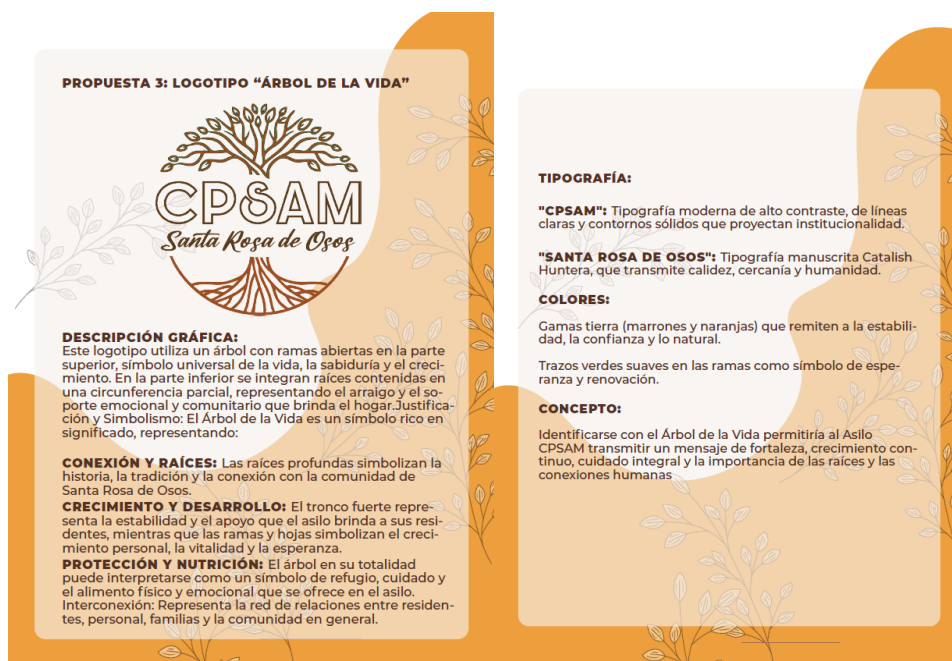
El concepto rector de diseño se fundamentó en la síntesis del entorno patrimonial del CPSAM, identificando la capilla y la fachada del hogar como referentes simbólicos legítimos. Desde esta perspectiva, la identidad visual se concibe como una extensión visual del espacio institucional, donde la arquitectura, la memoria histórica y el sentido de comunidad se integran para reforzar la idea de hogar, refugio y acompañamiento.

### **Exploración Simbólica y Primeras Rutas Visuales**

Para materializar el concepto rector, se desarrolló un proceso iterativo de exploración gráfica mediante bocetos y propuestas preliminares. Este ejercicio permitió evaluar diversos lenguajes visuales antes de consolidar la solución definitiva, de acuerdo con los criterios definidos a partir del diagnóstico: coherencia conceptual, claridad comunicativa, pertinencia cultural, legibilidad y adaptabilidad a diferentes soportes.

### **Propuesta 1: Árbol de la Vida**

Esta ruta simbólica exploró la conexión espiritual, el crecimiento y la red de apoyo que caracteriza al CPSAM. A través de formas orgánicas que evocan raíces y ramas, se buscó representar la vida comunitaria y el acompañamiento integral brindado a los residentes.



*Figura 9:* Propuesta *Árbol de la Vida*, desarrollada como exploración simbólica durante la fase proyectual.

La primera ruta conceptual se inspiró en el símbolo universal del árbol, entendido como metáfora de la vida, el crecimiento y la interconexión. En este caso, se buscó representar la esencia del CPSAM como un espacio de acompañamiento integral, donde cada residente encuentra apoyo en una red comunitaria sólida y en un entorno que favorece su desarrollo espiritual y emocional.

El diseño exploró formas orgánicas que evocan raíces y ramas, transmitiendo la idea de arraigo y continuidad. Las raíces simbolizan la historia y la tradición que sostienen a la institución, mientras que las ramas abiertas sugieren expansión, esperanza y la posibilidad de nuevos vínculos. Esta propuesta pretendía generar un impacto emocional inmediato, apelando a la sensibilidad colectiva y a la identificación con un símbolo ampliamente reconocido en diversas culturas.

Sin embargo, el análisis comparativo reveló que, pese a su carga simbólica y emocional, el nivel de abstracción dificultaba la asociación directa con el espacio físico del CPSAM. La

representación, aunque poderosa en términos de significado, no lograba comunicar de manera clara la identidad institucional ni garantizar un reconocimiento inmediato por parte de la comunidad. En consecuencia, se consideró que el Árbol de la Vida funcionaba mejor como elemento complementario dentro de la narrativa visual, más que como signo identitario principal.

## Propuesta 2: El Girasol

La segunda alternativa conceptual se inspiró en el girasol, un símbolo de energía positiva y fácil reconocimiento que transmite vitalidad, esperanza y renovación. Su elección respondía al interés de reflejar la misión del CPSAM de acompañar de manera respetuosa y digna el proceso de envejecimiento, generando una atmósfera cálida y optimista que conecta de inmediato con emociones universales.

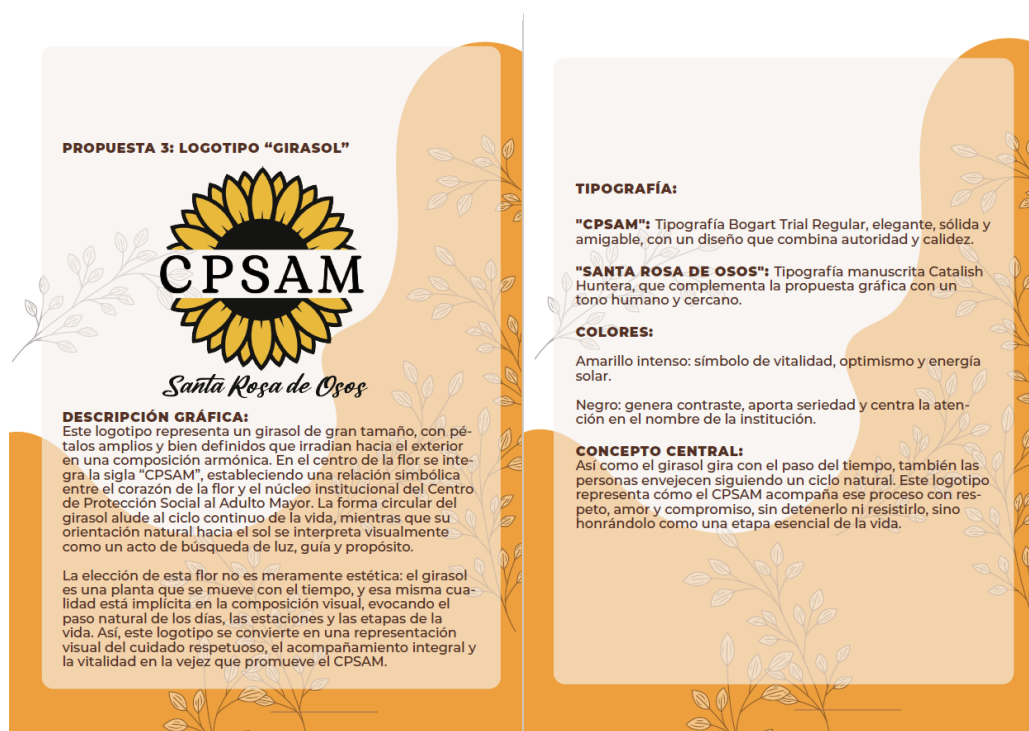


Figura 10: Propuesta Girasol, planteada como alternativa conceptual orientada a la energía positiva y la renovación.

En este sentido, el girasol fue interpretado como metáfora del ciclo natural de la vida y del acompañamiento integral que la institución brinda a sus residentes. Su forma radiante y su color cálido evocan optimismo y cercanía, reforzando la idea de que cada persona florece en comunidad y encuentra en el CPSAM un soporte para mantener su vitalidad. La propuesta destacaba por su legibilidad simbólica inmediata, ya que el girasol es un elemento visual fácilmente reconocible y asociado con emociones positivas en la cultura popular.

El diseño buscaba transmitir una sensación de calidez y cercanía, apelando a la idea de que cada persona, como un girasol, florece en comunidad y encuentra en el acompañamiento integral un soporte para mantener su vitalidad. La propuesta destacaba por su legibilidad simbólica inmediata, ya que el girasol es un elemento visual fácilmente reconocible y asociado con emociones positivas en la cultura popular.

No obstante, el análisis crítico evidenció que, aunque lograba comunicar optimismo y renovación, la propuesta no alcanzaba a reflejar con suficiente fuerza el carácter histórico y la tradición arquitectónica del CPSAM. Estos aspectos, identificados como prioritarios en el diagnóstico institucional, constituyen la base de la identidad del centro y su vínculo con la comunidad local. En consecuencia, se concluyó que el girasol funcionaba mejor como símbolo complementario dentro de la narrativa visual, aportando frescura y vitalidad, pero sin la capacidad de sostener por sí solo la identidad principal de la institución.

### **Propuesta 3: La Fachada Institucional (Ruta Seleccionada):**

La tercera alternativa emergió del reconocimiento del edificio del CPSAM como un hito patrimonial y símbolo de identidad colectiva para la comunidad de Santa Rosa de Osos. A

diferencia de las propuestas anteriores, esta ruta se centró en la materialidad y la memoria arquitectónica, entendiendo que la fachada no solo constituye un referente físico, sino también un elemento cargado de significado histórico y cultural.

**PROPUESTA DE IDENTIDAD VISUAL PARA EL CPSAM**

**INTRODUCCIÓN:**  
El presente documento tiene como objetivo presentar tres propuestas de diseño de logotipos para el Asilo CPSAM, cada una con una intención y simbolismo particular. Creemos que un logotipo bien diseñado es fundamental para generar una identidad visual sólida, facilitar el reconocimiento de la institución y comunicar sus valores y misión a la comunidad.  
A continuación, se describen las tres propuestas:

**PROPUESTA 1: LOGOTIPO BASADO EN LA FACHADA DEL ASILO CPSAM**



**DESCRIPCIÓN GRÁFICA:**  
Este logotipo representa la fachada real del asilo CPSAM de Santa Rosa de Osos, con una ilustración estilizada que conserva la identidad arquitectónica del edificio. Se muestra la estructura de la capilla con su cruz, ventanas y formas geométricas simples, tono cálido y humano.

**TIPOGRAFÍA:**  
"CPSAM": Tipografía Lexie Readable, una fuente amigable, clara y diseñada para ser legible y accesible.  
"SANTA ROSA DE OSOS": Tipografía manuscrita Catalish Huntera, que aporta calidez y humanidad.

**COLORES:**  
Tonos ocre, naranjas y marrones que evocan los materiales de construcción tradicionales del municipio.  
Paleta tierra que sugiere pertenencia, protección y estabilidad.

**CONCEPTO:**  
Conecta profundamente con el entorno físico y simbólico del hogar. Al representar la fachada del edificio, se refuerza la identidad visual del espacio como un lugar de refugio, comunidad y tradición local.

*Figura 11:* Propuesta basada en la fachada del CPSAM, seleccionada como eje visual del sistema identitario.

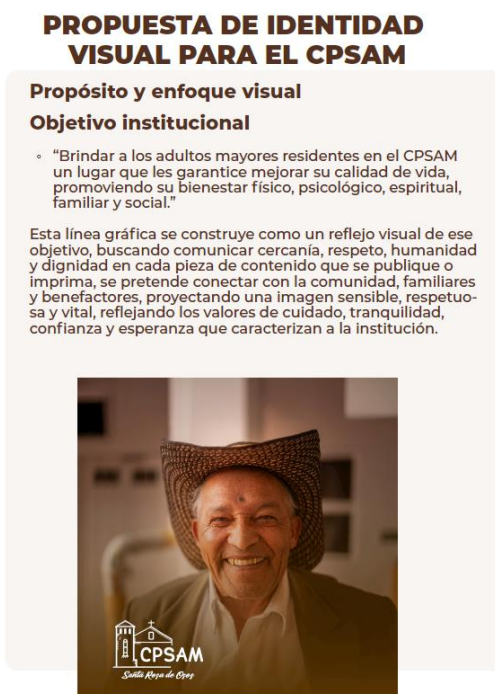
A partir de trazos simplificados de la capilla, se buscó una síntesis visual capaz de comunicar valores como estabilidad, refugio y pertenencia comunitaria, atributos que reflejan la función esencial del CPSAM como espacio de cuidado y acompañamiento. La propuesta logró articular de manera clara la dimensión simbólica con la identidad institucional, ofreciendo un signo visual que remite directamente al lugar y a su tradición.

El análisis comparativo demostró que esta opción presentaba una mayor claridad comunicativa, pertinencia cultural y capacidad de reconocimiento inmediato, razones por las

cuales fue seleccionada como base del sistema visual identitario. Su fuerza radica en la posibilidad de vincular la memoria arquitectónica con la misión institucional, consolidando un emblema que transmite confianza y continuidad en el tiempo.

### **Presentación y validación de la propuesta ante la Junta Directiva**

Como parte del proceso de formalización del sistema visual, la propuesta final de identidad fue presentada a la directora del CPSAM y posteriormente socializada con la junta directiva, con el objetivo de explicar de manera clara los fundamentos conceptuales, simbólicos y técnicos que sustentan el diseño del isologo y los lineamientos gráficos derivados de este. Esta instancia permitió validar la pertinencia institucional de la propuesta y consolidar acuerdos sobre la proyección visual futura del centro.



*Figura 12:* Propósito y enfoque visual de la propuesta de identidad, presentado a la Junta Directiva del CPSAM como síntesis conceptual del sistema visual.

La figura 12 se incluye como evidencia del momento en que se presentó el enfoque visual general del proyecto, destacando la relación entre la propuesta gráfica y el objetivo institucional del CPSAM. Esta figura permite evidenciar cómo el diseño fue planteado desde el inicio como una herramienta para comunicar valores como cercanía, respeto, humanidad y dignidad, alineados con la misión de mejorar la calidad de vida de los adultos mayores residentes. Metodológicamente, esta instancia marca el punto de validación conceptual de la propuesta, asegurando que el sistema visual no respondiera únicamente a criterios estéticos, sino a una lectura compartida de la identidad institucional. Durante esta socialización se reforzó la importancia de abandonar soluciones gráficas genéricas y avanzar hacia una identidad visual basada en referentes propios, capaces de ser reconocidos tanto por la comunidad interna como por actores externos y benefactores.

#### Elementos del Isologo

##### CPSAM Santa Rosa de Osos

#### TIPOGRAFÍA:

**CPSAM** Tipografía Lexie Readable, una fuente amigable, clara y diseñada para ser legible y accesible.

*SANTA ROSA DE OSOS* Tipografía manuscrita Catalish Huntera, que aporta calidez y humanidad.



#### COLORES:

Análisis psicológico de los colores en el logo del CPSAM

Tonos tierra (marrones y ocres):

Los colores predominantes del logotipo se ubican en la gama de los tonos tierra: marrones, beige, ocres y terracotas suaves. Desde la psicología del color, estos tonos transmiten:

Calidez y cercanía: Los ocres y beige evocan materiales naturales como la madera o la tierra, generando una atmósfera de acogida, hogar y cuidado.

Conexión con lo tradicional: Estos colores remiten a la arquitectura antigua, al campo, a lo rústico, lo que se relaciona bien con el carácter tradicional y patrimonial del asilo.

#### ELEMENTOS DEL ISOLOGO CPSAM SANTA ROSA DE OSOS

##### Elementos del Isologo

##### CPSAM Santa Rosa de Osos

El isólogo del Centro de Protección Social al Adulto Mayor (CPSAM) Santa Rosa de Osos ha sido diseñado con el propósito de reflejar la identidad, el legado arquitectónico y el carácter espiritual de la institución.

Uno de los elementos centrales del diseño es la representación de la fachada del asilo, la cual ha sido cuidadosamente ilustrada para resaltar su valor patrimonial y su arraigo en la memoria colectiva del municipio.



*Figura 13:* Elementos del isologo CPSAM Santa Rosa de Osos, presentados a la Junta Directiva como parte de la propuesta de identidad visual institucional.

La figura 13 documenta la explicación detallada de los elementos constitutivos del isologo, presentada ante la Junta Directiva como parte de los resultados proyectuales de la Fase 2. En esta instancia se validó la pertinencia del referente arquitectónico como eje central del sistema visual. La representación ilustrada de la fachada del CPSAM fue argumentada no solo como una imagen del edificio, sino como un símbolo del hogar, la historia, la estabilidad y el cuidado que caracterizan la institución.

Asimismo, se explicó la incorporación de elementos propios de la capilla —como los arcos, la torre y detalles ornamentales— con el propósito de resaltar el componente espiritual que acompaña la labor del CPSAM. Estos elementos fueron reconocidos como rasgos identitarios con alto valor simbólico, capaces de comunicar valores compartidos como la dignidad, la fe y la esperanza, sin recurrir a recursos gráficos externos o genéricos.

En cuanto a las decisiones técnicas, durante la presentación se expusieron los criterios que sustentan la selección tipográfica y cromática del sistema visual. La tipografía Lexie Readable fue justificada por su legibilidad, claridad y accesibilidad, cualidades especialmente relevantes en un contexto institucional enfocado en adultos mayores. Como complemento, la tipografía manuscrita Catalish Huntera fue presentada como un recurso que aporta cercanía y humanidad, equilibrando la formalidad del conjunto. Del mismo modo, se argumentó el uso de una paleta de tonos tierra —marrones, beige y ocre— por su relación con la arquitectura patrimonial del hogar y su capacidad para transmitir calidez, estabilidad y conexión con lo tradicional.

Esta etapa de socialización permitió identificar, además, la necesidad de reforzar el componente humano del sistema visual, lo que dio lugar a ajustes posteriores en la propuesta, como

la integración de elementos orgánicos inspirados en el Árbol de la Vida. De este modo, la validación ante la Junta Directiva no se limitó a aprobar una imagen final, sino que contribuyó de manera activa al refinamiento del sistema visual.

En conjunto, la presentación ante la Junta Directiva consolida esta fase como un espacio de validación institucional y evidencia que la identidad visual del CPSAM no es un recurso aislado, sino un sistema estructurado, argumentado y alineado con la misión social del centro. Este proceso refuerza el carácter de la Fase 2 como una etapa de resultados proyectuales, sentando las bases para la aplicación y evaluación del sistema visual en contextos reales, abordadas en la fase siguiente del proyecto.



*Figura 15:* Propuestas gráficas y mockups desarrollados para validar la aplicación del sistema visual en distintos soportes.

Este proceso de ensayo y ajuste fue fundamental para depurar la legibilidad del signo, su equilibrio simbólico y su capacidad de adaptación a piezas impresas y digitales.

La figura 15 corresponde al conjunto de propuestas gráficas y mockups elaborados como parte del proceso de validación del sistema visual del CPSAM. Estas piezas se desarrollaron con el propósito de visualizar de manera concreta cómo la nueva identidad se comportaría al ser aplicada en soportes reales de comunicación institucional, tales como papelería, material informativo, piezas promocionales y medios digitales.

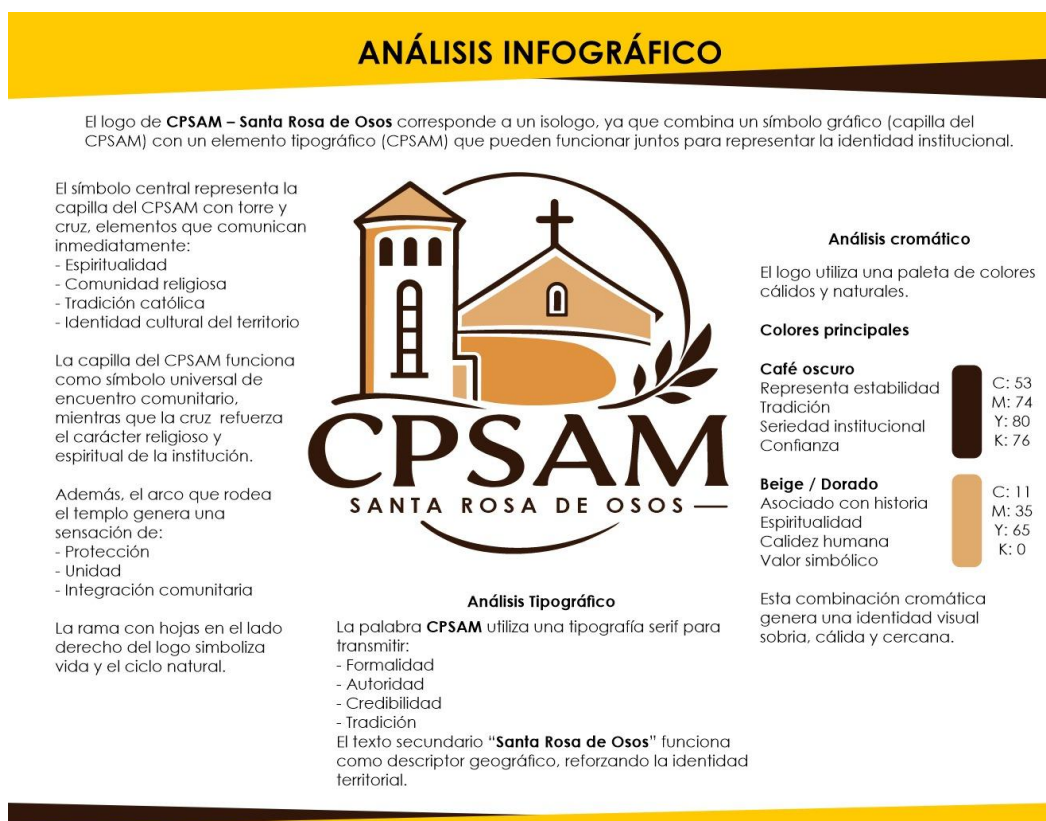
La inclusión de esta figura en la Fase 2 responde a una necesidad metodológica clara: demostrar que el sistema visual diseñado no se limita a un ejercicio teórico o a la creación de un isologo aislado, sino que posee la capacidad de adaptarse de forma coherente y funcional a diferentes contextos de uso. A través de los mockups, fue posible evaluar aspectos clave como la legibilidad del signo, el equilibrio entre símbolo y tipografía, la correcta aplicación de la paleta cromática y la jerarquía visual de la información en cada soporte.

Este proceso de ensayo y ajuste resultó fundamental para depurar el sistema gráfico. La observación de las aplicaciones permitió identificar ajustes necesarios en proporciones, contrastes y ubicaciones del logotipo, garantizando que la identidad mantuviera claridad y consistencia tanto en formatos impresos como digitales. Asimismo, los mockups facilitaron la comprobación de la adaptabilidad del sistema visual a diferentes escalas y superficies, un criterio esencial para su uso cotidiano por parte de la institución.

En el contexto de la presentación ante la Junta Directiva, estas piezas cumplieron una función estratégica adicional. Más allá de explicar conceptos gráficos, los mockups permitieron ilustrar visualmente cómo la identidad se vería aplicada en situaciones reales, facilitando la

comprensión del alcance del proyecto por parte de los miembros de la Junta. De este modo, la propuesta dejó de percibirse como una abstracción gráfica para convertirse en una herramienta tangible de comunicación institucional.

Desde esta perspectiva, la figura 15 evidencia uno de los principales resultados de la Fase 2: la consolidación de un sistema visual aplicable, comprensible y validable, capaz de orientar la producción futura de material gráfico del CPSAM. Estos ejercicios de aplicación constituyen, además, fragmentos clave del brandboar, ya que establecen referentes prácticos para el uso correcto del isologo y de los elementos gráficos en distintos medios.



*Figura 15:* Propuesta final del isologo, resultado del proceso de depuración y síntesis conceptual.

Posterior a la presentación y validación inicial de la propuesta ante la Junta Directiva, el proceso proyectual continuó con una etapa de refinamiento orientada a lograr un isologo más armónico, equilibrado y conceptualmente robusto. Esta fase de ajuste respondió tanto a las observaciones surgidas durante la socialización institucional como a la necesidad de fortalecer la coherencia entre los valores conceptuales definidos y su traducción formal en el signo visual.

La figura 15 corresponde a la propuesta final del isologo, entendida como el resultado de un proceso de síntesis conceptual y depuración técnica. Su inclusión dentro de la Fase 2 cumple una función metodológica central: evidenciar de manera clara cómo el sistema visual evolucionó desde las primeras rutas exploratorias hasta una solución consolidada, capaz de integrar de forma armónica los distintos elementos simbólicos, tipográficos y cromáticos definidos en esta etapa.

En el isologo final se mantiene la representación de la iglesia con torre y cruz como símbolo central, reforzando de manera inmediata el componente espiritual, comunitario y cultural del CPSAM. Estos elementos funcionan como signos de reconocimiento territorial y de identidad colectiva, vinculando visualmente a la institución con su historia y con la tradición de Santa Rosa de Osos. La iglesia se presenta no únicamente como edificación física, sino como espacio de encuentro comunitario y acompañamiento espiritual.

El arco que envuelve el templo refuerza visualmente la noción de protección, unidad e integración comunitaria, conceptos directamente asociados a la misión institucional del CPSAM. Este recurso formal aporta estabilidad compositiva al conjunto y contribuye a la lectura del isologo como un símbolo de refugio y hogar. A su vez, la incorporación de la rama con hojas en uno de los laterales enriquece el sistema visual al introducir valores de vida, renovación, esperanza y paz, equilibrando la solidez arquitectónica con un lenguaje orgánico y humano.

Desde el punto de vista tipográfico, la palabra “CPSAM” se compone con una tipografía serif, seleccionada para transmitir formalidad, credibilidad, tradición y autoridad institucional. Esta elección responde a la necesidad de proyectar confianza y estabilidad, especialmente en contextos administrativos y comunicativos formales. El texto secundario “Santa Rosa de Osos” funciona como descriptor geográfico, reforzando el arraigo territorial de la institución y su vínculo con la comunidad local.

La estrategia cromática, sistematizada en la propuesta final, se construyó a partir de una paleta de tonos cálidos y naturales, integrada principalmente por café oscuro y beige. El café oscuro transmite estabilidad, tradición y seriedad institucional, mientras que el beige evoca historia, espiritualidad y calidez humana. Esta combinación cromática permite consolidar una identidad visual sobria, cercana y coherente, adecuada para su aplicación tanto en soportes impresos como digitales, reforzando la conexión entre el patrimonio arquitectónico del CPSAM y su misión de acompañamiento integral.

Desde una perspectiva proyectual, la figura 15 sintetiza los principales aprendizajes de la Fase 2 y confirma que el proceso de diseño no fue lineal ni inmediato, sino resultado de iteraciones sucesivas, evaluaciones comparativas y ajustes técnicos. El isologo final no solo resuelve aspectos estéticos, sino que consolida un sistema visual con capacidad comunicativa, adaptabilidad y sentido institucional, preparado para orientar la producción futura de material gráfico del CPSAM.

En este sentido, la figura 15 se constituye como uno de los resultados más relevantes de la Fase 2, al materializar visualmente la transición desde una identidad gráfica fragmentada hacia un sistema estructurado, significativo y alineado con la realidad social, arquitectónica y humana de la institución.

## **Formalización y Normalización Técnica**

La construcción del isologo no es una suma de elementos aislados, sino un sistema indivisible donde el texto y el símbolo coexisten para reforzar el mensaje institucional. El arco que envuelve el templo fue diseñado para generar una percepción de protección y unidad, integrando a la comunidad bajo un mismo refugio. A este conjunto se suma una rama con hojas en el flanco derecho, la cual introduce conceptos de vida, renovación y esperanza, equilibrando la solidez arquitectónica con la calidez de la naturaleza. En cuanto al componente del logotipo integrado, se empleó una tipografía con remates que proyecta formalidad y credibilidad, mientras que el descriptor geográfico "Santa Rosa de Osos" ancla la identidad al territorio, garantizando un reconocimiento local sólido.

La estrategia cromática constituye la solución técnica a las inconsistencias detectadas en la fase anterior, adoptando una paleta de colores naturales que busca transmitir una identidad sobria y cercana. El uso del Café oscuro (C:53 M:74 Y:80 K:76) aporta la base de estabilidad, tradición y seriedad institucional necesaria para generar confianza en la comunidad. Este se complementa con un tono Beige (C:11 M:35 Y:65 K:0), cuya función es evocar la calidez humana y el valor simbólico de la historia del CPSAM. Esta combinación no solo responde a criterios estéticos, sino que asegura una reproducción técnica precisa en diversos soportes, desde la papelería oficial hasta la señalética de la planta física.

Finalmente, esta normalización visual se consolida en un Brandboard que permite al centro proyectar una imagen sólida y auténtica. Al establecer lineamientos claros sobre el uso de tipografías y especificaciones cromáticas, se supera la "anarquía gráfica" identificada originalmente. El resultado es una identidad visual que deja de ser un recurso improvisado para

convertirse en un sistema estructurado y con sentido, que invita a la comunidad a reconocer, respetar y apoyar la misión social de la institución.

### **Fase 3: Aplicación, validación y ajuste contextual del sistema visual**

La Fase 3 del proyecto se orientó a la aplicación del sistema de identidad visual en contextos reales de comunicación institucional y comunitaria, con el propósito de validar su funcionamiento, pertinencia y adaptabilidad. Esta etapa permitió comprobar que la identidad visual desarrollada en la Fase 2 no se limita a una formulación conceptual, sino que funciona como un sistema gráfico operativo capaz de responder a las necesidades comunicativas reales del CPSAM.

Más allá de una aplicación estética, cada pieza gráfica diseñada en esta fase respondió a una intención específica: profesionalizar la comunicación institucional, superar la improvisación gráfica diagnosticada en la Fase 1 y construir una imagen coherente que proyecte seriedad, calidez y confianza.

#### **Primera aplicación pública del sistema visual**

La validación inicial del sistema visual se dio a través de su uso en un contexto público real, lo que permitió evaluar su impacto y reconocimiento comunitario, fue utilizado por el CPSAM durante el desfile municipal de la tercera edad, constituyendo su primera aparición pública con la nueva imagen.



*Figura 16: Pasacalle institucional*

El pasacalle institucional constituyó la primera aplicación pública del nuevo sistema visual del CPSAM. Su inclusión en esta fase responde a la necesidad de analizar el comportamiento del isologo en un soporte de gran formato y alta exposición pública. Esta pieza permitió validar la legibilidad del signo a distancia, la correcta reproducción cromática y la claridad del mensaje institucional en un entorno urbano.

Desde el punto de vista comunicativo, el pasacalle funcionó como un elemento de visibilización y reconocimiento, marcando el inicio de la transición hacia una imagen institucional unificada. Su uso evidenció que el sistema visual podía comunicar identidad y pertenencia de manera inmediata, sin necesidad de textos extensos o recursos externos.

### **Normalización de la Comunicación Institucional y Administrativa**

Una vez validada la identidad en un contexto público, se avanzó hacia la normalización de la comunicación administrativa interna, entendida como un espacio clave para consolidar la imagen institucional.



*Figura 17.* Hoja membrete institucional desarrollada para documentos oficiales del CPSAM.

Para consolidar la identidad fue la intervención de la papelería oficial, donde se buscó un equilibrio entre funcionalidad y presencia de marca. Se diseñó la papelería institucional con marca de agua para documentos oficiales para certificados y material interno.

A diferencia de la papelería anterior, que presentaba saturación de elementos, esta propuesta utiliza un diseño limpio donde el isologo se ubica con autoridad en la cabecera. El uso de la paleta café y beige en el pie de página organiza la información de contacto sin competir con el texto principal, demostrando que la nueva identidad es una herramienta funcional que refuerza la institucionalidad en cada trámite administrativo.

### **Estrategia de Recaudación y Proyección Social**

Dada la naturaleza del CPSAM como entidad sin ánimo de lucro, la identidad debía validar su versatilidad en piezas destinadas a la comunidad.



*Figura 18:* Volante promocional de la rifa de la novillona.

El volante fue diseñado para promocionar la rifa decembrina, incorporando de manera visible la nueva identidad visual del CPSAM. El isologo se presenta como un sello de garantía y transparencia, reforzando la confianza de la comunidad en el proceso de recaudación de fondos y profesionalizando la comunicación institucional.

Para destacar los mensajes clave, se aplicaron texturas sutiles de fondo que aportan calidez y cercanía, sin restar legibilidad al contenido. La disposición tipográfica jerarquiza la información más significativa, colocando en primer plano frases como “Tu aporte contribuye al bienestar de nuestros adultos mayores”, que funcionan como llamados directos a la acción y fortalecen el vínculo emocional con la comunidad.

De este modo, la pieza no solo cumple una función informativa, sino que también transmite un mensaje de solidaridad y participación colectiva, consolidando la nueva imagen institucional en un contexto festivo y comunitario.

The image shows a raffle ticket for 'PRO: ASILO'. On the left, there are input fields for 'N°', 'NOMBRE:', 'DIRECCIÓN:', 'TELÉFONO:', and 'ABONO PAGO'. The main body of the ticket features a yellow banner with 'PRO: ASILO' and a double-headed arrow. Below this is the text '¡Apoya a nuestros abuelos y gana una novillona!' and another yellow banner with 'DONACIÓN \$5.000'. To the right is a photograph of a brown cow. The ticket also includes the CPSAM logo (Santa Rosa de Guaymas) with the phone number 311 261 75 51, the date 'JUEGA: 28 Diciembre Después de Misa 7 Pm', and the terms 'Boleta sin cancelar no juega' and 'Caducidad 30 días'. A small 'N°' field is at the bottom right.

. Figura 19: Boleta de la rifa de la novillona.

El bono de colaboración reafirma esta función de transparencia y legitimidad institucional. A través del mensaje central «¡Apoya a nuestros abuelos y gana una novillona!», se fortalece el vínculo emocional con la comunidad, apelando tanto a la solidaridad como al incentivo de participación. La jerarquía tipográfica, el contraste cromático y la integración coherente del isologo permiten profesionalizar esta actividad tradicional de recaudación.

Asimismo, el uso de las mismas texturas y recursos gráficos del volante, junto con la incorporación de la fotografía de la misma novillona, genera una unidad visual que conecta las distintas piezas de comunicación vinculadas a la actividad. Esta coherencia gráfica no solo mejora la recordación, sino que también refuerza la credibilidad del CPSAM ante la comunidad.

### **Aplicación en eventos institucionales de alto impacto**



*Figura 20.* Invitación al Séptimo Banquete del Millón Pro-Asilo.

Esta pieza corresponde a uno de los eventos de mayor visibilidad institucional, en el que la comunicación no solo informa, sino que configura una experiencia simbólica alrededor del acto de contribuir. Su diseño evidencia la consolidación de un sistema visual capaz de adaptarse a escenarios formales de alto impacto, donde la claridad del mensaje se articula con una intención evocadora. El equilibrio entre color, tipografía y espacios en blanco depura la composición y establece un ritmo visual que guía la lectura, jerarquizando los contenidos de manera precisa.

En este contexto, los textos internos adquieren un papel protagónico como dispositivos de sentido. La mención de la donación por persona de \$100.000 no se presenta únicamente como un dato informativo, sino como un elemento visualmente enfatizado mediante el uso de una tipografía diferenciada, que resalta la cifra y la convierte en un nodo de atención dentro de la pieza. Este

tratamiento tipográfico no solo facilita la legibilidad, sino que construye una percepción de valor en torno al aporte, integrándolo de forma natural al discurso visual.

A su vez, la incorporación de elementos propios del asilo, como el patio de la entrada y la figura de uno de los adultos mayores, activa una narrativa que trasciende lo descriptivo. Estos recursos funcionan como anclajes simbólicos que vinculan el evento con su propósito social, situando al espectador en un espacio reconocible y cargado de significado. Así, la invitación no solo convoca, sino que propone una lectura donde forma, contenido y contexto se entrelazan para dar sentido a la experiencia colectiva del apoyo institucional.

### **Programas sociales y comunicación empática**

PROGRAMA DE  
**APADRINAMIENTO**  
de Abuelos

En nuestra fundación, cada abuelo merece amor, cuidado y compañía

Te invitamos a ser parte de esta hermosa OBRA de AMOR

**APADRINA UN ABUELO**

Ayúdanos a brindar bienestar, dignidad y felicidad a nuestros adultos mayores.

Tu ayuda puede contribuir con:  
Alimentación, medicamentos, bienestar, actividades recreativas, etc.

Nombre del Abuelo:  
\_\_\_\_\_

Padrino / Madrina:  
\_\_\_\_\_

Cada padrino recibe información sobre el bienestar de su abuelo apadrinado.

311 261 75 51 / cpsamsantarosadeosos@gmail.com  
CR 28 CL 30B -70 Santa Rosa de Osos (Ant)

*Figura 21.* Volante del programa de apadrinamiento.

Se diseñó un volante específico donde el uso de la fotografía real de los adultos mayores se equilibra con una estructura de texto clara. Aquí, el amarillo actúa como color de realce para el llamado a la acción ("Apadrina un Abuelo"), mientras que el isologo aporta el respaldo institucional necesario para generar confianza en el padrino.



**CPSAM**  
SANTA ROSA DE OSOS

**DONACIÓN SOLIDARIA**

**TU AYUDA CUENTA MUCHO**

Te invitamos a hacer parte de esta labor solidaria donando:

- Alimentos no perecederos.
- Ropa en buen estado.
- Artículos de aseo personal.
- Aportes económicos.

Cuenta ahorros Bancolombia:  
**64200000439**  
Centro de protección social al adulto mayor

Cra 28 # 30B - 70 Santa Rosa de Osos, Antioquia

*Figura 22.* Volante de la campaña de donación solidaria.

Campaña de donación de víveres, en ella, la tipografía de palo seco facilita la lectura de datos críticos (como el número de cuenta Bancolombia), mientras que la fotografía real de los residentes refuerza el vínculo emocional, eliminando el tono puramente administrativo del pasado. El uso de una imagen de manos entrelazadas junto al isologo refuerza el valor de la "Calidez Humana" identificado en el análisis cromático (paleta café/beige).

## Empatía y Protocolo: El Obituario Institucional



Figura 23: Obituario institucional

El diseño del obituario institucional constituyó una de las validaciones más exigentes del sistema visual, debido a la carga simbólica y emocional asociada a este tipo de comunicación. En un contexto de profundo respeto y duelo, esta pieza permitió evaluar la capacidad del sistema gráfico para acompañar momentos de trascendencia, incorporando el isologo institucional de manera sobria y contenida, sin recurrir a una sobreexposición visual ni a recursos gráficos invasivos.





y objetivos, el portafolio de servicios, así como los canales oficiales de contacto y las formas de donación, consolidándose como una herramienta de presentación integral ante la comunidad, benefactores y entidades aliadas.

Desde el punto de vista del diseño, esta pieza valida la capacidad del sistema visual para organizar grandes volúmenes de información sin sacrificar claridad ni legibilidad. La jerarquización tipográfica permite diferenciar títulos, cuerpos de texto y listados de servicios, facilitando una lectura fluida y comprensible. La paleta cromática definida en la Fase 2 — dominada por tonos cálidos como el amarillo, el café y el beige— actúa como elemento unificador, aportando coherencia visual entre las distintas caras del plegable.

El uso de fotografía real de los espacios del CPSAM y de las personas mayores residentes refuerza la dimensión humana del mensaje, estableciendo una conexión emocional directa con el lector y evitando el uso de imágenes genéricas o de banco. Esta decisión confirma uno de los principios centrales del diagnóstico y de la propuesta gráfica: comunicar desde referentes propios y auténticos, alineados con la realidad institucional.

En términos funcionales, el plegable permitió validar la adaptabilidad del isologo a distintos tamaños, fondos y composiciones, así como su correcta integración junto a elementos gráficos como iconos, bloques de texto y recursos informativos (por ejemplo, códigos QR y datos bancarios). La inclusión clara de los medios para donar y de los canales de contacto institucional fortalece la transparencia y la confianza, aspectos fundamentales para una entidad sin ánimo de lucro.

Desde la perspectiva metodológica, esta pieza constituye un ejercicio de validación integral del sistema visual, al comprobar su desempeño simultáneo en los ámbitos informativo,

institucional y comunitario. El plegable demuestra que la identidad visual desarrollada no solo funciona en piezas aisladas, sino que es capaz de sostener discursos complejos y extensos manteniendo coherencia, reconocimiento y calidez comunicativa.

En el contexto de la Fase 3, la Figura 24 refuerza la consolidación del sistema de identidad visual del CPSAM como una herramienta de comunicación estratégica, capaz de apoyar procesos de divulgación institucional, fortalecimiento del vínculo comunitario y sostenibilidad económica, cumpliendo así con los objetivos planteados en las fases anteriores del proyecto.

**CPSAM**  
SANTA ROSA DE OSOS  
BRANDBOAR / IDENTIDAD VISUAL

**CONCEPTO DE MARCA**  
"Dignidad, cuidado y acompañamiento en el atardecer de la vida"

El CPSAM es un hogar que ofrece bienestar integral al adulto mayor, basado en el respeto, la calidez y la presencia constante.

**PALETA DE COLOR**

TIERRA PROFUNDA #3B1F10	TIERRA CÁLIDA #E2AE76	BEIGE CÁLIDO #E9D7B4	TERRACOTA ACOGEDOR #CB6A3A	VERDE OLIVA #6B7A4A	LUZ ESPERANZA #E2B84D
----------------------------	--------------------------	-------------------------	-------------------------------	------------------------	--------------------------

**VARIANTES DEL LOGO**

VERSIÓN COLOR    VERSIÓN NEGATIVO    VERSIÓN MONOCROMO

**TIPOGRAFÍA**

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL: **Aa Bb Cc** Constructium  
Elegante, legible y cercana

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA: *Aa Bb Cc* Monotype Corsiva  
APORTA IDENTIDAD Y ESTILO

TIPOGRAFÍAS DE APOYO: *Open Sand / Monserrat*  
Para textos complementario y digitales

**ESTILO FOTOGRAFICO**

CERCANIA    CALIDEZ    NATURALIDAD    DIGNIDAD    HOGAR

**ELEMENTOS GRÁFICOS**

Formas orgánicas, líneas suaves y elementos que representan cuidado, hogar y naturaleza.

**TONO COMUNICATIVO**

- Corazón: Cercano y respetuoso
- Palabras: Claro y humano
- Personas: Enfocado en la dignidad, no en la lástima
- Escucha: Valora la historia y el aporte del adulto mayor

**EJEMPLOS**

- ✗ "Personas vulnerables"
- ✓ "Adultos mayores con historia y valor"

**APLICACIONES**

INFRAESTRUCTURA    PAPELERÍA    REDES SOCIALES

**PALABRAS CLAVE DE MARCA**  
DIGNIDAD \* CUIDADO \* HOGAR \* CALIDEZ \* PRESENCIA \* RESPETO

Figura 25. Brandboard, identidad visual del CPSAM

El Brandboard del CPSAM (figura 25) se consolida como una de las entregas más significativas del proceso, en tanto funciona como un documento orientador que traduce la esencia

institucional en lineamientos claros para el manejo de la marca y de la identidad visual. Este recurso sintetiza los elementos conceptuales, gráficos y comunicativos que permiten garantizar coherencia, reconocimiento y continuidad en todas las expresiones visuales del CPSAM, independientemente del medio o del contexto de aplicación.

El punto de partida del Brandboard es el concepto de marca “Dignidad, cuidado y acompañamiento en el atardecer de la vida”, el cual articula de manera transversal todas las decisiones visuales. A partir de este enunciado, la identidad del CPSAM se construye como la de un hogar que brinda bienestar integral al adulto mayor, fundamentado en el respeto, la calidez humana y la presencia constante. Este enfoque se ve reflejado tanto en el lenguaje visual como en el tono comunicativo, evitando representaciones asistencialistas y privilegiando una mirada que reconoce la historia, el valor y la dignidad de las personas mayores.

El logotipo ocupa un lugar central dentro del Brandboard, ya que concentra los principales valores simbólicos de la institución. En este sentido, la representación arquitectónica adquiere especial relevancia: la torre, mayoritariamente blanca, se establece como un elemento identitario clave. El predominio del blanco refuerza conceptos como dignidad, serenidad, cuidado y transparencia, mientras que su estabilidad formal transmite protección y permanencia. Esta base neutra se complementa con tonos cálidos y terrosos que evocan hogar, cercanía y arraigo, logrando un equilibrio visual coherente con la misión del CPSAM. El Brandboard define además las variantes cromática, negativa y monocromática del logo, asegurando su correcta reproducción sin alterar su estructura ni su significado.

La paleta de color definida en la figura 25 refuerza este universo simbólico a través de tonos tierra, beige, terracota, verde oliva y luz esperanza, los cuales se asocian a estabilidad, calma,

naturaleza, calidez y acompañamiento. Estos colores no solo aportan coherencia estética, sino que establecen una conexión emocional con el público, alineándose con los valores institucionales y con el concepto de marca.

En cuanto al sistema tipográfico, el Brandboard propone una combinación equilibrada entre elegancia, legibilidad y cercanía. La tipografía principal aporta formalidad y claridad en los mensajes institucionales, mientras que las tipografías secundarias y de apoyo permiten flexibilidad y adaptación a distintos formatos, especialmente en entornos digitales, sin perder unidad visual.

El estilo fotográfico definido refuerza esta narrativa al priorizar imágenes de carácter natural y cotidiano, con iluminación cálida y contextos reales que transmiten cercanía, hogar y dignidad. Las escenas seleccionadas evitan el dramatismo y la lástima, y se enfocan en la humanidad, la historia y la presencia activa del adulto mayor dentro del entorno del CPSAM.

Finalmente, el Brandboard integra el tono comunicativo como un componente esencial de la identidad. El lenguaje propuesto es cercano, respetuoso y humano, centrado en la dignidad y no en la vulnerabilidad, y coherente con los valores de respeto, cuidado y presencia. Las aplicaciones presentadas en infraestructura, papelería y redes sociales evidencian cómo estos lineamientos se materializan en usos concretos, garantizando una identidad visual consistente y fiel a la esencia institucional.

### **Validación y Ajuste Contextual**

La propuesta final fue sometida a una sesión de validación con la junta de administración, donde se evaluó la pertinencia de la marca frente a la realidad económica del centro. Si bien la recepción fue altamente positiva, destacando la fuerte carga simbólica de la capilla y la claridad

de la paleta café/beige para proyectar tradición y confianza, se identificaron limitaciones presupuestarias para una implementación total inmediata (como en el caso de uniformes bordados o señalética en materiales costosos). Como resultado, se acordó un plan de implementación gradual, priorizando las aplicaciones digitales, las redes sociales y la papelería básica de bajo costo de impresión, garantizando así la sostenibilidad del proyecto.

### **Conclusiones.**

El rediseño de la identidad visual institucional del CPSAM permitió consolidar una propuesta coherente y representativa, en la que se integran los valores espirituales, sociales y patrimoniales de la institución. Este resultado responde al objetivo general de fortalecer la comunicación visual del centro y proyectar una imagen sólida ante la comunidad y sus aliados.

El análisis de la identidad gráfica previa evidenció una falta de coherencia visual y de elementos propios que dificultaban el reconocimiento institucional. A partir de este diagnóstico, el desarrollo de una nueva propuesta basada en la fachada del edificio como símbolo central contribuyó a recuperar el sentido de pertenencia y a reforzar la conexión entre la institución y su legado histórico en Santa Rosa de Osos.

La aplicación de la nueva identidad en piezas comunicativas y eventos institucionales, como el Séptimo Banquete del Millón, los bonos de colaboración y la papelería oficial, permitió incrementar la visibilidad del CPSAM y generar una mayor identificación del público con su misión social. Aunque algunas propuestas, como la señalética o los uniformes, no fueron implementadas por limitaciones presupuestales, se establecieron bases gráficas sólidas para su ejecución futura.

El desarrollo de contenidos para redes sociales, acompañado de la autorización de los residentes para compartir sus historias, favoreció la humanización de la comunicación institucional, fortaleciendo la percepción del CPSAM como un espacio de cuidado, dignidad y bienestar. Este resultado contribuye al objetivo de fomentar la participación comunitaria y visibilizar el valor de las personas mayores dentro del tejido social.

Finalmente, el proyecto demuestra que el diseño gráfico puede ser una herramienta estratégica de transformación social, capaz de fortalecer la identidad de instituciones sin ánimo de lucro y de promover su sostenibilidad mediante una comunicación visual coherente, inclusiva y emocionalmente significativa.

### **Fortalezas**

El proyecto de rediseño de la identidad visual del CPSAM se consolidó como una experiencia integral en la que convergieron la sensibilidad social y la aplicación de estrategias de diseño institucional. Entre las principales fortalezas, se destaca la capacidad para capturar la esencia del hogar y traducirla visualmente en una propuesta cercana, cálida y representativa, a través de la imagen de la fachada del asilo como símbolo central de pertenencia y reconocimiento. Esta elección permitió fortalecer el sentido de identidad tanto en la comunidad interna como externa, aportando coherencia visual y emocional a la marca.

Asimismo, el proyecto sobresalió por su enfoque participativo: la validación de la propuesta con la dirección y la junta directiva garantizó un proceso de diseño con respaldo institucional, lo cual fortaleció la legitimidad de la nueva imagen. La producción fotográfica propia fue otro aspecto relevante, al aportar autenticidad y permitir mostrar con respeto y empatía a los residentes, quienes se convirtieron en los verdaderos protagonistas de la comunicación del CPSAM.

No obstante, el proceso también evidenció dificultades estructurales y operativas, como la falta de recursos económicos y tecnológicos, la limitada presencia digital de la institución y la escasa documentación visual previa. Estos factores demandaron creatividad para adaptar las propuestas a los medios disponibles y diseñar soluciones realistas dentro de las posibilidades del

centro. Tales desafíos se convirtieron en una oportunidad para fortalecer la capacidad de gestión, priorización y resolución práctica en contextos institucionales con restricciones.

De esta experiencia se derivan importantes aprendizajes profesionales, especialmente en la necesidad de integrar el diseño gráfico con la comunicación social y la gestión comunitaria, reconociendo que la identidad visual trasciende lo estético y cumple un papel estratégico en la proyección y sostenibilidad de las organizaciones sociales.

### **Logros**

El desarrollo de la identidad visual del CPSAM representó un proceso de aprendizaje integral en el que se combinaron la sensibilidad social y la aplicación del diseño como herramienta de transformación institucional. Uno de los principales logros fue la consolidación de una imagen coherente con la misión y los valores del hogar, lo cual permitió proyectar una representación visual más cálida, humana y cercana a la comunidad. La aprobación de la propuesta por parte de la dirección y posteriormente de la junta directiva evidenció la pertinencia del trabajo realizado, aun cuando inicialmente existió cierta resistencia al cambio por motivos presupuestales y de costumbre institucional.

A pesar de las limitaciones en recursos y del carácter voluntario de la organización, el proceso de implementación de la nueva identidad visual avanzó de manera gradual en piezas como papelería institucional, afiches, pendones y publicaciones digitales. Este despliegue fortaleció la imagen del hogar y mejoró su visibilidad ante la comunidad, permitiendo abrir espacios de reconocimiento y apoyo, especialmente a través de las redes sociales. De esta manera, la propuesta

gráfica renovada se consolidó como un recurso estratégico para la legitimación y proyección del CPSAM, articulando coherencia visual con la misión institucional.

Entre las dificultades enfrentadas, se destacó la necesidad de conciliar las expectativas de distintos miembros de la junta con los objetivos del rediseño, lo que exigió una comunicación constante, argumentación visual y adaptabilidad en la propuesta. Sin embargo, estas experiencias fortalecieron la capacidad de negociación y demostraron la importancia de involucrar a todos los actores del proyecto desde las etapas iniciales del proceso de diseño.

Como oportunidad de mejora, se identificó la necesidad de continuar con la implementación del manual de identidad visual y de establecer una estrategia de comunicación continua que refuerce el posicionamiento de la marca. Asimismo, se proyecta que los lineamientos desarrollados puedan aplicarse en futuras campañas institucionales, material educativo o señalética interna, ampliando así el alcance del diseño dentro de la entidad.

En conjunto, los resultados obtenidos evidencian que el diseño gráfico, cuando se aplica con enfoque participativo y social, puede generar un impacto real en instituciones de carácter comunitario, fortaleciendo su proyección, cohesión interna y vínculo con la sociedad.

## **Oportunidades**

El proyecto abre oportunidades de desarrollo y expansión en el ámbito del diseño social y la comunicación institucional. Una de las principales líneas de acción consiste en avanzar hacia la implementación integral del manual de identidad visual, incorporando la señalética interna y externa del CPSAM. Esta medida fortalecería la coherencia comunicativa y la orientación espacial, consolidando la identidad institucional y favoreciendo la movilidad de los residentes. Al mismo

tiempo, la señalética contribuiría a reforzar el sentido de pertenencia y bienestar emocional dentro del entorno, proyectando una imagen más clara y cohesionada hacia la comunidad.

Asimismo, la propuesta ofrece la oportunidad de profundizar en estrategias digitales sostenibles, especialmente en redes sociales, donde el uso del nuevo sistema visual puede convertirse en un canal efectivo para fortalecer el vínculo con la comunidad y visibilizar las historias de vida de los adultos mayores. La difusión de estos contenidos permitiría incentivar programas como el “Plan Padrino” y promover una imagen institucional basada en la empatía y la solidaridad.

Desde una perspectiva académica y profesional, el proyecto representa una base sólida para futuras investigaciones o intervenciones en diseño social, comunicación visual y branding institucional aplicado a contextos comunitarios. La experiencia del CPSAM podría ser replicable en otras instituciones de carácter social, lo que abriría espacios de colaboración interinstitucional y la posibilidad de integrar prácticas interdisciplinarias entre diseño, trabajo social y comunicación.

Finalmente, se vislumbra la oportunidad de fortalecer la formación de voluntarios y personal administrativo en el uso adecuado de la identidad visual, garantizando la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. Este proceso formativo aseguraría la correcta aplicación de los lineamientos gráficos y fomentaría una cultura institucional más coherente y participativa.

### **Retos (Dificultades)**

Durante el desarrollo del proyecto, uno de los principales retos fue la limitación presupuestal del CPSAM, lo que restringió la posibilidad de implementar de forma inmediata todas

las piezas diseñadas, especialmente las relacionadas con señalética, uniformes y material impreso. Esta situación exigió replantear la estrategia hacia un modelo de aplicación gradual, priorizando la coherencia visual y la sostenibilidad económica. Tal desafío permitió comprender la importancia de adaptar los procesos de diseño a contextos institucionales con recursos limitados, sin comprometer la calidad conceptual ni la pertinencia comunicativa de la propuesta.

Otro reto relevante fue la resistencia al cambio por parte de algunos miembros de la junta directiva, quienes mostraron preocupación frente a los posibles costos y la alteración de la imagen tradicional del centro. Este escenario puso en evidencia la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación interna y la presentación de argumentos visuales y simbólicos que expliquen el valor de la renovación gráfica. En este proceso, la elaboración de mockups y la aplicación del nuevo logo en piezas de bajo costo, como el pendón institucional, se convirtieron en herramientas clave para generar confianza y aceptación del rediseño.

Asimismo, el proyecto enfrentó desafíos relacionados con la gestión del tiempo durante las fases de diagnóstico y validación, debido a la dinámica operativa del centro y la disponibilidad del personal directivo. Este aspecto subrayó la importancia de una planificación flexible y del establecimiento de cronogramas realistas en proyectos sociales, donde la participación y el consenso son factores determinantes para avanzar.

Finalmente, desde la perspectiva profesional, el proceso representó un reto de articulación entre el diseño visual y el impacto social, exigiendo sensibilidad ética en la representación de los adultos mayores y en el manejo de su imagen pública. La obtención de consentimientos informados y la narración respetuosa de sus historias permitieron abordar este aspecto con responsabilidad, reafirmando el papel del diseño como herramienta de comunicación humana y no solo estética.

En síntesis, los retos enfrentados impulsaron un proceso de aprendizaje significativo orientado a la adaptabilidad, la gestión participativa y la comprensión de las realidades institucionales como factores fundamentales para el éxito de un proyecto de diseño social.

## Referencias

- Costa, J. (2014). *Identidad visual corporativa: La imagen de la empresa*. Paidós.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5.<sup>a</sup> ed.). SAGE.
- Fernández-Valdivieso, G. A. (2022). *Diseño de la identidad visual y elaboración de un manual de identidad visual* [Trabajo de grado, Universidad de Santander]. Repositorio UDES. <https://repositorio.udes.edu.co/entities/publication/b61e0feb-96ca-461b-9682-4f9dc37454be>
- Frascara, J. (2004). *Communication design: Principles, methods, and practice*. Allworth Press.
- Garrido Moreno, W. (2023). *Identidad, imagen y marca*. Ocean Sur. <https://www.oceansur.com/uploads/libro/2023/10/24/02-identidad-imagen-y-marca.pdf>
- González, M., & Rojas, L. (2019). *La comunicación como herramienta de inclusión en centros gerontológicos: estrategias para fortalecer el vínculo entre los adultos mayores y su entorno institucional*. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education.
- Irazoqui Ahlig, M. C. (2015). *La consolidación de la identidad institucional: un desafío para la gestión*. Universidad ORT Uruguay. <https://rad.ort.edu.uy/server/api/core/bitstreams/1d4a8e01-8f48-48cb-81e9-756ee5c6356d/content>

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2.<sup>a</sup> ed.). Routledge.

Melenje Argote, A. (2014). Diseño gráfico e identidad local: una mirada desde la cultura visual. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (47), 161–174. Universidad de Palermo. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232014000100011](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232014000100011)

Montes Vozmediano, M., Vizcaíno Laorga, R., & Gallego Gómez, J. D. (2024). Identificación de rasgos básicos en el diseño de logotipos: el caso de las entidades de la Federación de ONG Caldas. *Revista KEPES*, 21(30), 85–115. <https://doi.org/10.17151/kepes.2024.21.30.4>

Muñoz, A., & Rodríguez, L. (2019). Diseñar una estrategia de comunicación visual participativa para fortalecer la imagen e identidad corporativa de la Asociación Solidarios por la Vida – Solivida. Universidad Autónoma de Occidente. <https://red.uao.edu.co/entities/publication/f7f499f8-b54b-4729-8cb8-bbf27c227dd6>

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Década del envejecimiento saludable 2020–2030*. Ginebra: OMS. <https://www.who.int/es/initiatives/decade-of-healthy-ageing>

Patiño Contreras, J. M., Agudelo Manco, B. A., & colaboradores. (2024). Análisis de las estrategias implementadas para el fortalecimiento de la imagen y la reputación universitaria: estudio de caso de tres universidades colombianas [Trabajo de especialización,

Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional UdeA.

<https://hdl.handle.net/10495/43523>

Pinedo, D. G. (2020). *Experiencias de mesas de diseño participativo: Casos y práctica*. Editorial Red Académica.

<https://editorial.radcolombia.org/index.php/etrads/article/download/159/158>

Pinterest. (2024). Logo asilo de ancianos. Recuperado de <https://co.pinterest.com/pin/181410691218305663/>

Ramírez, J. A. (2020). *Diseño y comunicación visual en instituciones sociales: estrategias para el fortalecimiento de la identidad corporativa*. Universidad Pontificia Bolivariana.

Rodríguez, P., & Valencia, C. (2022). El impacto de las redes sociales en la proyección institucional: estudio de caso en entidades de bienestar social. *Revista Colombiana de Comunicación Social*, 18(2), 45–62. <https://doi.org/10.14483/rccs.v18i2.12345>

Rojas Díaz, M. A. (2022). *Diseñar una estrategia de comunicación visual participativa para fortalecer la imagen e identidad corporativa de la Asociación Solidarios por la Vida – Solivida* [Trabajo de grado, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Red UAO. <https://red.uao.edu.co/entities/publication/f7f499f8-b54b-4729-8cb8-bbf27c227dd6>

Simonsen, J., & Robertson, T. (Eds.). (2013). *Routledge international handbook of participatory design*. Routledge.

**Anexos**

Link del Instagram

[https://www.instagram.com/asilo\\_santarosa/](https://www.instagram.com/asilo_santarosa/)

Behance de piezas gráficas

<https://www.behance.net/gallery/249607789/Trabajos-para-CPSAM-Santa-Rosa-de-Osos>

Behance de fotografía

<https://www.behance.net/gallery/249814089/Fotos-habitantes-CPSAM-Santa-Rosa-de-Osos>