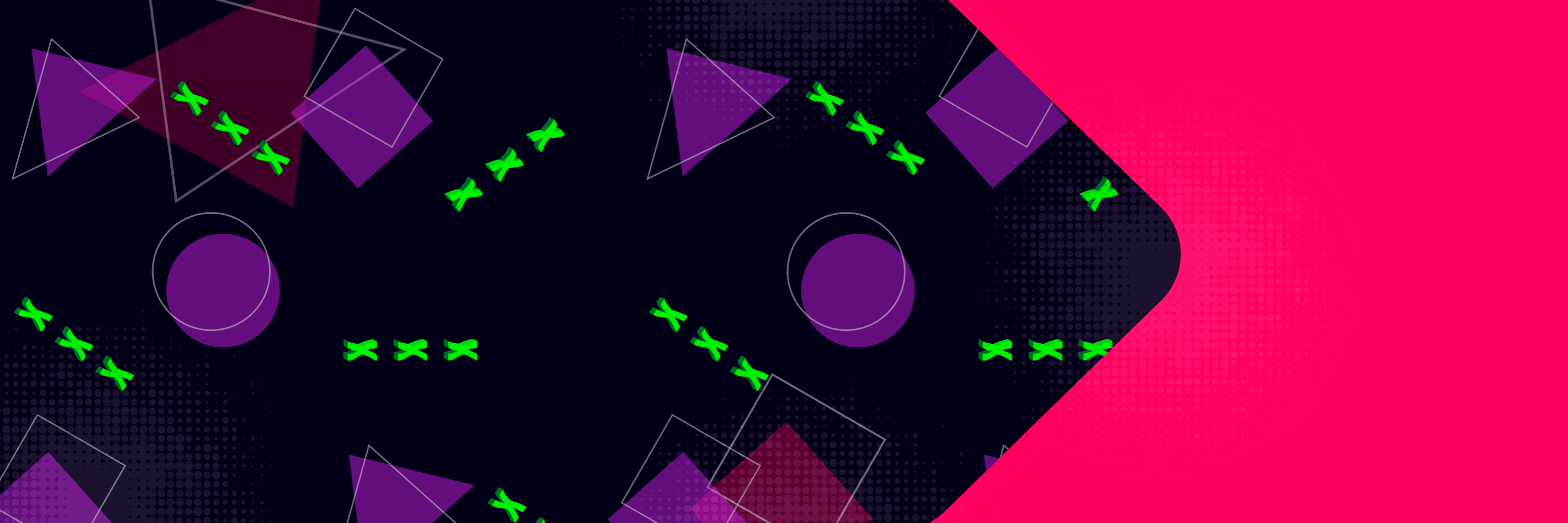




Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali



# SOUL STREET



## ● Esthefanía Calderón García

Énfasis en Marca y Editorial

Asesora: Paola Cano, PhD.

Tema: Fortalecimiento de la Escena de la Danza Urbana como parte fundamental del desarrollo en la cultura de Cali.

Título: Soul Street - La Sucursal del Movimiento Urbano

Diseño de Comunicación Visual  
7mo Semestre / 2024-2

## AGRADECIMIENTOS

Soul Street Cali ha sido un viaje lleno de aprendizajes, retos y una profunda conexión con lo que me apasiona: la danza urbana y el diseño estratégico. Este proyecto representa lo que amo, pero también lo que puedo lograr gracias al apoyo de quienes siempre están a mi lado.

A mi familia por acompañarme durante todo el proceso y darme fortaleza. Por confiar en mis capacidades y hacermelo saber en cada palabra.

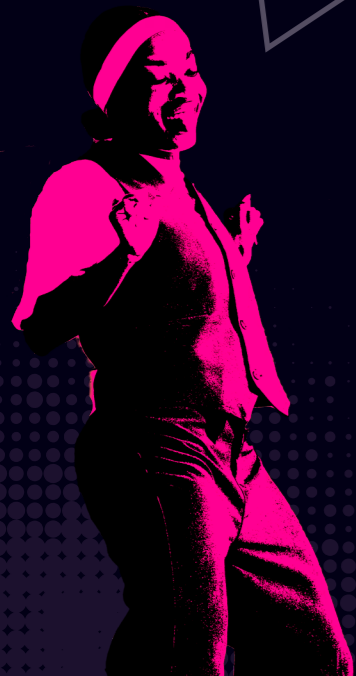
A Daniel, mi compañero de vida, gracias por creer en mí incluso en los momentos más desafiantes. Tu apoyo incondicional y tus palabras siempre me recuerdan que puedo lograr todo lo que me propongo.

A mis amigas: Tina, Zuha, Bella, Pau, Juli, Caro, Isa, Ally, Aleja,

Emi y Andre, gracias por estar ahí para mí, por darme fuerza con su compañía, por escucharme y por ser esa red de apoyo que tanto valoro. Ustedes hacen que cada paso sea más significativo.

A Paola Cano, mi asesora, gracias por tu paciencia, guía y por confiar en mi visión. Cada consejo fue clave para construir algo que refleja tanto mi pasión como mi esfuerzo.

Y a la comunidad de Soul Street Cali, gracias por recibir este proyecto con tanto entusiasmo y amor. Su energía y apoyo me motivaron a continuar explorando y compartiendo la esencia de la danza y la cultura que nos une.



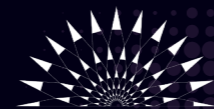
# SOUL STREET



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali



**SOMOS  
TODOS**



FACULTAD DE  
**CREACIÓN  
Y HÁBITAT**

**AQUÍ INICIA TU RITMO.  
AQUÍ NACE TU PASIÓN.  
AQUÍ VIVE TU CULTURA.**

## TABLA de Contenido

Tema.....	09
Introducción.....	10
Objetivo general y específicos.....	11
Justificación.....	12
Problemática.....	14
Experto aliado.....	16
Usuario.....	17
Marco de referencia.....	18
Metodología.....	23
Métodos y Herramientas.....	25
Benchmarking.....	28
Requerimientos.....	32
Estrategia.....	33
Proceso.....	34
Sistema producto.....	37
Validación usuarios.....	48
Conclusiones.....	50
Bibliografía.....	52
Anexos.....	54

**“TODO EN EL UNIVERSO  
TIENE RITMO. TODO BAILA”**

**- Maya Angelou**

## TEMA

El presente proyecto tiene como tema central el fortalecimiento de la escena de la danza urbana en Cali, a través de una estrategia de comunicación visual, como parte fundamental del desarrollo de la cultura de la ciudad.

# Introducción



Soul Street Cali es mi forma de plasmar lo que la danza urbana significa para mí y lo que representa en una ciudad como Cali.

Este proyecto nace de mi pasión por el movimiento, y cómo construimos cultura en comunidad, desde algo tan transformador como la danza.

A través de un portal digital desarrollado de manera conceptual, el proyecto busca capturar el dinamismo y la esencia de la cultura callejera.

Narrativas visuales, contenido digital y experiencias, resaltan el "groove" único de la ciudad, pensando en el entorno y los usuarios.

Soul Street Cali celebra la autenticidad, la expresión artística y el impacto transformador de la danza como puente entre lo individual y lo colectivo.

## OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación visual para el fortalecimiento de la escena de la danza urbana en Cali, como parte fundamental del desarrollo de la cultura de la ciudad.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 01 Identificar los principales actores, eventos y espacios de la escena de danza urbana en Cali de la actualidad.
- 02 Analizar las estrategias de comunicación visual actuales y las carencias en la promoción de la danza urbana en la ciudad, para determinar las áreas de mejora.
- 03 Crear una estrategia de comunicación visual para la difusión de la escena de danza urbana en Cali.

# JUSTIFICACIÓN

Con alrededor de 2.2 millones de habitantes (DANE, 2023), Cali es conocida como la “Capital de la Salsa” en todo el mundo.

No obstante, esta metrópolis cuenta con una escena de danza urbana vibrante y en expansión que, a pesar de tener un impacto positivo en la juventud y en el Patrimonio Cultural, no recibe el reconocimiento adecuado, como resultado de una falta de promoción activa de espacios donde encontramos como la pasión, el interés, y el conocimiento de los jóvenes, convergen.

**La danza urbana desde un punto de vista sociocultural es una forma de vinculación, un medio por el cual se comparte una actividad, un espacio, un ritmo con otros, fortaleciendo lazos sociales y afianzando creencias o prácticas tradicionales.**

Esta tiene un impacto considerable en la cultura caleña, ya que ofrece un medio de expresión que es accesible y relevante, generando una conexión casi

inmediata con los jóvenes desde alguno de sus diversos estilos, ya que es creada en un contexto callejero con unas realidades que son similares entre los habitantes de barrios populares de cualquier país. (Taborda, A. 2023).



Hablando a nivel nacional, ciudades como Bogotá y Medellín han reconocido la importancia de la danza urbana y han implementado programas específicos para su promoción.

En Bogotá, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte ha organizado festivales y competencias que atraen a un público amplio y diverso con estrategias concisas y claras. Y Medellín, por su parte, ha integrado la danza urbana en sus iniciativas de transformación social y cultural, utilizando este medio como herramienta de inclusión y cohesión social. Eventos como el

“Medellín sí danza” demuestran el compromiso de la ciudad con esta forma de arte (Alcaldía de Medellín, 2024).

En contraste, **Cali puede mejorar la promoción efectiva de su escena de danza urbana**, ya que, aunque existen programas y eventos vigentes patrocinados ocasionalmente por el gobierno, y, mayormente por academias, la visibilidad en los medios de comunicación se encuentra bastante limitada, lo que reduce el impacto de estas iniciativas.

Además, la escena de la danza urbana en Cali, no cuenta con un

portal actualizado de la oferta informativa, formativa y de entretenimiento que proporciona la ciudad, sumado a que la inversión en estrategias publicitarias tiende a ser bajo en comparación a otras vertientes de la danza, como lo son la clásica.

A pesar de que la industria de la danza en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, con más escuelas, academias y compañías emergentes que promueven la participación de los jóvenes en comunidades que apoyan este arte, los medios de difusión como páginas web,

Facebook y periódicos llegan a quedarse atrás, y, bajo este contexto, reconocemos la necesidad de abordar los problemas estructurales que afectan el reconocimiento de la danza urbana como parte fundamental de la cultura, recapitulando dentro de ellos, la baja exposición creativa en medios digitales contemporáneos.

Es así como nace el interés de abordar esta problemática desde el diseño de comunicación visual, jugando un papel crucial en esta temática ya que tiene el poder de transformar la percepción pública y aumentar la visibilidad de la danza urbana



para lograr un fortalecimiento de la escena. Mediante estrategias de comunicación efectivas, se puede destacar la importancia de esta escena cultural y generar un lugar de encuentro y unión para la comunidad local.

# MOTIVACIÓN

Mi motivación personal para elegir esta temática va ligada a mi desarrollo como bailarina de danza urbana, y mis ganas de que este arte toque con todo su potencial, y colores más vibrantes, los corazones de las personas, así como toca el mío.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Nacida en las calles, esta forma de expresión artística ha evolucionado a lo largo de los años, fusionando elementos de diversas culturas y dando lugar a un amplio abanico de estilos.

El hip-hop, el breakdance, el popping, el locking, entre otros, son algunos de los estilos que componen el género de la danza urbana, caracterizándose por su énfasis en la improvisación y la creatividad, tanto del individuo como grupal, misma que se ha desarrollado y evolucionado a lo largo de las últimas décadas, incorporando elementos de diversas culturas y géneros dancísticos, y ha ganado una enorme influencia en la música, el cine, la moda y, como punto principal de este proyecto, la cultura de las ciudades en las que se asienta.

Por un lado, los jóvenes encuentran en la escena de la danza

urbana un espacio para adquirir un nivel técnico en diversos géneros, pero también un lugar en el que se les permite expresarse, revelar sus auténticas individualidades, definir su propia personalidad, canalizar emociones, favoreciendo así sentimientos individuales de empoderamiento, y activando la implicación social a nivel cultural (Houston, 2005). Podemos inferir de esta afirmación que **la participación cultural de los jóvenes se ve altamente influenciada por el nivel de comprensión que sientan de parte de los espacios que se les proporciona para desarrollarse.**

En contraste con las exigencias de los jóvenes, quienes son el público que más se implica con la escena de la danza urbana, la promoción de esta misma se ve limitada a páginas y medios digitales con baja frecuencia de actualización. Es realizar una

La danza urbana, también conocida como baile callejero o Street Dance, es un fenómeno cultural que, a lo largo de los años setenta, se expande a nivel mundial, gracias a los procesos de globalización y las posibilidades de los medios masivos y nuevas tecnologías de la comunicación (González, Solorzano, 2005), trascendiendo incluso las barreras comunicativas verbales.

búsqueda en el ordenador más cercano para darse cuenta que no existe un espacio donde converjan las ofertas informativas, motivacionales, y de entretenimiento con las que cuenta la escena, más allá de talleres y promociones individuales de academias.

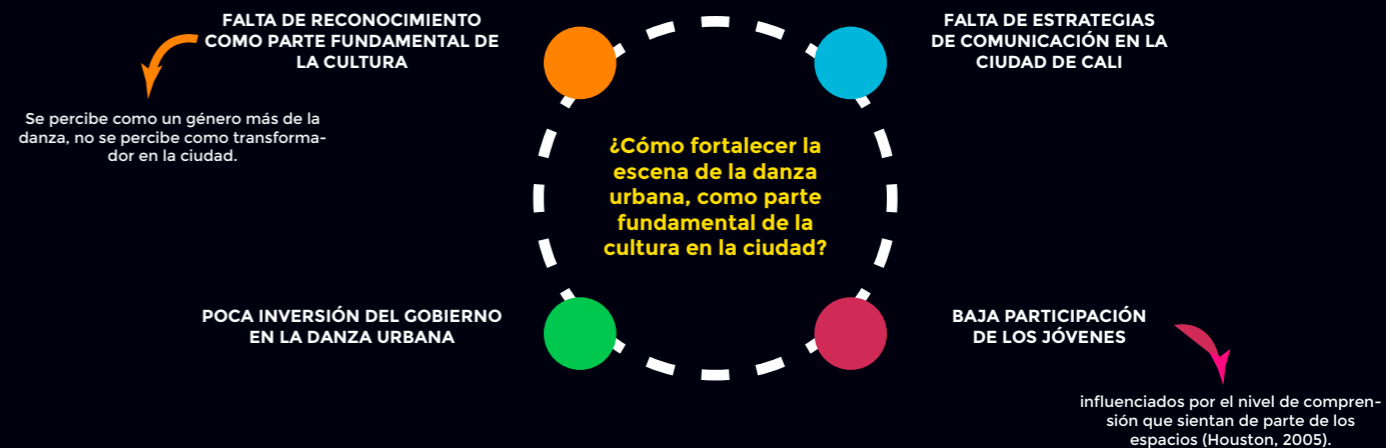
Esto afecta también en el sentido de que **se producen bajos índices de participación como consecuencia de la falta de exposición, marginando la danza urbana a un género más, y no a un componente transformador y relevante dentro de la cultura de la ciudad, para ser tenido en cuenta por parte del gobierno.**

A falta de estrategias de diseño de comunicación concisas y atractivas, el reconocimiento de la danza urbana como parte fundamental del desarrollo de la cultura se ve limitada, llevándolos

nos a interrogantes sobre:

**¿cómo fortalecerla?, ¿cómo generar un espacio coherente entre las exigencias de los jóvenes y la expresión de la danza urbana?**

## GRÁFICO DEL PROBLEMA



## EXPERTOS ALIADOS

### ARNOLD TABORDA

Director del Taller de Danza Urbana, PUJ Cali.

Bailarín, formador e investigador de danza urbana con más de 30 años de experiencia. Docente Universitario.

### LUIS ÁNGEL BENAVIDES

Director de Kimera Dance Crew.

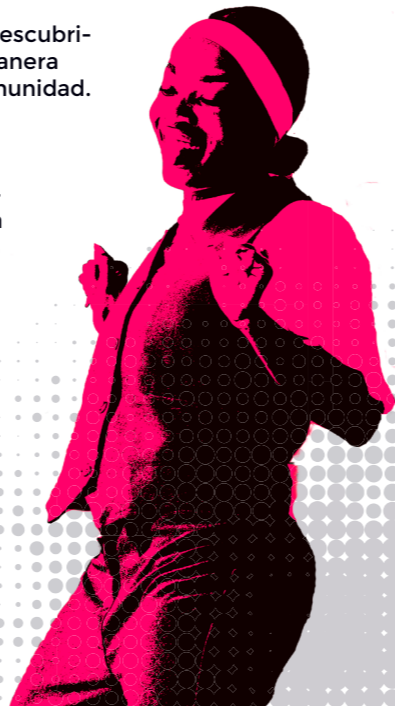
Bailarín, director e instructor de danza urbana en CAS Entertainment. Organizador de eventos.

Comparten sus descubrimientos de manera frecuente en comunidad.

Tendencia a buscar información sobre sus intereses para mantenerse actualizados.

Uso constante de las redes sociales y plataformas digitales.

Interés y disposición para involucrarse de manera activa en las tendencias culturales.



## Es importante entender

El usuario del presente proyecto, son los jóvenes interesados en la escena de la danza urbana en Cali.

Esta segmentación nace de que, a pesar de que la escena de la danza urbana es amplia, diversa y, sobre todo, abierta a la participación de un público general, se evidencia que los jóvenes entre los 17 y 27 años se caracterizan por su interés y disposición para involucrarse de manera activa en las tendencias culturales.

Además, hacen uso constante de las redes sociales y plataformas digitales, donde encuentran ocasionalmente información sobre sus intereses para mantenerse actualizados, y compartir sus descubrimientos en comunidad.

## USUARIO

Jóvenes entre los 17 y 27 años interesados en la escena de la danza urbana en Cali.

## MARCO DE REFERENCIA

¿cómo la danza urbana toma relevancia en las últimas décadas?, ¿cómo se constituye la escena y cómo aportan los actores a su desarrollo?, ¿cómo se relaciona el patrimonio cultural con la escena de danza urbana en la ciudad?, ¿cómo son las estrategias de comunicación actuales?, ¿cómo las estrategias de comunicación aportan al fortalecimiento de la escena de danza urbana en Cali?

Para abordar la compleja y amplia relación entre la escena urbana, la cultura y su nivel de exposición, es necesario establecer un marco de referencia sólido que oriente la investigación y su posterior análisis. **Permitiendo identificar y definir los obstáculos, actores principales y secundarios, oportunidades de mejora y acotar información según el objetivo general.**

Dentro del marco de referencia se tiene en cuenta **4 conceptos fundamentales:** Danza urbana, Escena de Danza Urbana en Cali, Patrimonio Cultural y Estrategia de Comunicación. La investigación exhaustiva bajo estos términos, aportará a responder diferentes interrogantes cruciales.

## DANZA URBANA

Para entender la danza urbana, debemos comprender que esta nace en el seno de las ciudades, que han surgido a partir de los impulsos colectivos de sectores sociales y asociadas con expresiones juveniles de tendencias modernistas como el hip hop y el breakin entre otros, aportando de manera innegable a la cultura. (Dallal, 2007, p. 54).

En los últimos 5 años, la danza urbana se ha consolidado, más que únicamente como un género de baile, como una disciplina de vinculación sociocultural, con un poder de transformación amplio, reconociendo su versatilidad y aporte a nivel cultural. Es así que una de las noticias más relevantes que se desarrollan actualmente en la escena es la inclusión del Breaking como deporte olímpico en la jornada 2024 París.

## ESCENA DE D.U

Habiendo comprendido el contexto de danza urbana, podemos sumergirnos en las implicaciones que tiene hablar de escena de danza urbana en Cali.

Definido como un movimiento cultural y artístico dinámico que agrupa a bailarines, coreógrafos y colectivos dedicados a estilos modernos de baile como el hip-hop, el breakdance, el popping, el dancehall, y otros géneros urbanos. Esta escena ha crecido en popularidad en las últimas décadas, especialmente entre los jóvenes de la ciudad, y se caracteriza por su energía, creatividad y capacidad para fusionar influencias globales con elementos locales de la cultura caleña.

En Cali, la danza urbana no solo es un medio de expresión artística, sino también una forma de resistencia y afirmación de identidad, donde los participantes encuentran un espacio para expresar sus vivencias, desafíos y aspiraciones. Hacen parte de ella todo tipo de información formativa, recreativa y actores principales, secundarios y participantes.

## AGENDA CULTURA DE CALI 2024

ENEROF	EBRERO	MARZO	ABRILM	AYOJ	UNIO
					Festival de Macetas 2024. <b>Sucursal Fest 2024.</b>
JULIOA	GOSTOS	EPTIEMBREG	CTUBRE	NOVIEMBRED	ICIEMBRE
Festival de Macetas 2024. XXX Encuentro Nacional e Internacional de Danzas Folclóricas Mercedes Montañó.	XXVIII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.	Festival Internacional de Poesía de Cali.  Festival Internacional de Teatro de Cali.	Festival Mundial de Salsa Cali.  Festival Internacional de Ballet	Feria Internacional del Libro.  Festival internacional de Cine de Cali.	Feria de Cali

Cronograma creado de manera autónoma, con la información de: <https://www.moradaancestral.com/cultura-en-cali-2024-los-mejores-eventos-que-haran-vibrar-la-ciudad/>

Por un lado, entre los actores principales de la escena, tenemos a la Secretaría de Cultura. Su rol como actor en la EDB es generar espacios y eventos en los que se realce el valor del Patrimonio Cultural entre los jóvenes, encontrando que invierte gran parte de la agenda cultural de la ciudad a la danza folclórica y la salsa, con un total de 4 eventos de los 12 realizados por la a la exposición de espacios y eventos en los que se realiza el valor de esta en lo que respecta al patrimonio cultural artístico.

Si bien la secretaría de cultura hace énfasis en que **“Queremos que los caleños no solamente sean espectadores sino protagonistas en la Feria con más participación ciudadana”**., dentro de la agenda cultural únicamente existe un evento que resalta y da paso a la escena de danza urbana, el Sucursal Fest, que se desarrolla junto a otras manifestaciones como la comunidad LGBTQ+, geek, el circo, entre otras, teniendo la programación más corta entre todas con una duración de 3 días, correspondientes al 28, 29 y 30 de junio del 2024.

Como una ciudad que abunda la riqueza en su cultura, y su preocupación por la participación ciudadana, nos chocamos de frente con que esta noticia contó una alta promoción en su cuenta personal de Instagram, en contraste con la baja promoción gráfica días previos al evento en la página web de la secretaría de cultura de Cali, pese a haber destinado más de \$140 millones para los componentes seleccionados.

Esto es solo un ejemplo de los muchos que existen, y una gran muestra de que, pese a que

exista la inversión de parte de entidades gubernamentales a programas y eventos culturales, la promoción de estos espacios es tendenciosamente más baja en comparación a los eventos anteriormente mencionados.

Por otro lado, tenemos también como actores principales a los artistas y bailarines, junto a las academias y programas locales, quienes se encargan de enriquecer la escena de danza urbana con sus enfoques únicos, y se dedican a la promoción personal de sus talleres y eventos recreativos, sobre todo en redes sociales.

A pesar de ser un actor tan relevante en el fortalecimiento de la escena de la danza urbana en Cali, estos se encuentran buscando fervientemente herramientas que potencien su alcance a falta de un apoyo más sólido por parte del gobierno.



## PATRIMONIO CULTURAL

Al hablar de un Patrimonio Cultural debemos comprender que este se conforma a partir de un proceso social y cultural de atribución de valores, funciones y significados, implicando que no se constituye de algo dado de una vez y para siempre sino, más bien, es el producto de un proceso social permanente, complejo y polémico, de construcción de significados y sentidos.

Está dividido en dos partes fundamentales, por un lado, el Patrimonio Cultural Material (PCM), del que hacen parte lugares y elementos físicos, y por otro lado, el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), que se relaciona directamente con los comportamientos, tradiciones y costumbres, manteniendo así sus características más importantes de generación en generación. (Calceto, M., Ramírez, G. 2019).

Según esta definición, queda claridad respecto a que el Patrimonio Cultural, en general, mejora la comprensión de la diversidad, fomenta la interacción

social y la creatividad a través de los años, y es un componente dinámico y esencial de la identidad cultural. Además, encontramos que el Plan Decenal de Cultura, aprobado en 2018, tiene como objetivo preservar el Patrimonio Cultural de Cali, un territorio intercultural.

**La cultura es “(...) el contexto en el que se definen el tipo, la forma y la dirección del desarrollo, con base en el reconocimiento de que las personas y los colectivos, en ejercicio de sus libertades, definen la manera más satisfactoria de vivir y, por lo tanto, definen lo que es el desarrollo para su país”** (Alcaldía Municipal de Cali, 2018, p. 6). De esta manera, se reconoce la importancia de fomentar y asegurar que los ciudadanos interactúen con su Patrimonio Cultural.

Por un lado, el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) de la ciudad en lo que respecta a la danza no solo abarca la salsa, sino también otras manifestaciones dancísticas que han sido transmitidas a lo largo de generaciones, entre ellas la danza urbana. Estas expresiones culturales han moldeado la identidad de los caleños, destacando la influencia afrodescendiente, indígena y mestiza, especialmente en géneros como el hip-hop, el breakdance, popping y otras formas de danza moderna.

Aunque estos estilos no son originarios de la región, han sido adoptados y adaptados por los jóvenes caleños, quienes los integran con elementos de su patrimonio cultural, creando

un estilo único y distintivo, dando fuerza a la afirmación inicial de que el PCI es un proceso social que se construye y constituye de manera permanente por los individuos.

Y, por otro lado, los festivales y eventos culturales en Cali realizados en Patrimonio Cultural Material (PCM) de la ciudad, tales como Teatro al Aire Libre Los Cristales, Teatro Jorge Isaac, entre otros, que históricamente han celebrado la salsa y otras formas de expresión tradicional, han comenzado a reconocer la importancia de la danza urbana, integrándola en su programación y otorgándole un espacio significativo dentro del panorama cultural de la ciudad.

Esto no solo valida la danza urbana como una forma legítima de expresión artística, sino que también la posiciona como un puente entre lo tradicional y lo contemporáneo. Además, muestra la relación intrínseca entre el PCM y el PCI, ya que se perpetúa el segundo por medio de los espacios físicos que se determinan en el primero.

En conclusión, la danza urbana y su relación con el Patrimonio Cultural en la ciudad de Cali, es más que un reflejo de danza llegada por influencias globales; es una manifestación viva de cómo una ciudad puede evolucionar culturalmente, integrando nuevas formas de expresión sin perder de vista sus raíces y tradiciones.

## ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Por último, para integrar y destacar la información obtenida en la fase investigativa del marco de referencia de este proyecto, es fundamental identificar los puntos clave que requieren análisis antes de iniciar la fase de creación gráfica, la cual está vinculada a los procesos comunicativos y su operatividad.

En este sentido, resulta indispensable desarrollar una guía estructural y conceptual que facilite la selección adecuada de las acciones a implementar en la construcción del sistema de comunicación visual. Esto garantizará que las acciones sean coherentes con los objetivos planteados al inicio del proyecto, asegurando su pertinencia a través de un análisis contextual cuidadoso.

Entendemos por estrategia un conjunto de programas generales de acción, que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica (Contreras, S., Emigdio, R. 2013). E implemen-

tando el término de comunicación, encontramos que se define como la ejecución de piezas gráficas que pretenden dar solución a problemáticas con un nivel alto de análisis del contexto comunicativo.

Además, "Una estrategia debe estar compuesta por: Diagnóstico, planteamiento del problema, objetivos, imagen estratégica, matriz operativa, descripción de actividades, seguimiento y control, presentación de resultados" (Elvis F. Ríos P. Héverd A. Páez Q. Jairo F. Barbos T. 2020, p. 24). Esto con la finalidad de mantener una coherencia entre las metas y objetivos que dan soluciones concretas según lo establecido previamente.

Bajo este enfoque se desarrolla la presente investigación, destacando que en el dinámico y cambiante escenario de la industria de la danza, se reconoce la importancia de implementar estrategias comunicativas para optimizar sus operaciones, ampliar su audiencia y fortalecer las conexiones significativas.

## METODOLOGÍA

### Bruno Munari + Design Thinking

Para el desarrollo óptimo del proyecto según la problemática y los objetivos planteados, se determina el uso de dos metodologías de diseño, por un lado, la metodología de Bruno Munari y, por el otro, el Design Thinking.

La metodología de Bruno Munari, detallada en «Cómo nacen los objetos», es una guía ingeniosa para el diseño. En esta encontramos componentes clave para el desarrollo de un proyecto, tales como la identificación y análisis de datos correspondientes a la problemática.

Además, la creatividad es tomada como un proceso consciente que considera todos los pasos

anteriores a la fase de ideación, desembocando en la creación de soluciones no solo impactantes, sino funcionales.

Como complemento, encontramos el Design Thinking, caracterizado por su capacidad de resolución de problemas a través del desarrollo de soluciones centradas en las personas.

Dentro de esta metodología pasamos a no solo centrarnos en el contexto de la problemática, sino a conocer y entender las necesidades del usuario a lo largo del proceso, aportando de manera sustancial al desarrollo del proyecto a través de su constante iteratividad.

La combinación de estas metodologías equilibra los aspectos más técnicos y humanos, para la construcción de una propuesta de diseño acertada según las deficiencias del entorno, y las necesidades del usuario. Es así como nace la metodología rítmica.

El ritmo no solo es esencial dentro de la danza urbana, sino que simboliza la sincronización y el flujo en el proceso de creación y diseño. Al utilizar la palabra "ritmo" como adjetivo, se evoca la idea de un proceso armonioso y bien estructurado, donde cada fase fluye naturalmente hacia la siguiente.





## MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

### ENCUESTA CERRADA

Una encuesta cerrada es un método de investigación diseñado para recolectar información, datos y opiniones a través de un conjunto de preguntas específicas, con el propósito de formular inferencias sobre una muestra representativa.

La encuesta fue realizada a un público general, con el propósito de conocer la percepción de las personas respecto a la escena de la danza urbana en Cali. Se formularon un total de 11 preguntas cerradas de selección múltiple con la herramienta Forms de Google, misma que brinda datos estadísticos para su posterior evaluación, y se difundió por medio de Instagram y WhatsApp, para lograr un mayor alcance. La encuesta contó con un total de 200 respuestas. Ver anexos para resultados completos: Encuesta No. 1 - Fase de Sintonía Empática

#### Objetivo

Conocer la percepción de las personas respecto a la escena de la danza urbana en Cali.

200  
Respuestas

#### Aportes de la herramienta

La falta de exposición, dificulta identificar de manera generalizada los actores principales de la escena de danza urbana en Cali.

### FASE 01 - SINTONÍA EMPÁTICA

- 01** Identificar los principales actores, eventos y espacios de la escena de danza urbana en Cali de la actualidad.

### HALLAZGOS ENCUESTA

- Con un total de 73%, el rango de los participantes se encuentra entre los 17 a 23 años, sin embargo, el resto de la muestra se divide de manera casi uniforme entre los rangos de 24 a 30 y +30.

- La mayoría de los participantes, 93,5%, cuenta con conocimiento de qué es la danza urbana, y 135 participantes, correspondiente a 65,5% presentan un nivel de interés alto a demasiado alto por la escena de la danza urbana en Cali.

- Contrastando con el nivel de interés presentado por el público, el 9% nunca, y 45,5% casi nunca, ha visto material publicitario de manera frecuente en los últimos 3 meses, sumado a un 33,5% que lo ve a veces.

- El voz a voz y las redes sociales son los medios por los cuales se enteran más frecuentemente las personas que participaron en la escena de la danza urbana en los últimos 3 meses.

El 86% no conoce ningún portal físico y/o digital para mantenerse al tanto de manera frecuente sobre las novedades de la escena de la danza urbana en Cali, y el 85,5% considera que el diseño influye de manera directa en la visibilización de información de esta.

# MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

## ENTREVISTA EXPERTO

Para el desarrollo del proyecto, hacer uso de una entrevista semi-estructurada en el encuentro con el experto aliado es fundamental, pues esta mantiene las directrices de la investigación con cierta flexibilidad a la hora del planteamiento, permitiendo recolectar datos y respuestas a preguntas no planteadas inicialmente. Ver anexos para resultados completos: Entrevista Semi-estructurada con Experto Aliado - Fase de Sintonía Empática

Yo creo que es necesario que la publicidad, y toda estrategia relacionada con el mundo de la danza, debe ser dinámica y viva, tal como lo es ella.

## HALLAZGOS ENTREVISTA

Se identifican mayormente academias y colectivos, como los principales actores de la escena de la danza urbana en la ciudad.

Se plantea la necesidad de exponer los logros de la comunidad de la escena de la danza urbana en la ciudad, además de brindar motivación a los participantes a través del producto que se desarrollará.

Desde la experiencia del experto aliado, se identifica que los eventos en la escena de la danza urbana suelen ser más esporádicos, por lo que es complejo establecer una agenda fija con todo lo que sucede en la escena, por ende, requieren un medio y estrategia desde el cual pueda difundirse la información de manera práctica y organizada.

El medio más empleado son los grupos cerrados de WhatsApp, donde se notifica de eventos a los líderes de academias y colectivos los eventos por venir, con una baja, casi nula, promoción gráfica, que, a pesar de estar abiertos a todo el público, no cuentan con un nivel de participación constante.

## FOCUS GROUP

Para el desarrollo del focus, se seleccionaron 6 participantes, 3 bailarines y 1 profesor de danza urbana, junto a 2 consumidores habituales de la escena.

El propósito era identificar los actores, eventos y espacios más actuales de la escena de la danza urbana en Cali desde la perspectiva de las personas más involucradas, para estar afin con los intereses del público objetivo. Además, se logra conocer la percepción de los participantes respecto al nivel de exposición de la escena de la danza urbana en Cali, como parte fundamental de esta en la cultura de la ciudad, y qué soluciones proponen desde su experiencia para mejorar las deficiencias.

## HALLAZGOS FOCUS GROUP

Se identifica dificultad por parte de los participantes para mencionar actores, eventos y espacios fijos, por la falta de estrategias que fortalezcan su difusión. Además, no reconocen un portal en la ciudad que recopile la escena de la danza urbana.

Después de una larga discusión, determinan como principales actores, y referentes para análisis, a las academias, entre ellas: The Giants Community, Fire Dance Complex, Urban Vibes, y a la secretaria de cultura con sus iniciativas, como el Sucursal Fest.

# BENCHMARKING

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Frecuencia de actualización.
2. Nivel de alcance.
3. Nivel de innovación.
4. Nivel de atractivo visual.

Frecuencia de actualización: El primer criterio evalúa la frecuencia de actualización del contenido, misma que es relevante para fidelizar al público, y mantenerse vigente a través del tiempo.

Nivel de alcance: El segundo criterio evalúa el nivel de alcance obtenido, basándose en cifras, tales como likes, interacciones en las plataformas, seguidores, etc., y nivel de reconocimiento por parte de los usuarios.

Innovación: El tercer criterio evalúa el factor de la innovación del producto, proyecto y/o servicio en comparación a la oferta en el mercado, en lo que respecta al uso de herramientas que emplean.

Atractivo visual: El cuarto criterio evalúa el atractivo visual, basándose en la coherencia visual y temática, uso del color, y dinamismo, destacando proyectos que logran captar la atención del espectador desde el minuto uno.

## FASE 02 - IR AL COMPÁS

02

Analizar las estrategias de comunicación visual actuales y las carencias en la promoción de la danza urbana en la ciudad, para determinar las áreas de mejora.

SECTORIAL	1	2	3	4	TOTAL
Danza en la Ciudad	5	5	4	3	17/20
All Dance Colombia	3	2	3	2	10/20
Sucursal Fest	3	3	5	3	14/20
Bienal Internacional de Danza en Cali	4	4	4	3	15/20
<b>TOTAL</b>	15/20	14/20	16/20	11/20	

● Criterio más debil

● Criterio más fuerte

● Referente más fuerte

NO SECTORIAL	1	2	3	4	TOTAL
Cine Café Cali	4	3	3	3	13/20
Lado B Revista	5	5	5	5	20/20
Eureka.es	5	5	5	4	19/20
Bota Roja Records	5	5	5	5	20/20
<b>TOTAL</b>	19/20	18/20	18/20	17/20	

● Criterio más debil

● Criterio más fuerte

● Referente más fuerte



## HALLAZGOS BENCHMARKING

01

Tanto en el sectorial, como en el no sectorial, se mantiene como constante el atractivo visual como el criterio más bajo, identificando una oportunidad de mejora en este aspecto, pues juega un papel muy relevante para generar conexión con el usuario.

02

La frecuencia de actualización demuestra tener relación directa respecto al nivel de alcance obtenido por parte de los proyectos, productos y/o servicios.

03

El área sectorial presenta una deficiencia mayor respecto a todos los criterios, reforzando los planteamientos iniciales de la problemática, respecto a la frecuencia de actualización, alcance, y el bajo atractivo visual de iniciativas que se asemejan a la temática.

## CONCLUSIONES DE INVESTIGACIÓN

### LA DANZA URBANA APORTA AL PATRIMONIO CULTURAL

Pero para lograr su fortalecimiento como parte fundamental, se requiere incursionar desde la contemporaneidad entre las estrategias de comunicación actuales más empleadas.

### LAS ESTRATEGIAS ACTUALES REQUIEREN MEJORAS

Se evidencia una tendencia a la baja difusión por el uso de comunicados cerrados, además de ser poco atractivas visualmente para los usuarios.

### EFICACIA Y REPRESENTACIÓN DE LOS USUARIOS

Es necesario trabajar en una estrategia de comunicación visual que permita difundir información de manera eficaz, y los usuarios manifiestan la necesidad de sentirse representados en ella.

"La danza urbana es movimiento pero también es precisión, estructura"

"Mi danza no es estática, pero su publicidad tiende a serlo"

"Quiero elementos interactivos, algo que me sea útil en los eventos, en mis ensayos, que interese de verdad"

## REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

Traduciendo necesidades en oportunidades

### TÉCNICO - PRODUCTIVO

- Producir piezas gráficas que reflejen el movimiento de la danza urbana
- Sistema de comunicación híbrido (Conducir de lo físico a lo digital)

### FUNCIONAL - OPERATIVO

- Emplear una planeación del contenido, para que sea fácilmente accesible
- Generar interactividad entre el usuario y el producto a través de QRs

### ESTÉTICO - COMUNICATIVO

- Desarrollar un sistema de identidad visual
- Desarrollar un lenguaje gráfico creativo y claro
- Implementar el diseño centrado en el usuario

"La estrategia de comunicación visual debe ser eficaz y requiere mantenerse en constante actualización"

"Las estrategias empleadas actualmente en la escena de la danza urbana en Cali, tienen tendencia a la baja difusión"

Se establecen requerimientos de diseño teniendo en cuenta las conclusiones y necesidades expresadas por los actores principales de la escena, y el usuario. Este proceso se realiza con el fin de lograr crear una estrategia de comunicación visual que se alinee de manera coherente y exitosa con el objetivo general del proyecto.

## CREACIÓN DE ESTRATEGIA

Objetivos internos estratégicos para el cumplimiento del objetivo general



Crear para difundir

Diseñar para fortalecer

### FASE 03 - RESONANCIA CREATIVA

03

Crear una estrategia de comunicación visual para la difusión de la escena de danza urbana en Cali.

# PROCESO CREATIVO

## PROCESO DE NAMING

El naming da pie a la creación de identidad visual de la marca, además, debe realizarse un proceso de validación con los usuarios a través de encuesta en redes sociales.

- Groove City
- Groove District
- Flow District
- Soul Street**
- Urban Pulse
- Street Beat
- Urban Essence
- Beatflow
- Bounce City
- Vibe Street

## SOUL STREET

“Soul” habla de la esencia y la emoción que se encuentran en la danza urbana, mientras que “Street” refiere a la calle, el escenario natural donde se desenvuelven estas expresiones culturales. Este nombre enfatiza la profunda conexión entre las almas que danzan y el entorno urbano. Somos el alma de las calles.



Propuesta de colores

Nombre Portal Digital

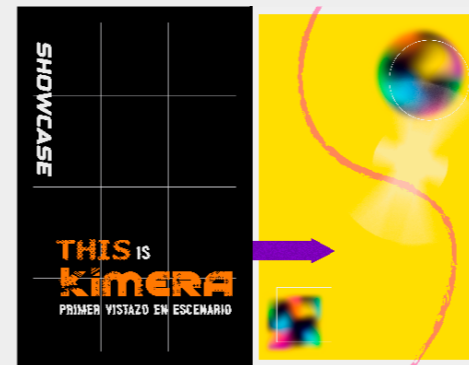
✔ Selección una opción o más.

- Flow District 0
- Soul Street 17
- Urban Pulse 4
- Street Beat 9
- Urban Essence 2
- Beatflow 0

Validación Naming



Acercamiento Gráfico



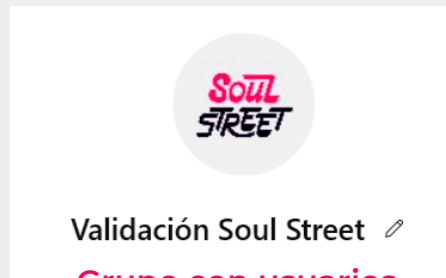
Acercamiento Diagramación



Bocetación Naming



Moodboard



Grupo con usuarios

color azul y rojo y que forma, un cuadro sakjnfhahsdbf

Creo que igual, es que la gente piensa hip hop = urbano

Y no es así

es que es muy cliché

Yo quiero algo innovador

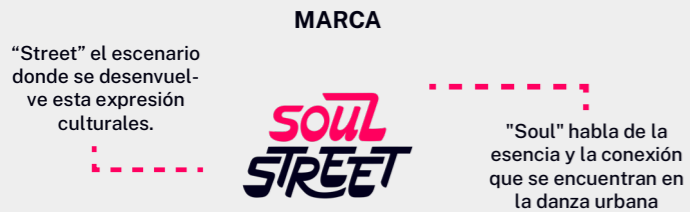
somos estructura, como formas, pero no perdemos el movimiento

siento que la danza urbana es textura, mancha

Insights de creación

Al ser un proyecto enfocado a la comunidad urbana, fue necesario realizar constantes validaciones para lograr un resultado óptimo.

# CONCEPTUALIZACIÓN



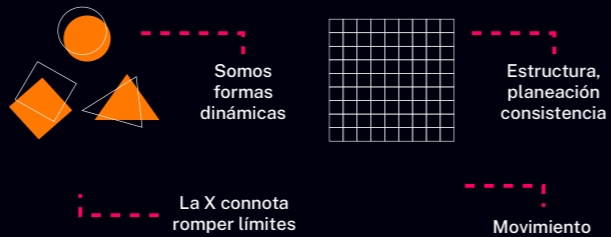
**Insight:** Somos el alma de las calles



**Insight:** La danza urbana es textura, es mancha

**Identidad visual del portal digital** Facilita la integración de las piezas digitales - físicas como sistema.

## ELEMENTOS GRÁFICOS



**Insight:** Somos estructura, como formas, sin perder movimiento

## INTERVENCIÓN FOTOGRÁFICA



**Insight:** La danza urbana es textura, es mancha

## FASE 04 - PULSO CONSTANTE

Crear una estrategia de comunicación visual para la difusión de la escena de danza urbana en Cali.

03

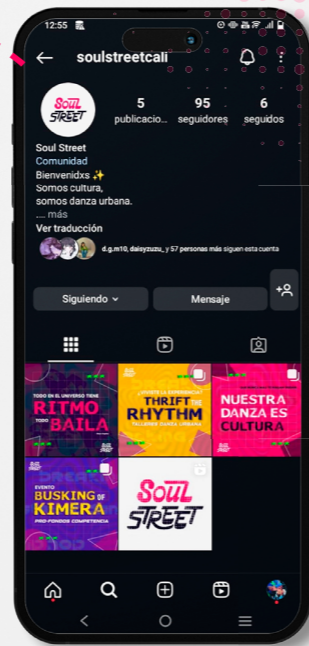
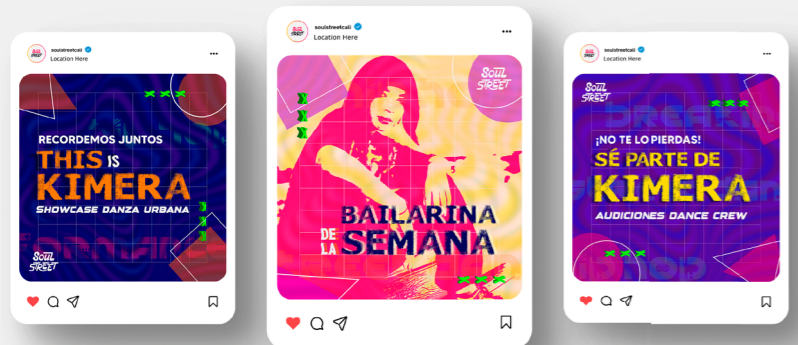
## SISTEMA PRODUCTO



# 1 Portal digital

## Manejo de contenidos

El portal digital de Soul Street Cali está ubicado en Instagram y actúa como el epicentro de la comunidad. A continuación, se detalla cómo mantenerlo activo y alineado con los objetivos:



### Creación del video expectativa

El video expectativa, lanzado como primera publicación del portal, comunica lo que representa Soul Street y genera curiosidad por parte de los usuarios.

Este captura la esencia de la danza urbana en Cali, integrando imágenes dinámicas de bailes, calles icónicas y rostros de bailarines locales.

**Criterio de publicación:** Compartir el video al inicio de cada nueva campaña o evento, asegurando un impacto emocional.



**Documentación de eventos:** Deben publicarse fotografías y videos destacados de eventos, etiquetando a los participantes y promoviendo interacción en comentarios.

**Posts informativos:** Debe crearse contenido educativo sobre eventos, post de qué es la danza urbana y sus estilos. Emplea carruseles y la gráfica permitida.

**Video expectativa + Animación logo**

## 2 Marketing Físico

### Implementación

Como primer recurso de la estrategia que informa y redirecciona al portal digital, tenemos a los pasquines publicitarios.



Deben distribuirse en las zonas más concurridas de la ciudad por parte de los interesados, estas son: Boulevard, San Antonio, Loma de la Cruz, Academias y Parques

**Pasquines de fácil reproducción**  
Informa respecto a eventos y actualizaciones, a partir de la identificación de los actores principales (Objetivo No. 1). Interactúa QR.



Escanea y encuentra el resto de Pasquines

## 2 Marketing Físico

### Implementación e importancia

Como segundo recurso de la estrategia que informa y redirecciona al portal digital, tenemos a los posters con realidad aumentada.

### Importancia en la estrategia

Conecta con los deseos e Insights del usuario, además de generar alcance en el portal.

### ¿Cómo funciona?

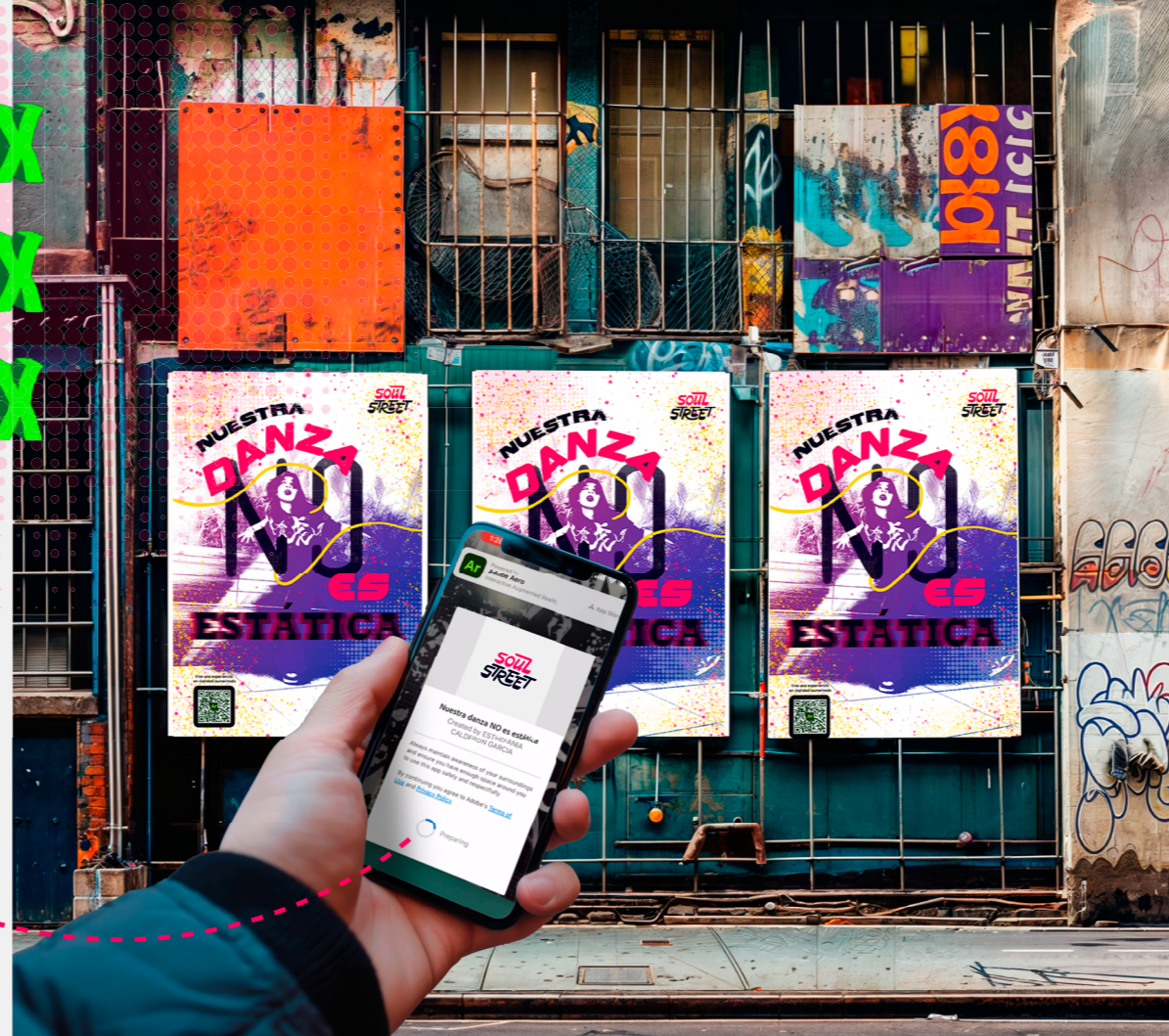
1. Los usuarios de Android deben instalar Adobe Aero. Los de iPhone acceden desde su cámara.
2. Escanea el QR y disfruta el vídeo en 3D



Escanea y encuentra el resto de posters



Vídeo del funcionamiento



## 2 Marketing Físico

### Implementación e importancia

Como tercer recurso de la estrategia que redirecciona al portal digital, tenemos a los abanicos con QR, ideales para el entorno de los usuarios.

### Importancia en la estrategia

Conecta con las necesidades de los usuarios en el entorno, y genera interés.

### Abanicos con QR - Distribución

Se distribuyen de manera física en los eventos, lo que genera interés y deseo de adquisición, pues el entorno suele ser caluroso.



### 3 Merchandising del Portal

#### Implementación e importancia

Finalmente, tenemos la mercancía del portal digital, donde encontramos termos y camisetas con diseños usables en el día a día.

#### Importancia en la estrategia

Conectan con el deseo del usuario de sentirse parte de una comunidad. Además, los vuelve embajadores del portal, por implementan su uso en el día a día.

#### Formato de distribución

Se distribuyen de manera física en los eventos, y se adquieren en el portal digital.



Termos Soul Street



Camisetas Soul Street



## FASE 05 - ARMONÍA FINAL

Crear una estrategia de comunicación visual para la difusión de la escena de danza urbana en Cali.

03

### Se entregan:

- Camisas
- Abanicos

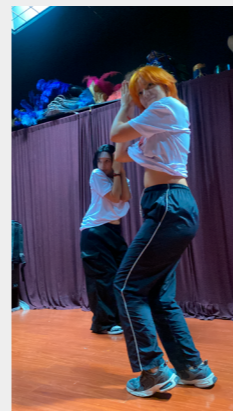
### Se expone:

- Portal digital
- Abanicos con QR
- Pasquines con QR
- Intervenciones con realidad aumentada.

### Se evalúa:

- Coherencia de las piezas como sistema visual
- Coherencia de las piezas con la temática
- Nivel de atractivo visual
- Nivel de interactividad en piezas físicas y digitales
- Nivel de interés participativo
- Comprensión del accionar en las piezas físicas

### Bailarines de CAS Entertainment — Bailarines Dance Crew Asto



Experto Aliado: Luis Ángel Benavides

“Definitivamente los abanicos son una gran forma de lograr interés en los eventos”

- La experiencia con los abanicos es entretenida, el clima en los eventos lo amerita, es más fácil de escanear.
- Me siento comprendida por el contenido y la funcionalidad del portal.
- Los QR de los pasquines están algo pequeños, y nos gustaría que se mantuviesen en una posición constante para ubicarlos más rápido.
- A primera impresión, el portal es llamativo, sin embargo, como mencionamos, nos gustaría que hubiera más videos.
- Nos gusta mucho que no es lo típico de siempre, podemos ver el movimiento de la danza urbana, la realidad aumentada no me la esperaba.



Formato de validación completo

## CONCLUSIONES DEL PROYECTO

01

### CUMPLIMIENTO LINEAL Y COHERENTE DE OBJETIVOS

El proyecto cumple con su objetivo general, logrando diseñar una estrategia de comunicación que fortalece la escena de la danza urbana entre los usuarios del mismo, manteniendo un proceso lineal y coherente con los objetivos específicos planteados al inicio del proyecto.

03

### TRADUCCIÓN DE NECESIDADES Y DESEOS EN ELEMENTOS

Se destaca el buen trabajo de análisis e implementación de los deseos y necesidades del usuario, creando elementos con propósito y utilidad, que fluyen de manera coherente con las exigencias tanto del proyecto, como del usuario.

02

### NIVEL DE IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICO EN EVENTOS

La estrategia diseñada para el proyecto, presenta capacidad para ser implementada en eventos y espacios donde se desarrolla la escena de la danza urbana en Cali, fundamentado en la respuesta favorable de los usuarios.

The logo for 'SOUL STREET' is displayed in a stylized, bold font. 'SOUL' is in white with a black outline, and 'STREET' is in a vibrant pink color with a black outline. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn feel. The background features a halftone dot pattern that fades from black on the left to white on the right.

# REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alcaldía de Medellín. (2022). \*Transformación social a través de la danza urbana\*. <https://www.medellin.gov.co/>

Calceto, M., Ramírez, G. (2019) ¿CALI SABE LO QUE TIENE? ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN DE LOS JÓVENES CALEÑOS CON EL PATRIMONIO CULTURAL DE SANTIAGO DE CALI. Universidad Icesi. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Mercadeo Internacional y Publicidad Santiago de Cali.

Cali, A. d. (01 de Febrero de 2019). Patrimonio Cultural. [http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/114593/patrimonio\\_idesc/](http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/114593/patrimonio_idesc/)

Cali, A. d. (2 de Noviembre de 2018). Proyecto Acuerdo Plan Decenal de Cultura 2018-2028. <http://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/144454/plan-decenal-decultura-de-santiago-de-cali-2018--2028-cali-hacia-un-territorio-intercultural/>

Contreras, S., Emigdio, R. (2013) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica Pensamiento & Gestión, núm. 35, julio-diciembre, 2013, pp. 152-181 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64629832007>

Dallal, A. (2007). Los Elementos de la Danza. México. Universidad Nacional Autónoma de México.

DANE. (2023). \*Proyecciones de población por sexo, grupos de edad y área\*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Genially. (n.d.). Fases del design thinking: 5 etapas clave para innovar. Genially. <https://blog.genially.com/fases-design-thinking/>

Guevara, P. (2018). La profesionalización de la danza contemporánea en Bogotá. Un acercamiento al quehacer de los bailarines y las bailarinas. <http://hdl.handle.net/10554/38958>.

Houston, S. (2005). Participation in community dance: A road to empowerment and transformation? *New Theatre Quarterly*, 21(2), 166-177.

HubSpot. (s. f.). ¿Qué es una encuesta?. Recuperado el 10 de agosto de 2024, de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>

Munari, B. (1981). ¿Cómo nacen los objetos? Barcelona: Gustavo Gili, SA.

No Medit. (s.f.). Método proyectual de Bruno Munari: Un proceso dinámico y creativo. No Medit. <https://nomedit.com/metodo-proyectual-de-bruno-munari/#:-:text=El%20m%C3%A9todo%20proyectual%20de%20Bruno,nos%20muestra%20un%20proceso%20din%C3%A1mico>

Ríos, E., Paez, H. y Barbos, J.(2020) Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Serrano, M., & Blázquez, P. (2016). Design thinking lidera el presente y futuro. Madrid: ESIC.

Taborda, A. (2023). Seminario de Formación a Formadores "Conociendo la Danza Urbana". <https://repository.bellasartes.edu.co/handle/123456789/699>.

Valdés, R., Fernández, B., Ballón, C. (2022) BENEFICIOS DE LA DANZA URBANA EN JÓVENES: UN ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DEL BIEN-ESTAR EMOCIONAL Y LA EXPRESIÓN CORPORAL. *EmásF, Revista Digital de Educación Física*. Año 13, Num. 75 (marzo-abril de 2022) <http://emasf.webcindario.com>

\*Fotografías propias

\*Ilustraciones e intervenciones propias

## ANEXOS



Encuesta y Entrevista



Prueba de Usuario



Realidad Aumentada



Drive Elementos



Vídeo Introductorio



Portal Digital



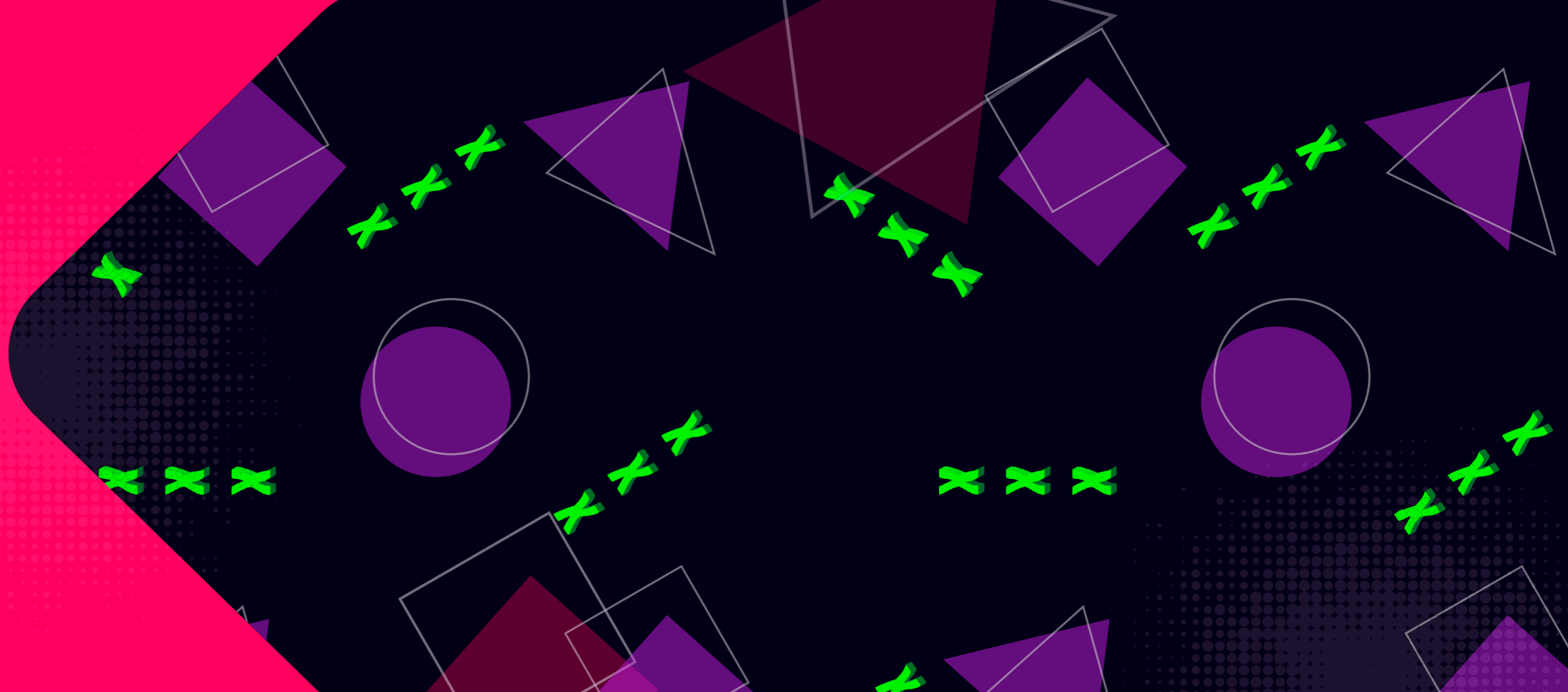
Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali



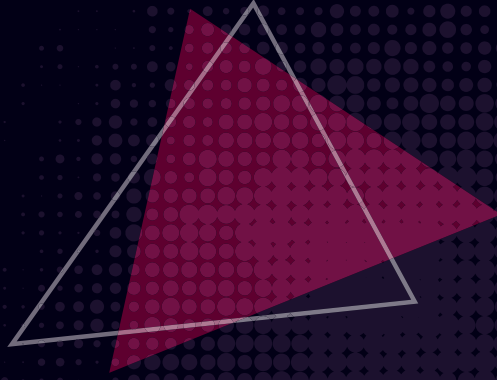
**SOMOS  
TODOS**



FACULTAD DE  
**CREACIÓN  
Y HÁBITAT**



XXX



XXX

