



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT
CARRERA DE DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Grupo de circo pepa de aguacate como agente en la gestión cultural en la
Universidad Javeriana de Cali

ANTEPROYECTO DE GRADO

ESTUDIANTE
JUAN ESTEBAN MEJIA CARDONA

ANTEPROYECTO DE GRADO
2025-2



1 Fase 1: TEMA

Introducción al tema.

El grupo Pepa de Aguacate es una iniciativa universitaria de artes circenses creada hace más de una década en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. A lo largo de estos años, el colectivo ha consolidado su presencia mediante la participación en diversos escenarios académicos, culturales y comunitarios, tanto dentro del campus universitario como en colaboración con otras instituciones educativas, entre ellas la Universidad ICESI y la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá. Estas actividades incluyen presentaciones en eventos benéficos, encuentros interuniversitarios y espacios de integración cultural que han permitido visibilizar el arte circense como una manifestación creativa y formativa.

El grupo contribuye de manera significativa a la vida universitaria, al promover valores de trabajo en equipo, disciplina y fortalecimiento físico, así como al generar apropiación cultural entre el estudiantado. Desde una perspectiva académica y social, su impacto trasciende la práctica artística, pues representa una alternativa innovadora de recreación, ejercicio físico y construcción de identidad cultural. No obstante, pese a su trayectoria y aportes, el colectivo enfrenta limitaciones en cuanto a visibilidad institucional y reconocimiento en la comunidad universitaria. En este contexto, la investigación busca analizar y proponer estrategias para fortalecer la proyección del grupo Pepa de Aguacate dentro de la Universidad Javeriana de Cali, con el fin de maximizar su impacto cultural, deportivo y social.

Análisis del contexto actual.

En la actualidad, el grupo de circo Pepa de Aguacate en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali enfrenta una situación de baja visibilidad y escaso respaldo institucional. Desde su creación, el colectivo no ha contado con un apoyo constante por parte del Centro Cultural de la universidad, lo cual ha limitado el fortalecimiento de sus actividades y la consolidación de su rol dentro de la comunidad académica. Uno de los principales problemas identificados radica en la pérdida de espacios adecuados para la práctica y presentación de sus actividades, lo que ha restringido la posibilidad de atraer nuevos estudiantes y de integrarse de manera más activa en la vida cultural universitaria.

En la actualidad, el grupo desarrolla sus entrenamientos en un espacio reducido dentro del edificio Raúl Posada, un lugar poco visible para el resto del estudiantado, lo que genera un aislamiento que repercute en la participación y el reconocimiento de su



labor. A ello se suma la ausencia de estrategias de comunicación efectivas, evidenciada en la pérdida de su cuenta oficial en redes sociales, que anteriormente funcionaba como medio de difusión y convocatoria. Estas limitaciones ponen en riesgo la continuidad del colectivo y disminuyen el alcance de sus aportes culturales, artísticos y sociales, a pesar del potencial que tiene para enriquecer la experiencia universitaria.

Oportunidades y motivaciones.

La elección de este tema nace desde la fascinación y gusto por las artes circenses en las cuales se han dejado de lado por los estereotipos y estigmas sociales los cuales les hace el feo debido a que creen que es una profesión sin sentido y además que es solo para vagos. Entonces mi motivación llega al darme cuenta de todo lo malo que se percibe del circo y de querer darle otra visión a un arte que es escénico y en donde se demuestran muchas habilidades como fuerza , flexibilidad , coordinación , trabajo en equipo y agilidad. De las cuales se pueden visibilizar de una manera adecuada en donde los estudiantes puedan ejercitarse y mejorar en habilidades blandas de una manera diferente y más divertida en donde puedan pasar tiempo de calidad y comunicarse con diferentes carreras para así mejorar su visión del mundo y mejorar de manera social.

Habilidades y destrezas.

Para llevar a cabo la solución de este tema se necesitan habilidades en diseño de interacción, diseño de interfaces y además saber administrar cuentas de redes sociales para el manejo de estas. Además, es necesario un conocimiento de la psicología de la percepción. La capacidad de trabajar en equipo y de colaborar con diferentes tipos de personas que se puedan presentar para este estudio las cuales son esenciales para llevar este proyecto a cabo y que su impacto sea verdaderamente alto.

Análisis DOFA y conclusiones.

Analisis FODA





El análisis realizado sobre el grupo Pepa de Aguacate en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali permite comprender la importancia de fortalecer su visibilidad y sostenibilidad dentro de la comunidad universitaria. A través del diagnóstico se identificó que, pese a su trayectoria de más de diez años y su aporte cultural, deportivo y social, el grupo enfrenta limitaciones en la estrategia de comunicación, falta de apoyo institucional y pérdida de espacios físicos y digitales para la difusión de sus actividades. Estas dificultades se reflejan también en el análisis FODA, donde las principales debilidades giran en torno a la escasa actualización de información, el poco interés del estudiantado y la baja colaboración en procesos de visibilización.

No obstante, los resultados muestran que existen fortalezas y oportunidades en el respaldo cultural y académico, así como la existencia de un Plan Nacional de Circo (2025–2035) que reconoce el valor del arte circense como motor de transformación social y cultural en Colombia. En este sentido, la conclusión central es que potenciar la visibilidad del grupo Pepa de Aguacate no solo responde a una necesidad institucional, sino que se alinea con una política nacional que busca dignificar el circo como expresión artística, pedagógica y comunitaria.

2 Fase 2: ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO

¿Qué?

Puesta en valor del grupo Pepa de Aguacate como agente en la gestión cultural de la universidad javeriana.

¿Cómo el circo aporta a la Pontificia Universidad Javeriana de Cali?

¿Cómo el circo ayuda culturalmente a la universidad javeriana?

¿Cómo el grupo pepa de aguacate interactúa con el estudiantado y con la comunidad universitaria?

¿Cómo influye el grupo pepa de aguacate a la gestión cultural en la universidad javeriana?

¿Cómo son los procesos culturales del circo en la universidad javeriana?

¿Cómo se reconocen a los integrantes del grupo pepa de aguacate en la universidad javeriana?

¿Cómo se reconoce el espacio en donde se llevan a cabo actividades de circo en la



universidad javeriana?

¿Cómo se promueve lo cultural desde el grupo de circo pepa de aguacate en la universidad javeriana?

¿Quién?

Directos: Grupo de circo, estudiantes de la universidad

Indirectos: secretaria de cultura, circos, agentes de circo, profesor de circo de la universidad javeriana, gestión cultural de la Pontificia Universidad Javeriana Cali

¿Cuándo?

En este gráfico se muestra el calendario de la Pontificia Universidad Javeriana Cali a medida de sus meses y el flujo de estudiantes que se ve en cada uno de los cuatro aspectos descritos en la tabla, que se reparten en (inicio de semestre, mitad de semestre, actividades del medio y fin de semestre) y su tiempo estimado es de (Enero-mayo y Julio-Noviembre) que son los periodos de semestres habituales de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.



Construcción propia

Teniendo en cuenta la anterior gráfica, al inicio de semestre en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, el grupo de circo Pepa de aguacate es en donde se deja ver de manera más llamativa y latente ya que en este periodo de tiempo es donde se hacen muchas actividades del medio y el grupo participa en muchas de esta y deja que los estudiantes de nuevo ingreso lo vean y se sientan más motivados e interesados en el taller del medio universitario y así ingresan más estudiantes al mismo. En la mitad del semestre la



universidad está en un tiempo muerto o de poco movimiento en campus ya que no se realizan muchas actividades y eso causa que el grupo no tenga mucho movimiento así que el grupo no recibe estudiantes nuevos para su práctica. El grupo pepa de aguacate participa en actividades que les piden del campus y así es como puede llegar a recibir nuevos estudiantes e interesados por participar y saber más al respecto. El fin de semestre es muy importante para el grupo ya que realiza una muestra final en donde se muestran todos los atributos que los nuevos estudiantes adquirieron en el semestre y así genera una expectativa para el nuevo semestre y lograr que nuevos estudiantes quieran ser partícipes de este.

¿Dónde?

Este proyecto está estipulado o programado en la universidad javeriana de Cali, pero se tiene una proyección a las demás universidades de Cali para así crear un colectivo o una comunidad circense.

Fase 3: OBJETIVOS, RUTA METODOLÓGICA Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

Introducción

En esta entrega se plantean los objetivos de nuestro proyecto de grado el cual se basa en un (1) objetivo general y tres (3) específicos, los cuales respondan con nuestra propuesta de valor y con la necesidad encontrada en la universidad que queremos mejorar o desarrollar mediante el diseño , además se desarrolla una tabla de Gantt en donde podemos apreciar y especificar el tiempo de desarrollo de cada objetivo específico junto con un cronograma de tiempo que indica las actividades que se van a desarrollar en cada semana a lo largo del semestre.

Objetivo General:

- Crear una estrategia experiencial mediante un enfoque de diseño participativo para la puesta en valor del grupo de circo Pepa de Aguacate en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.



Objetivos Específicos:

- **Objetivo específico #1:** Caracterizar el impacto del grupo Pepa de Aguacate en la comunidad universitaria mediante herramientas del diseño centrado en las personas para identificar sus aportes y posibilidades de mejora
- **Objetivo específico #2:** Proponer una estrategia experiencial bajo un enfoque lúdico para fortalecer la identidad y reconocimiento del grupo Pepa de aguacate.
- **Objetivo específico #3:** Evaluar la estrategia de comunicación y su impacto mediante herramientas de feedback para determinar su efectividad con los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

Tabla de Gantt

OE1: Se orienta a **caracterizar el impacto del grupo de circo Pepa de Aguacate en la comunidad universitaria**, lo cual implica investigar cómo perciben los estudiantes sus aportes culturales, sociales y emocionales. El desarrollo de este objetivo se centrará en la aplicación de herramientas de diseño centrado en las personas, como encuestas, entrevistas y mapas de empatía, que permitirán identificar los logros del grupo y reconocer áreas de mejora para fortalecer su relación con la universidad.

OE2: Busca **proponer una estrategia experiencial con un enfoque lúdico** que potencie la identidad y el reconocimiento del grupo. El desarrollo de este objetivo se basará en procesos de co-creación y diseño participativo, utilizando dinámicas de ideación, prototipado y gamificación. A través de estas metodologías, se espera construir una propuesta innovadora que conecte con los estudiantes y genere un sentido de pertenencia hacia el grupo Pepa de Aguacate.

OE3: Se centra en **evaluar la estrategia de comunicación diseñada**, midiendo su efectividad e impacto en la comunidad universitaria. El desarrollo de este objetivo incorporará la recolección de feedback mediante encuestas, focus group y observación participante, lo que permitirá valorar los resultados alcanzados. A partir de este análisis, se podrá determinar qué tan efectiva fue la estrategia en términos de visibilidad, recordación e interacción con los estudiantes, aportando insumos clave para su consolidación y mejora futura.



Estudiante ()		
Coinvestigadores		
Tutor		
Facultad / Instituto del IP	Facultad de Creación y Habitud	
Departamento	Creación	
Tipo de proyecto	Investigación	
	Innovación	
	Investigación-creación	X
	Creación	
Modalidad	Convocatoria Interna	¿Cuál?
	Convocatoria Externa	
	Proyecto de estudiantes	X
	Proyecto sin recursos frescos	
Tipo de FUENTE	Estudio de fuentes primarias	
	Estudio de fuentes secundarias	
	Estudio mixto	X
Tipo de estudio, tipo de investigación, diseño investigativo	Proyecto de grado	



Fecha de solicitud de aval	2026
Fecha de inicio y fin del proyecto	Enero/2026 – Mayo/2026

ASPECTOS POR EVALUAR	S	N	N / A	OBSERVACIONES
CONSIDERACIONES ÉTICAS GENERALES (Diligenciar para todo tipo de proyectos)				
1. El proyecto incluye el análisis de las consideraciones éticas asociadas a la metodología a desarrollar.	X			
2. El proyecto acoge las normativas nacionales o internacionales, regulaciones aplicables al campo de conocimiento y estándares éticos.	X			
3. El proyecto especifica cómo garantiza la validez y confiabilidad científica: claridad metodológica (métodos, fuentes de datos, análisis de información, uso de programas software o sistemas de apoyo adecuados para toma de datos confiables, recursos acordes, etc.) y claridad procedimental.	X			
4. El proyecto utilizará fuentes o datos personales, públicos o privados, y cuenta con su respectivo soporte y autorización de derechos de uso.	X			
5. El proyecto especifica claramente el plan de gestión de datos, incluyendo la protección de datos (habeas data), la veracidad, privacidad, confidencialidad y custodia.	X			
6. El proyecto especifica si los datos obtenidos serán utilizados para el presente proyecto o servirán como base para futuras investigaciones	X			



7. El proyecto incluye el plan divulgación de los resultados		x		
8. El proyecto describe la autoría de los productos de acuerdo con la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad.		x		
9. El IP o los coinvestigadores tienen algún conflicto de interés. ¿El proyecto sustenta la solución del conflicto?			x	
10. El proyecto de investigación incluye a participantes humanos como sujetos de investigación y/o creación.		x		
11. El proyecto requiere consentimiento informado, consentimiento parental o asentimiento informado.		x		Especifique : Se utilizarán el formato de consentimiento informado, la autorización de uso de derechos de imagen, el formato de autorización de Datos personales en fotos y grabaciones, todo a personas menores y mayores de edad.
12. El consentimiento está redactado en lenguaje coloquial y explica qué se va a hacer, cómo (metodología), dónde, cuándo, por qué razón, para qué (beneficio), derechos, deberes, gastos, incentivos.		x		



<p>13. Indique el grupo(s) poblacional(es) incluido(s) en la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Menores de edad<input type="checkbox"/> Adultos mayores (65 años o más)<input type="checkbox"/> Adultos mayores institucionalizados<input type="checkbox"/> Personas en situación de discapacidad física mental<input type="checkbox"/> Personas con discapacidad física o mental<input type="checkbox"/> Comunidad LGBTQ+<input type="checkbox"/> Víctimas de conflicto armado<input type="checkbox"/> Excombatientes - reinsertados<input type="checkbox"/> Pacientes<input type="checkbox"/> Minorías étnicas (indígena, afrocolombiana, rom, raizal y palenquera)<input type="checkbox"/> Habitantes de calle<input type="checkbox"/> Migrante<input type="checkbox"/> Personas en estado de embarazo<input type="checkbox"/> ¿Otro, Cual?<input type="checkbox"/> Ninguno				
<p>Nota: Consulte la página del Ministerio de Salud y Protección Social la definición de población vulnerable https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/poblaciones-vulnerables/Paginas/poblaciones-vulnerables.aspx</p> <p>Si su proyecto involucra población vulnerable, anexe el (los) permiso (s) institucionales (es) correspondiente</p>				
<p>14. Indique si trabajará con sujetos que hacen parte de los siguientes grupos de población subordinada:</p> <ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Estudiantes PUJ<input type="checkbox"/> Estudiantes de otras instituciones<input type="checkbox"/> Trabajadores Hospitales o Clínicas de convenio docencia-servicio<input type="checkbox"/> Trabajadores de otras instituciones<input type="checkbox"/> Personas privadas de la libertad (internos o reclusos)<input type="checkbox"/> Fuerzas armadas<input type="checkbox"/> Policía<input type="checkbox"/> ¿Otro, Cual?				



<input type="checkbox"/> Ninguno				
15. El proyecto especifica claramente el número de participantes, su rango de edad, sexo, grupo étnico, lugar de procedencia, lugar de toma de datos, tiempo de participación. Describe la selección adecuada, y equitativa de la población.		x		En este proyecto se trabajara con estudiantes de la Universidad Javeriana de Cali , de genero mixto, en donde se tomaran datos generales sobre el conocimiento de circo
16. ¿El proyecto cuenta con autorización de la comunidad para llevar a cabo el proyecto de investigación?			x	
17. ¿El proyecto puede tener un impacto negativo en seres humanos, animales, el medio ambiente o el patrimonio cultural (material o inmaterial)?		x		
18. ¿Existe algún aspecto reputacional de algún integrante del equipo o entidad financiadora que deba ser tenido en cuenta?			x	Especifique cuál
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON SERES HUMANOS				
Estos proyectos deben remitirse al Comité de <u>Ética de la Investigación en Salud Humana</u> adscrito a la Facultad de Ciencias de la Salud o a Comité de Ética de la Investigación con aval INVIMA (externo) (Consulte a la OID)				
OTROS PROYECTOS INVESTIGACION CREACION- INNOVACION -CREACION- CON SERES HUMANOS				



19. Indique el tipo de estudio a desarrollar <input type="checkbox"/> Estudio observacional <input type="checkbox"/> Estudio de intervención <input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____			X	
20. Indique el tipo de intervención, si aplica. <input type="checkbox"/> Estudio de intervención con dispositivo <input type="checkbox"/> Estudio de intervención psicosocial y del comportamiento <input type="checkbox"/> Exámenes/ pruebas físicas <input type="checkbox"/> Intervención en medio ambiente, cultura, arte <input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____			X	Especifique
21. ¿Los resultados derivados del estudio generan la necesidad de activar rutas de atención en salud o notificaciones obligatorias? (Por ejemplo, reporte a SIVIGILA, ruta de atención a víctimas por violencia)			X	
22. ¿El proyecto incluye datos clínicos?			X	Especifique
Nota: Consulte la Ley 2287 de 2023 Biobancos "Por medio de la cual se crea el sistema nacional de biobancos y se regula el funcionamiento de los biobancos con fines de investigación biomédica, biotecnológica y epidemiológica y se dictan otras disposiciones"				
23. ¿El proyecto incluye transferencia de muestras biológicas a terceros para su tratamiento (diferentes a PUJ)? ¿Qué tipo de transferencia?			X	Tipo de muestra



<input type="checkbox"/> Transferencia a nivel nacional				
<input type="checkbox"/> Transferencia internacional				
24. ¿El proyecto involucra muestras biológicas de origen humano?			X	Cuáles
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON ANIMALES (Diligencie si aplica) Estos proyectos deben remitirse al Comité Institucional de Cuidado y Uso de Animales (CICUA) de PUJ Bogotá por intermedio de la OID				
25. ¿Su proyecto requiere obtención del respectivo aval por parte del CICUA?			X	
26. ¿Su proyecto incluye animales?			X	Especifique
27. ¿Qué proceso que se hará con animales?			X	Especifique
Conozca la ruta para el envío de proyectos aquí: Acceda a al Formato de uso de Animales (FUA) aquí:				
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN AMBIENTAL CON ESPECIES DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA, MUESTRAS BIOLÓGICAS, AMBIENTALES O ACTIVIDADES DE ACCESO A RECURSOS GENÉTICOS (Diligencie si aplica)				
28. ¿El proyecto involucra investigación con animales vertebrados o cefalópodos (pulpos, calamares, sepias o nautilos) o sus muestras?			X	
Nota: Tenga en cuenta que requerirá autorización de PNN o de la Corporación antes de iniciar actividades. Esta autorización podrá solicitarla a través de la Oficina de Investigación y Desarrollo				
29. ¿El proyecto de investigación incluye trabajo con especies de la diversidad biológica? (Incluye plantas, microorganismos, muestras de origen vegetal o muestras de ambiente			X	



como aire, suelo o agua). Indique las especies con las cuales trabajará: <input type="checkbox"/> Plantas <input type="checkbox"/> Microorganismos <input type="checkbox"/> Muestras biológicas de origen vegetal <input type="checkbox"/> Muestras ambientales (aire, suelo, agua)				
30. Indique si usted o un co- Investigador: <input type="checkbox"/> Está incluido dentro del Permiso Marco de Recolección con ANLA <input type="checkbox"/> Está tramitando el permiso ante la ANLA <input type="checkbox"/> No cuenta con permiso de recolección			X	
31. ¿El proyecto realizará actividades de recolección de especies de la diversidad biológica? La recolección se realizará en: <input type="checkbox"/> Zona de Parques Nacionales Naturales <input type="checkbox"/> Zona diferente a Parques Nacionales Naturales <input type="checkbox"/> Zona de jurisdicción de una Corporación de Autónoma Regional			X	
32. ¿El proyecto utilizará muestras recolectadas previamente (fuentes secundarias)?, y ¿cuenta con los permisos para el uso de este material?			X	Explique
33. ¿El proyecto involucra especies amenazadas?			X	
34. ¿El proyecto incluye algún otro modo de uso del medio ambiente?			X	Especifique
Nota: Consulte en la página de CITES (especies listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres) https://www.minambiente.gov.co/index.php/bosques-biodiversidad-y-servicio-ecosistemas/permisos-cites				



Consulte la última resolución de especies amenazadas del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) y los listados de los libros rojos de la biota colombiana https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/resoluciones/75-res%201912%20de%202017.pdf				
Una vez aprobado el proyecto por el CEI, el Investigador Principal deberá informar a la OID para adelantar los trámites estatales y solicitar los permisos ante el MADS antes del inicio de las actividades.				
35. ¿Las actividades de recolección se realizarán en zonas con presencia de grupos étnicos?			X	
36. ¿Cuenta con concepto de determinación y procedencia y oportunidad de consulta previa del Ministerio del Interior? En caso de que no, recuerde tramitarlo antes de empezar actividades en la zona.			X	
37. ¿El proyecto involucra muestras tomadas de cultivo a nivel comercial, semi-comercial o experimental (campo, invernadero o in vitro)?			X	
38. ¿Tiene permiso para uso de las muestras?			X	Explique
39. ¿El proyecto incluye importación o exportación de muestras de la diversidad biológica? Indique si las muestras a importar/exportar son <input type="checkbox"/> CITES (Listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres) <input type="checkbox"/> No CITES (NO listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres)			X	
40. ¿El proyecto incluye actividades de acceso a recursos genéticos y/o sus productos derivados?			X	
41. ¿El proyecto está incluido o se encuentra en trámite el contrato marco de Acceso a Recursos Genéticos (ARG)?			X	
En caso de tener dudas sobre si las actividades a desarrollar configuran acceso a recursos genéticos, puede consultar la página del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) https://www.minambiente.gov.co/direccion-de-bosquesbiodiversidad-y-servicios-ecosistemas/contrato-acceso-a-recursos-geneticos-y-susproductosderivados/				
Tenga en cuenta que para realizar actividades que configuren ARG se debe tramitar el respectivo contrato a través de la Oficina de Investigación y Desarrollo.				



42. ¿El proyecto incluye Organismos Vivos Modificados (OVM) u Organismos Genéticamente Modificados- OGM? <input type="checkbox"/> Con fines o posibles aplicaciones ambientales <input type="checkbox"/> Con fines o posibles aplicaciones agrícolas, pecuarias, pesqueras, en plantaciones forestales comerciales o en la agroindustria <input type="checkbox"/> Para el desarrollo de productos de uso en salud o alimentación humana			X	
43. ¿El proyecto explica las medidas de contención para OVM que se tendrán en cuenta?			X	
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN-CREACIÓN O CREACIÓN (Diligencie si aplica) Estos proyectos deben remitirse al Comité de Ética de la Investigación adscrito a la Oficina de Investigación y Desarrollo				
44. ¿La obra o producto de creación reconoce explícitamente los derechos morales y patrimoniales de los coautores participantes y/o colaboradores?	X			
45. ¿Los canales o medios de circulación pensados para la transferencia de la obra o producto de creación cuentan con algún tipo de censura? Explique			X	
46. ¿El proceso de transferencia de la obra o producto de creación requiere hacerse de manera anónima por seguridad o preferencia de los creadores?			X	
47. ¿El formato de la obra o producto de creación está basado en hechos verídicos o de ficción? <input checked="" type="checkbox"/> Verídicos <input type="checkbox"/> Ficción	X			
48. El proyecto pone de prioridad a las personas, minimizando el impacto ambiental de los	X			



proyectos arquitectónicos como el uso de materiales sostenibles, la práctica de diseño ecológico, el fácil acceso para las personas con algún tipo de discapacidad, se respeta la estética, la preservación del recurso, los valores patrimoniales, culturales, la seguridad, el bienestar físico y mental sin riesgo a las representaciones visuales engañosas, de elementos que distorsionen la realidad.				
49. El proyecto prioriza a las personas y comunidades, minimizando posibles efectos engañosos en la comunicación visual apropiando lenguajes inclusivos que limitan la estigmatización étnica, de género, por discapacidad, filiación política, creencias religiosas y cualquiera otra forma de discriminación.		x		
50. El proyecto reconoce los riesgos culturales del proyecto en su realización, transferencia o divulgación con personas y comunidades, tomando las medidas de precaución necesarias en el uso de lenguajes: visual, corporal, sonoro y/o del habla oral o escrita.		x		
51. El proyecto requiere permisos de uso del espacio público para su realización, divulgación, circulación y/o transferencia.				x
52. El proyecto cuenta con permisos institucionales, gubernamentales, culturales, gestión del riesgo en diferentes escenarios, coberturas para el riesgo ,.etc				x

De acuerdo con las respuestas anteriores, según su criterio, indique el nivel de riesgo del proyecto **(Resolución 8430 de 1993, normativas, políticas (política de ética de la investigación, bioética e integridad científica), códigos de investigación y disciplinares, leyes nacionales e internacionales de investigación, principios éticos y bioéticos en investigación):**

- Sin riesgo:** Son estudios científicos o de creación que emplean técnicas y métodos de investigación documental retrospectivos y aquellos en los que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio, entre los que se consideran: cuestionarios y otros en los que no se le identifique ni se traten aspectos sensitivos de su conducta ni sus datos personales (incluida la voz y la imagen fija o en movimiento). (fuentes secundarias)



Riesgo mínimo: son Estudios científicos o de creación de fuente primaria o mixta con datos de seres humanos (incluido el uso de datos personales como la voz y la imagen fija o en movimiento) no humanos o medioambientales, en donde la probabilidad y magnitud de los daños o molestias que un participante, una comunidad o el medio ambiente podría experimentar como resultado de su participación en el proyecto es comparable al riesgo al que las personas se exponen en su vida diaria o a situaciones similares a las que enfrentan normalmente en su entorno.

Riesgo mayor al mínimo: Son aquellos estudios científicos o de creación en los que la probabilidad o la magnitud de afectar al sujeto, a la comunidad o al medio ambiente son altas y superan el riesgo al que las personas se exponen en su vida diaria o a situaciones similares a las que enfrentan normalmente en su entorno. Esto incluye: datos sensibles, población vulnerable ensayos clínicos, proyectos de intervención, entre otros.

El proyecto requiere a revisión y aval ético de:

- Comité de Ética de la Investigación adscrito a la Oficina de investigación y Desarrollo de la Vicerrectoría Académica de la Seccional.
- Comité de Ética de la Investigación en Salud Humana
- Comité Institucional de Cuidado y Uso de Animales (CICUA)

Firma

Juan Esteban Mejía.

Nombre del Investigador Principal



4 Fase 4: MARCO REFERENCIAL Y BENCHMARKING

Antecedentes del Proyecto

En las últimas décadas, el circo ha transitado desde un espacio marginalizado de la cultura popular hacia un campo de reflexión académica y educativa. Dos investigaciones recientes —una centrada en la educación universitaria y otra en el ámbito escolar— permiten comprender cómo las prácticas circenses se transforman en herramientas críticas de aprendizaje, inclusión y descolonización del conocimiento.

El estudio de **Vilela, Navarro y Bortoleto (2025)** analiza la experiencia de la Universidad Estatal de Campinas (UNICAMP) y demuestra cómo la incorporación del circo en el currículo universitario contribuye a la **decolonización de la educación superior**. Los autores explican que el circo, al provenir de tradiciones orales, populares y corporales, confronta los saberes eurocéntricos que históricamente dominaron la academia. Esta práctica introduce un diálogo entre lo académico y lo popular, lo racional y lo sensible, reconociendo otras formas de conocimiento más inclusivas y comunitarias. La investigación subraya que los colectivos universitarios como *Circóia* o el grupo *CIRCUS* han promovido una pedagogía basada en la colaboración y la resistencia, proponiendo un modelo educativo donde el cuerpo es también una herramienta epistemológica. En este sentido, el circo no se presenta solo como una disciplina artística, sino como un **espacio de disputa política y cultural** dentro de la universidad, donde se cuestiona la hegemonía del pensamiento colonial y se construyen saberes desde la diversidad.

Por su parte, la investigación de **Melo, Bortoleto y Ontañón (2021)** traslada esta reflexión al contexto de la **educación básica**, analizando la enseñanza del circo como actividad extracurricular en escuelas brasileñas. A partir de estudios de caso, los autores evidencian que el circo favorece la expresión corporal, la creatividad y la convivencia, consolidándose como una alternativa pedagógica frente a modelos de enseñanza rígidos y competitivos. Sin embargo, el estudio también identifica limitaciones estructurales, como la falta de formación específica del profesorado y la tendencia a priorizar resultados artísticos sobre los procesos educativos. Aun así, los hallazgos muestran que cuando se integran elementos lúdicos y cooperativos, el circo se convierte en un **instrumento de aprendizaje vivencial**, capaz de generar autonomía, empatía y trabajo en equipo entre los estudiantes.



Ambas investigaciones coinciden en que el circo posee un **potencial transformador** dentro de los espacios educativos. En el ámbito universitario, abre caminos hacia una pedagogía anticolonial y crítica; en la escuela, ofrece una educación más humana y sensible, centrada en el cuerpo y la cooperación. Este doble enfoque permite entender al circo como un **punto entre el arte, la educación y la justicia social**, uniendo distintos niveles de formación bajo una misma lógica de resistencia y creatividad.

Desde esta perspectiva, el proyecto que aquí se propone parte de la premisa de que las prácticas circenses no solo enriquecen los procesos formativos, sino que también **redefinen la relación entre saber y cuerpo, entre enseñanza y comunidad**. Al retomar las conclusiones de ambos estudios, se plantea una mirada que integra lo popular con lo académico, lo lúdico con lo reflexivo, consolidando al circo como un espacio educativo plural, crítico y profundamente humano.

Marco conceptual

Glosario:

- Gestión **cultural universitaria** – eje articulador que promueve la integración del arte, la educación y la comunidad académica.
- Circo **contemporáneo** – práctica artística y pedagógica que combina expresión corporal, creatividad y sentido social.
- Mediación **cultural** – proceso mediante el cual el diseño y las prácticas visuales facilitan el diálogo entre artistas, instituciones y públicos.
- Identidad **colectiva** – construcción simbólica y afectiva que define el sentido de pertenencia del grupo *Pepa de Aguacate*.
- Educación **experiencial** – metodología basada en el aprendizaje a través de la acción, la experimentación y la reflexión compartida.
- Expresión **corporal** – lenguaje comunicativo central del circo, que articula emociones, identidad y estética visual.
- **Co-creación y participación** – estrategias colaborativas que fomentan la producción colectiva de significados y materiales comunicativos.



- **Intervención visual y narrativa** – estrategias del diseño para visibilizar, comunicar y fortalecer el sentido de pertenencia del colectivo.

Gestión Cultural Universitaria:

La gestión cultural universitaria puede entenderse como un proceso integral que articula la producción artística, la participación comunitaria y la construcción de identidad dentro de los espacios académicos. Desde esta perspectiva, la gestión cultural no se limita a la organización de actividades, sino que se convierte en un dispositivo pedagógico y social orientado a fortalecer el vínculo entre la universidad, el arte y la comunidad. En el contexto latinoamericano, esta noción adquiere una dimensión política: gestionar cultura es también **gestionar memoria, inclusión y transformación social**. Así lo demuestra el trabajo del colectivo **Circo Herencias** de Cali, que se consolida como un referente de autogestión artística y comunitaria en el ámbito del circo contemporáneo.

El **Circo Herencias** concibe la gestión cultural como una práctica horizontal y participativa que se nutre de la educación popular y del diálogo de saberes. Sus integrantes desarrollan procesos formativos con jóvenes de distintos barrios caleños, donde el arte circense funciona como medio de transformación social, herramienta pedagógica y vehículo para el reconocimiento de la diversidad (Circo Herencias, 2022). A través de talleres, festivales y encuentros, este colectivo ha generado espacios que dignifican el arte de calle, promueven la apropiación cultural y reconfiguran el territorio desde la creatividad. Su modelo de gestión se caracteriza por la **autonomía, la colaboración y la sostenibilidad**, convirtiéndose en ejemplo de cómo el arte puede ser un agente activo en la construcción del tejido social urbano.

En el caso del grupo *Pepa de Aguacate*, esta visión resulta profundamente inspiradora. La gestión cultural universitaria, entendida desde la experiencia de Circo Herencias, implica que los procesos creativos dentro de la universidad deben reconocer la dimensión humana y colectiva del arte. Gestionar cultura en la Pontificia Universidad Javeriana Cali no solo significa visibilizar al grupo circense, sino **tejer redes institucionales, académicas y comunitarias** que potencien su impacto. Desde el diseño de la comunicación visual, el proyecto busca fortalecer esta gestión mediante estrategias que conecten el lenguaje artístico del circo con los valores de participación, identidad y transformación social presentes en el ámbito universitario.

Circo contemporáneo:

El circo contemporáneo surge como una reinención del arte circense tradicional, incorporando elementos del teatro, la danza, la música, la narrativa y el diseño visual para generar una experiencia escénica integral. A diferencia del circo clásico, centrado en la destreza física y el espectáculo visual, el circo contemporáneo busca **construir significados a través del cuerpo, el movimiento y la emoción**, convirtiéndose en un medio expresivo



que conecta la técnica con la sensibilidad. Este cambio de paradigma redefine el papel del artista, que ya no solo ejecuta actos impresionantes, sino que **narra historias, evoca emociones y comunica ideas mediante el lenguaje corporal y la puesta en escena** (Cirque du Soleil, 2020).

El **Cirque du Soleil**, fundado en 1984 en Montreal (Canadá), representa el punto de inflexión más influyente en esta transformación. Su modelo artístico combina la espectacularidad técnica con la profundidad simbólica y visual, generando un estilo caracterizado por la ausencia de animales, el uso de escenografías inmersivas y la integración de música, iluminación y vestuario como componentes narrativos. Esta compañía redefinió el concepto de circo como una **obra total de arte**, donde cada elemento visual y sonoro dialoga en función de una experiencia emocional colectiva. En producciones como *Alegría, O*, o *Luzia*, se observa cómo el cuerpo se convierte en un instrumento de comunicación que transmite valores universales como la empatía, la esperanza y la resiliencia (Cirque du Soleil, 2020).

Aplicado al contexto del proyecto *Pepa de Aguacate*, este enfoque inspira una comprensión del circo universitario como un espacio de creación interdisciplinar y comunicativa. El grupo puede tomar del Cirque du Soleil la capacidad de **transformar la puesta en escena en un lenguaje visual narrativo**, donde el diseño, la iluminación, el color y la simbología se articulen con el mensaje social y cultural del colectivo. En este sentido, el circo deja de ser un simple espectáculo y se convierte en una estrategia de comunicación visual capaz de proyectar la identidad del grupo dentro y fuera del campus. Así, el circo contemporáneo se consolida como un puente entre el arte, el diseño y la gestión cultural, otorgando al *Pepa de Aguacate* herramientas para expresar su visión universitaria desde una estética viva, sensible y transformadora.

Mediación cultural:

La mediación cultural se entiende como un proceso de encuentro, diálogo y traducción simbólica entre diferentes expresiones artísticas, saberes y públicos. Más que una simple gestión de actividades, implica construir **puentes entre el arte y la comunidad**, facilitando el acceso, la comprensión y la participación en los procesos culturales. Según Martín-Barbero (2003), la mediación cultural busca reconfigurar la relación entre comunicación, cultura y sociedad, transformando el consumo pasivo en una experiencia participativa y significativa. En el contexto del arte circense, esta mediación se manifiesta cuando el cuerpo, la creatividad y la emoción se convierten en lenguajes capaces de conectar territorios sociales diversos.

El colectivo caleño **Circo Herencias** representa una mediación cultural desde lo local y comunitario. A través de la educación popular, la autogestión y la pedagogía del arte, este grupo promueve la inclusión y el reconocimiento de identidades marginadas, convirtiendo el



espacio circense en un lugar de transformación social (Circo Herencias, 2022). En sus prácticas, la mediación se materializa en el acompañamiento pedagógico, el diálogo intergeneracional y la apropiación del espacio público como escenario de memoria colectiva. Su propuesta evidencia que mediar cultura no es solo difundir arte, sino **activar procesos de participación y pertenencia**, donde la creación artística se convierte en una herramienta para fortalecer los vínculos sociales.

En el extremo opuesto —pero complementario—, el **Cirque du Soleil** encarna una mediación cultural global, en la que el arte se convierte en lenguaje universal. A través de la fusión de elementos visuales, sonoros y narrativos provenientes de distintas culturas, la compañía logra conectar audiencias de todo el mundo en torno a experiencias emocionales comunes (Cirque du Soleil, 2020). Su capacidad de integrar lo multicultural desde una estética coherente demuestra cómo la mediación también puede operar desde la escala simbólica y sensorial, uniendo diversidad y espectáculo en una misma experiencia.

El proyecto *Pepa de Aguacate* se sitúa precisamente en este punto de convergencia entre lo local y lo global. Desde la universidad, el grupo puede ejercer una mediación cultural que combine la sensibilidad comunitaria del *Circo Herencias* con la narrativa visual y comunicativa del *Cirque du Soleil*. En este sentido, la mediación se convierte en una estrategia para **visibilizar la práctica circense universitaria como un lenguaje de encuentro, identidad y transformación**, en el que el diseño de la comunicación visual actúa como herramienta de conexión entre el arte, la academia y la sociedad.

Identidad colectiva:

La identidad colectiva puede entenderse como el proceso mediante el cual un grupo de personas construye un sentido compartido de pertenencia, historia y propósito común. Desde el enfoque del **circo social**, esta identidad se configura a través de la práctica artística y pedagógica, donde el cuerpo y la creatividad funcionan como lenguajes de encuentro, expresión y reconocimiento mutuo. Según Alcántara (2022), el circo social permite hablar de identidad, no solo como una suma de características individuales, sino como una **experiencia relacional y comunitaria** en la que cada participante se reconoce como parte activa de un proceso colectivo. A través del trabajo artístico, los sujetos reconstruyen su autoconfianza, fortalecen su sentido de pertenencia y desarrollan vínculos solidarios que trascienden las diferencias sociales o culturales.

El circo, en este sentido, se convierte en una plataforma simbólica donde se reafirman valores como la cooperación, la confianza y la superación. Tal como señala Alcántara (2022), “el circo social permite hablar de identidad porque, al realizar ejercicios de riesgo controlado, aprendemos a confiar en los otros, a conocer nuestros límites y a superarlos”. Este enfoque pedagógico no solo transforma la percepción que los individuos tienen de sí mismos, sino que **construye comunidad** mediante la experiencia compartida del arte. En el circo, la



identidad no se impone, sino que se crea desde la práctica, el diálogo y la confianza recíproca, lo que convierte cada acto circense en una metáfora viva de cooperación y resiliencia.

En el contexto del proyecto *Pepa de Aguacate*, la identidad colectiva se manifiesta como un eje fundamental de la gestión cultural universitaria. El grupo no solo representa a jóvenes artistas dentro de la Javeriana Cali, sino que encarna una forma particular de ser, sentir y comunicarse en comunidad. Al igual que en el circo social descrito por Alcántara, la práctica circense universitaria promueve el reconocimiento mutuo, el trabajo colaborativo y el sentido de pertenencia a un mismo cuerpo simbólico: la comunidad javeriana. Así, el diseño de la comunicación visual se convierte en una herramienta para **visibilizar esa identidad compartida**, fortaleciendo el vínculo entre arte, formación académica y construcción ciudadana dentro del espacio universitario.

Educación experiencial:

La **educación experiencial** se fundamenta en la idea de que el aprendizaje auténtico surge a partir de la **vivencia directa y la reflexión sobre la experiencia**, más que del estudio teórico o de la transmisión unidireccional del conocimiento. Según Kolb (1984), aprender implica un ciclo continuo compuesto por cuatro fases interrelacionadas: la **experiencia concreta**, la **observación reflexiva**, la **conceptualización abstracta** y la **experimentación activa**. En este modelo, el conocimiento se construye a través de la transformación de la experiencia, integrando acción, emoción y pensamiento en un proceso dinámico y personal.

Aplicado al campo artístico y pedagógico del circo, este modelo cobra especial relevancia porque la práctica circense se basa en el **aprendizaje corporal, sensorial y emocional**. Cada ensayo, caída, improvisación o montaje escénico representa una oportunidad para experimentar, reflexionar y mejorar. El circo convierte el cuerpo en una herramienta cognitiva que aprende mediante el riesgo controlado, la confianza, el equilibrio y la interacción con otros. De acuerdo con Kolb (1984), este tipo de aprendizaje potencia la autonomía, la creatividad y la autoconciencia, valores que coinciden con la filosofía educativa del arte circense y del trabajo colaborativo.

En el contexto del grupo *Pepa de Aguacate*, la educación experiencial se convierte en el eje metodológico que articula formación, creación y comunicación. Las prácticas circenses universitarias no solo enseñan técnicas escénicas, sino que fomentan la **reflexión sobre el proceso creativo** y la **construcción de saberes colectivos**. Cada sesión de entrenamiento o presentación funciona como un laboratorio vivo donde los integrantes aprenden haciendo, observando y rediseñando su propio aprendizaje, tanto individual como grupal. Además, el diseño de la comunicación visual se integra al ciclo experiencial, pues la elaboración de afiches, videos o intervenciones gráficas se nutre de la experiencia corporal y emocional de los artistas, transformándola en discurso visual.



De esta manera, la educación experiencial en el circo universitario javeriano no solo refuerza competencias técnicas o expresivas, sino que **forma sujetos críticos, sensibles y reflexivos**, capaces de reconocer la experiencia artística como una fuente legítima de conocimiento. Este enfoque consolida al *Pepa de Aguacate* como un espacio de aprendizaje integral, donde la acción creativa y la reflexión ética se funden en una misma práctica formativa.

Expresión Corporal:

La expresión corporal se define como la capacidad del cuerpo para comunicar emociones, ideas, identidades y relaciones a través del movimiento, la postura, el ritmo y la interacción con el espacio. En el ámbito de las artes circenses, esta dimensión cobra una relevancia singular: el cuerpo no es solo instrumento técnico sino medio de creación, comunicación y transformación. Según el artículo de Saberes de Circo (2021), las “prácticas corporales circenses en la educación” (parr. #) fomentan la conciencia corporal, la desinhibición del gesto y la conexión con otros a través de dinámicas de riesgo, apoyo y experimentación (Saberes de Circo, 2021). Las acrobacias grupales, la suspensión, el desplazamiento sobre superficies inestables y los roles compartidos configuran una pedagogía del cuerpo que celebra la cooperación, el juego y la libertad expresiva (Saberes de Circo, 2021).

La propuesta destaca que, al introducir el circo en contextos educativos, se posibilita la exploración de nuevas “actitudes posturales, grados de tensión y relajación muscular, equilibrio y respiración”, así como la experimentación desde lo aéreo y lo lúdico (Saberes de Circo, 2021). Este enfoque convierte la expresión corporal en un terreno de descubrimiento personal y colectivo, donde se resignifican estereotipos, se multiplican las formas de sentir y se propician vínculos de confianza entre participantes. Por ejemplo, a través de la figura de la “payasería”, los estudiantes permiten que su cuerpo exprese estados de ánimo o situaciones sin censura, liberándose de la presión del «rendimiento técnico» y adoptando la experimentación creativa (Saberes de Circo, 2021).

En el contexto del proyecto del Grupo de circo Pepa de Aguacate, la expresión corporal se posiciona como uno de los ejes centrales del diseño de la comunicación visual y de la gestión cultural universitaria. Al crear piezas gráficas, videos o intervenciones visuales que capturen no solo el espectáculo, sino el proceso vivo del cuerpo en movimiento, el grupo logra comunicar de forma auténtica su propuesta artística-educativa. El cuerpo circense se convierte en un lenguaje visual que puede trasladarse al diseño gráfico, al espacio universitario y al territorio cultural de Cali. Además, al trabajar con estudiantes universitarios, la expresión corporal activa procesos de identidad, pertenencia y comunidad: cada gesto circense refuerza la narrativa del grupo como agente cultural universitario. De este



modo, la expresión corporal trasciende lo escénico y se vuelve material de diseño, mediación e identidad visual, alineándose con el objetivo de visibilizar y fortalecer el colectivo dentro de la universidad y más allá.

CO-Creación y participación:

La **co-creación** y la **participación** son pilares fundamentales en los procesos artísticos contemporáneos, especialmente en el ámbito de la gestión cultural y el arte comunitario. Desde la perspectiva del teórico escocés **Chris Fremantle**, la co-creación implica un desplazamiento del arte entendido como producción individual hacia el arte como **práctica colaborativa**, donde el conocimiento se genera de manera dialógica y situada. Fremantle (2017) sostiene que el arte público y participativo promueve una “ecología de la colaboración”, en la que artistas, comunidades e instituciones co-diseñan experiencias que transforman la realidad social. En este sentido, la co-creación no es solo una metodología, sino una **ética relacional**, donde cada participante aporta su experiencia, emociones y saberes a un proceso colectivo de construcción cultural.

Por otro lado, el texto *La experiencia del circo social: aprendizaje y creación* (Crespo, 2021) resalta que la **participación** en el circo social se basa en el reconocimiento de la diversidad y en la horizontalidad de los vínculos. A través de la práctica circense, los participantes desarrollan autonomía, sentido de pertenencia y confianza mutua, experimentando una educación donde todos enseñan y aprenden al mismo tiempo. Crespo (2021) explica que la participación en el circo no se limita a la ejecución de números artísticos, sino que constituye una forma de apropiación simbólica y pedagógica del espacio social: el entrenamiento, el juego y el riesgo compartido se convierten en metáforas de cooperación, diálogo y responsabilidad colectiva. De este modo, la participación activa transforma a los sujetos en **co-autores** del proceso creativo y social.

En el contexto del grupo *Pepa de Aguacate*, estas dos nociones se entrelazan de manera orgánica. La co-creación se refleja en la forma en que los integrantes diseñan conjuntamente sus montajes, deciden su narrativa escénica y participan en la producción visual de su identidad. El diseño de la comunicación visual, en este marco, actúa como mediador entre los cuerpos y las ideas, convirtiendo los procesos colaborativos en lenguajes gráficos y audiovisuales que comunican su sentido colectivo. La participación, por su parte, garantiza que cada miembro sea parte activa del aprendizaje y de la gestión cultural universitaria, extendiendo el espíritu del circo social a la comunidad javeriana. Así, el proyecto consolida una visión de **arte participativo y colaborativo** que integra estética, educación y transformación social.

Intervención visual y narrativa:



La **intervención visual y narrativa** en el arte circense se refiere a la capacidad de comunicar significados, emociones y memorias a través de la construcción estética de imágenes, símbolos y relatos escénicos. En este sentido, el **Circo Raluy Legacy** constituye un ejemplo paradigmático de cómo el diseño visual y la narración convergen para preservar y actualizar la tradición circense. Fundado en el siglo XX por la familia Raluy, este circo español ha desarrollado un lenguaje visual caracterizado por la fusión entre **nostalgia patrimonial y modernidad escenográfica**, donde cada detalle —desde los colores de las carpas hasta la iluminación y el vestuario— contribuye a una narrativa coherente sobre la historia del circo clásico y su vigencia en el presente (Circo Raluy Legacy, 2022).

El Raluy Legacy utiliza la **intervención visual** no solo como elemento estético, sino como medio de **mediación cultural**. Su puesta en escena convierte el espacio en un museo vivo del circo europeo, donde los objetos, los vehículos antiguos y las estructuras itinerantes funcionan como artefactos de memoria colectiva. A través de esta escenografía narrativa, los espectadores no solo observan un espectáculo, sino que **habitan un relato histórico**: el viaje del circo a través del tiempo. Esta experiencia inmersiva demuestra que la narrativa visual no depende exclusivamente del texto, sino del poder simbólico de la imagen, el color y la composición, capaces de transmitir identidad, emoción y continuidad cultural (Circo Raluy Legacy, 2022).

En el marco del proyecto *Pepa de Aguacate*, la noción de intervención visual y narrativa se resignifica como una estrategia de comunicación y gestión cultural universitaria. Así como el Raluy Legacy combina patrimonio y contemporaneidad, el grupo javeriano puede emplear el **diseño de la comunicación visual** para narrar su propia historia dentro de la universidad: sus procesos creativos, sus aprendizajes, sus valores y su compromiso con la comunidad. Las piezas gráficas, los registros fotográficos y las intervenciones escénicas se convierten en narrativas visuales que dan cuenta de su identidad y su papel como agentes culturales. En este sentido, la intervención visual no es solo una acción estética, sino una **forma de contar y de construir memoria colectiva**, en la que el arte, el diseño y el cuerpo dialogan como lenguajes complementarios de una misma experiencia cultural.

Benchmarking

4.1 Criterios de evaluación

Criterio	Descripción
C1. Gestión cultural	Capacidad para planificar, coordinar y sostener actividades



	culturales.
C2. Estrategia comunicativa	Uso de redes, identidad visual y diseño gráfico para difundir sus acciones.
C3. Participación comunitaria	Nivel de vinculación de estudiantes y comunidad universitaria.
C4. Innovación y sostenibilidad	Capacidad de generar propuestas creativas y mantener su continuidad en el tiempo.

4.2 Benchmarking Sectorial (Colectivos circenses universitarios y comunitarios)

Referente / Criterios	C1	C2	C3	C4	Total
Circo Herencias (Cali)	5	5	5	4	19/20
Circóia (UNICAMP, Brasil)	5	4	4	5	18/20
CIRCUS (U. Distrital Bogotá)	4	4	4	4	16/20
Pepa de Aguacate (PUJ Cali)	3	2	3	3	11/20
Promedio sectorial	4.25	3.75	4.0	4.0	—

El grupo Pepa de Aguacate presenta fortalezas en participación y espíritu



colaborativo, pero evidencia debilidades en comunicación visual y gestión cultural institucional. Los referentes como Circo Herencias y Circóia destacan por su articulación con políticas culturales, sostenibilidad y manejo de redes, aspectos que podrían ser adaptados mediante una estrategia de diseño participativo y narrativas visuales.

4.3 Benchmarking No Sectorial (Referentes culturales universitarios no circenses)

Referente / Criterios	C1	C2	C3	C4	Total
Grupo de Danza Javeriana Cali	5	4	4	4	17/20
Taller de Teatro ICESI	4	5	4	4	17/20
Semillero de Artes Visuales PUJ	4	5	3	4	16/20
Pepa de Aguacate (PUJ Cali)	3	2	3	3	11/20
Promedio no sectorial	4.0	4.5	3.5	3.75	—

En comparación con otros colectivos artísticos universitarios, el Pepa de Aguacate tiene un bajo posicionamiento institucional y digital, lo cual limita su visibilidad y capacidad de convocatoria. Las agrupaciones referentes manejan estrategias de comunicación más consistentes, integradas a canales institucionales y con presencia en eventos oficiales, prácticas que deben servir como guía para una reingeniería comunicativa y visual del grupo circense.



4.4 Conclusión general del benchmarking

El análisis comparativo evidencia que el Pepa de Aguacate tiene gran potencial creativo y formativo, pero carece de una estrategia de comunicación visual consolidada. La gestión cultural debe vincularse con las políticas institucionales y redes de extensión universitaria. Los referentes locales (Circo Herencias) y globales (Circóia, Cirque du Soleil) aportan modelos valiosos de sostenibilidad, mediación cultural y co-creación. A partir de estas buenas prácticas, se plantea desarrollar una estrategia experiencial de comunicación participativa, basada en diseño visual, identidad colectiva y educación experiencial.

Referencias:

Circo Raluy Legacy. (2022). *Historia viva del circo europeo: patrimonio, familia y espectáculo*. Barcelona, España: Circo Raluy Legacy Press. <https://www.circoraluy.com>

Crespo, M. (2021). *La experiencia del circo social: aprendizaje y creación*. Buenos Aires: Universidad Nacional de las Artes.

Fremantle, C. (2017). *Art and ecology: Co-creation and collaboration in social practice art*. Aberdeen, UK: Robert Gordon University.

Saberes de Circo. (2021, noviembre 28). *Prácticas corporales de circo en la educación*. Recuperado de <https://www.saberesdecirco.com/pensando-circo/practicas-corporales-de-circo-en-la-educacion/>

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Alcántara Alcántara, A. (2022). *El circo social y la construcción de ciudadanía*. Saberes de Circo. Recuperado de <https://www.saberesdecirco.com/ruta-del-saber/3401>

Circo Herencias. (2022). *Prácticas de memoria, arte y comunidad en la escena circense de Cali*. Cali, Colombia: Colectivo Circo Herencias.

Cirque du Soleil. (2020). *The art of evolution: 35 years of contemporary circus innovation*. Montréal, Canadá: Cirque du Soleil Press.

Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

Circo Herencias. (2022). *Prácticas de memoria, arte y comunidad en la escena circense de Cali*. Cali, Colombia: Colectivo Circo Herencias.

Cirque du Soleil. (2020). *The art of evolution: 35 years of contemporary circus innovation*. Montréal, Canadá: Cirque du Soleil Press.

Confirmación de asistencia a la revisión con el centro de escritura

Detalles de Bookings

Nombre de servicio	Tutoría individual - Virtual
Con	Lina Marulanda Beltran
Nota	
Cuándo	martes, 21 de octubre de 2025 4:00 p. m. - 5:00 p. m. <small>(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito, Rio Branco</small>

[Reprogramar](#) [Unirse a la cita](#)

Información adicional

Hola,

¡Tenemos una cita!

La sesión se realizará a través de Teams. Busca en tus correos de confirmación o calendario el botón que dice "Unirse a la cita".

Recuerda que la tutoría puede ser más productiva si tienes a mano toda la información relacionada con lo que necesitas hacer; por ejemplo, si necesitas ayuda con un trabajo específico, te sugerimos tener a mano la consigna y la rúbrica que recibiste por parte del profesor.

El tutor(a) te estará esperando a la hora que seleccionaste para la atención.

¡Nos vemos!

Atte. Equipo **Centro de Escritura** Javeriano



5.3 Experto temático



Fabián Hoyos

Fundador y Director

1. Fundador y Director de la Fundación Circo Herencias
2. Director y productor de espectáculos
3. Artista profesional de circo y variedades
4. Egresado de la Escuela Nacional Circo Para Todos

Profesor de:

- Especialidad
- Malabares
- Percha
- Patines
- Cintas
- Pulsadas
- Acrobacia básica
- Acrobacia de grupo
- Mano a mano
- Bambú
- Ramka



5.4 Sugerencia de director de proyecto

Áreas de investigación e interés

Doctor en Historia y Artes de la U. de Granada, España; Magister en Historia de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y Diseñador gráfico de la Universidad Nacional de Colombia. Mis intereses investigativos se enfocan en la historia del diseño gráfico en Colombia, así como el desarrollo de propuestas de diseño e innovación social. Proyectos de investigación actuales: "Contribuciones a la historia del diseño gráfico en Colombia" (UPB Medellín); "Viches y transformadores" (PUJ Cali); Archivos y Festivales (Fundación Latin Grammy); y "Fortalecimiento de cadenas productivas que generen nuevo conocimiento científico y tecnológico para impulsar el desarrollo sostenible de productos de alto valor agregado derivados de la biodiversidad para enfermedades crónicas e infecciosas en Boyacá, Bogotá, Cundinamarca, La Guajira, Nariño, Putumayo, Antioquia, Valle del Cauca y Tolima" (Sistema General de Regalías).

Formación académica

Pregrado

*Universidad Nacional de Colombia
Sede Bogotá*
Diseño gráfico

Maestría

Pontificia Universidad Javeriana
Historia

Doctorado

Universidad de Granada
Doctorado en Historia y Artes



**Diego Giovanni
Bermúdez Aguirre**
dgbermudez@javerianacali.edu.co

Áreas de investigación e interés

Fernando Arboleda Aparicio, Diseñador Gráfico, con estudios de maestría en Educación en el Arte en la Central Connecticut State University (USA). Profesor de Planta en el Departamento de Creación de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Integrante del Grupo de Investigación Poiesis de la Facultad de Creación y Hábitat. Docente universitario con experiencia de 30 años en la disciplina del diseño y el arte visual. Coordinador y director de proyectos de innovación social: Tramas, parques intercultural, Colores por la Vida, Murales Rurales y Proyecto Internacional Red AUSJAL, Identidades Comunes, Identidades Cruzadas. Artista visual con exposiciones colectivas a nivel regional e internacional.

Formación académica

Pregrado

Instituto Departamental De Bellas Artes
Diseño gráfico

Maestría

Central Connecticut State University
Art education



**Fernando Arboleda
Aparicio**
farboleda@javerianacali.edu.co



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

Áreas de investigación e interés

Doctora en Sociología (Universidad de Alicante), Magíster en Historia y Socióloga (Universidad del Valle). Profesora de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, en la Facultad de Creación y Hábitat, directora de la Especialización en Gestión de las Artes y la Cultura e investigadora del grupo POIESIS. Lideró la creación y registro de la Especialización en Gestión de las Artes y la Cultura y la Tecnología en Danza y Artes del Movimiento. Es Investigadora y par evaluadora reconocida por Minciencias. Ha sido coinvestigadora en proyectos financiados por National Geographic Society, Pulitzer Center y Fundación Cultural Latín Grammy. Sus líneas de trabajo incluyen prácticas culturales, patrimonio, migración, circulación musical.

Formación académica

Pregrado

Universidad del Valle
Sociología

Maestría

Universidad del Valle
Historia

Doctorado

Universidad De Alicante
Doctorado en Sociología: Sociedad y cultura contemporáneas



**Paola Andrea
Cano Molina**

paola.cano@javerianacali.edu.co

Activar W

6 Fase 6: Trabajo de campo y recolección de información

Para continuar con el desarrollo del proyecto, se realizó un proceso de acercamiento a la comunidad universitaria con el fin de comprender cómo es percibido el grupo de circo Pepa de Aguacate dentro de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Esta etapa fue fundamental porque permitió pasar de una problemática general —la baja visibilidad del grupo— a una lectura más clara sobre las necesidades reales de comunicación, reconocimiento y participación.

El trabajo de campo se apoyó principalmente en dos herramientas: encuestas realizadas a estudiantes y espacios de conversación tipo focus group. Las encuestas permitieron recoger una mirada más amplia de la comunidad universitaria, mientras que los focus group facilitaron una comprensión más profunda sobre las experiencias, percepciones y necesidades del grupo y de personas cercanas al contexto cultural universitario.

Estas herramientas fueron importantes porque el proyecto no buscaba diseñar únicamente desde una percepción personal, sino construir una propuesta conectada con quienes viven el campus, reconocen sus dinámicas y pueden aportar a la consolidación de Pepa de Aguacate como agente cultural universitario.

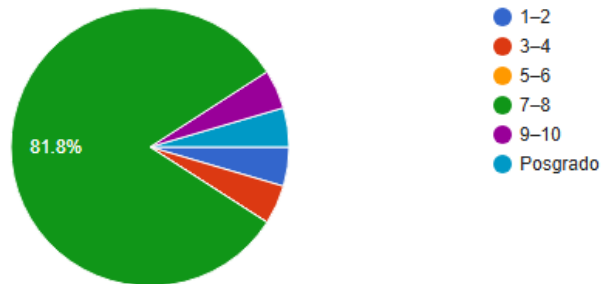


6.1 Encuestas realizadas

¿En qué semestre estás?

22 respuestas

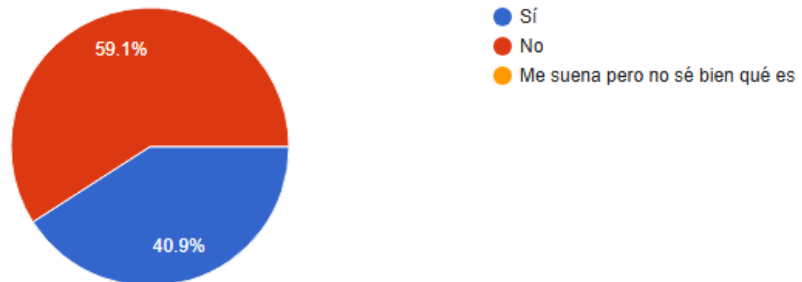
[Copiar gráfico](#)



¿Conoces al grupo Pepa de Aguacate?

22 respuestas

[Copiar gráfico](#)

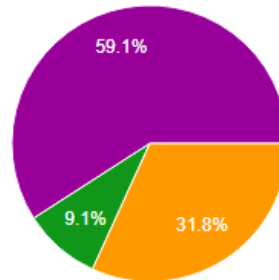




¿Dónde lo conociste?

22 respuestas


 Copiar gráfico

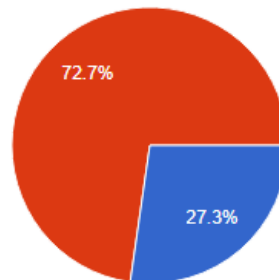


- En un evento en campus
- Redes sociales
- Recomendación de alguien
- Medio universitario
- No lo conozco

¿Has visto una presentación del grupo?

22 respuestas


 Copiar gráfico



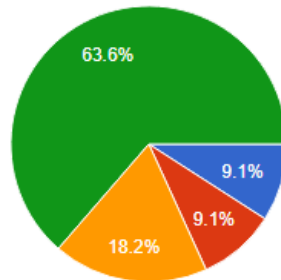
- Sí
- No
- No estoy seguro(a)



¿Con qué frecuencia los has visto en el campus?


 Copiar gráfico

22 respuestas

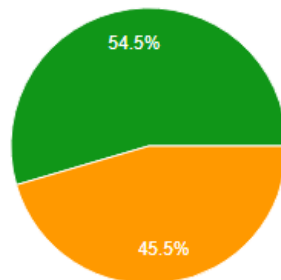


- Varias veces en el semestre
- 1-2 veces
- Solo una vez hace tiempo
- Nunca

¿Qué tan visible consideras al grupo en la universidad?

 Copiar gráfico


22 respuestas



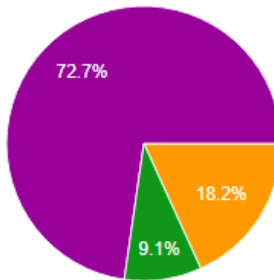
- Muy visible
- Visible
- Poco visible
- Nada visible



¿Qué tan fácil es enterarte de sus actividades?


 Copiar gráfico

22 respuestas

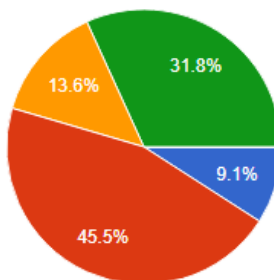


- Muy fácil
- Fácil
- Difícil
- Muy difícil
- No me entero nunca

¿Qué emoción te generan (o te generarían) sus presentaciones?

 Copiar gráfico


22 respuestas



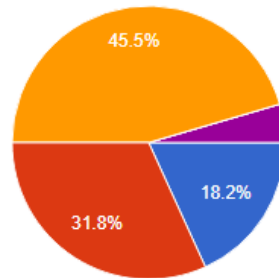
- Alegría
- Curiosidad
- Sorpresa
- Indiferencia
- Incomodidad



Cuando los he visto, el ambiente del evento se siente más positivo.


 Copiar gráfico

22 respuestas

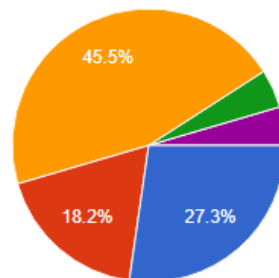


- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Verlos actuar ayuda a bajar el estrés del día académico.

 Copiar gráfico


22 respuestas



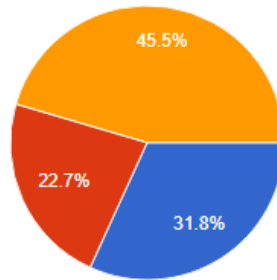
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo



Sus intervenciones aportan a la identidad cultural de la Javeriana.


 Copiar gráfico

22 respuestas

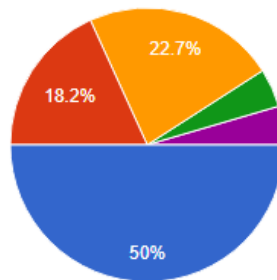


- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Qué canal debería ser el principal para enterarte del grupo?

 Copiar gráfico

22 respuestas



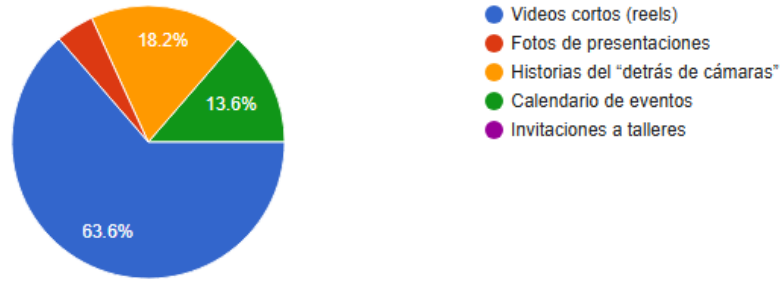
- Instagram
- TikTok
- Pantallas y carteleras del campus
- Correo institucional
- Web/agenda cultural Javeriana



¿Qué tipo de contenido te haría seguirlos o prestarles atención?

[Copiar gráfico](#)

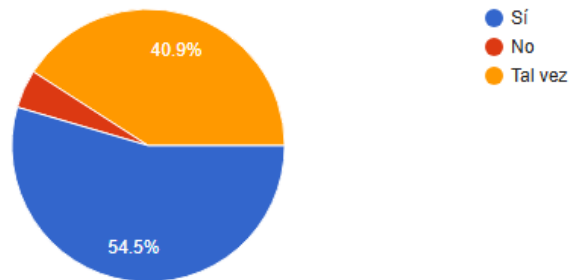
22 respuestas



¿Te interesaría asistir a una muestra/presentación del grupo si supieras fecha y lugar?

[Copiar gráfico](#)

22 respuestas

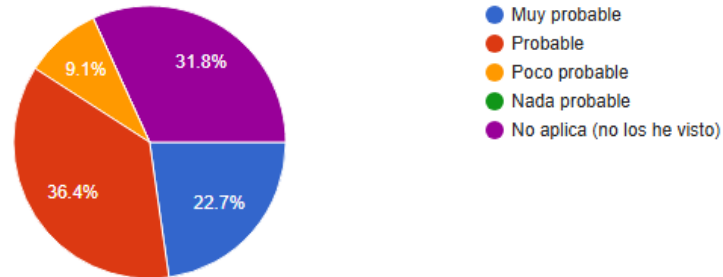




¿Qué tan probable es que recomiendes ver una presentación del grupo a otro estudiante?

[Copiar gráfico](#)

22 respuestas



Las encuestas se realizaron con estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali con el propósito de identificar el nivel de conocimiento, recordación y percepción que existe frente al grupo Pepa de Aguacate. Esta herramienta permitió conocer si los estudiantes reconocían al grupo, si habían visto alguna de sus actividades, qué imaginarios tenían sobre el circo dentro de la universidad y qué tipo de experiencias culturales les resultaban más atractivas dentro del campus.

Las preguntas estuvieron orientadas a comprender tres aspectos principales. En primer lugar, la visibilidad del grupo, es decir, si los estudiantes habían escuchado hablar de Pepa de Aguacate o si lo habían visto en algún espacio universitario. En segundo lugar, la percepción del circo como práctica cultural, artística y recreativa dentro de la universidad. Y, en tercer lugar, la disposición de los estudiantes a participar o acercarse a una experiencia circense si esta se presentaba de manera más visible, cercana y dinámica.

A partir de las respuestas obtenidas, se evidenció que Pepa de Aguacate cuenta con una trayectoria importante dentro de la universidad, pero no necesariamente con un reconocimiento proporcional por parte de la comunidad estudiantil. Algunos estudiantes identifican el circo como una actividad llamativa, creativa y diferente; sin embargo, no todos logran relacionarlo directamente con el grupo o con una propuesta estable dentro de la Javeriana Cali. Esto permitió confirmar que el problema no está en la falta de valor artístico del grupo, sino en la falta de una comunicación constante, visible y emocionalmente cercana.

También se observó que los estudiantes se sienten más atraídos por actividades que aparecen en su cotidianidad universitaria y que no requieren una asistencia formal a un evento específico. Es decir, la comunidad responde mejor cuando la experiencia cultural se integra a los espacios que ya habita: cafeterías, zonas de bienestar, espacios deportivos, zonas de



circulación y lugares de encuentro. Este hallazgo fue clave para pensar la estrategia no como una presentación tradicional, sino como una intervención experiencial itinerante dentro del campus.

Otro aspecto importante identificado en las encuestas fue la necesidad de generar recordación. Muchos estudiantes pueden ver una actividad artística, pero si no existe un elemento visual, simbólico o digital que prolongue la experiencia, el recuerdo se pierde rápidamente. Por esta razón, la propuesta debía incluir recursos que permitieran mantener la conexión después de la intervención, como manillas, códigos QR, registro audiovisual y presencia en redes sociales.

En conclusión, las encuestas permitieron validar la necesidad de fortalecer la visibilidad de Pepa de Aguacate mediante una estrategia que fuera clara, participativa, emocional y fácil de reconocer. Estos resultados orientaron la toma de decisiones del proyecto y ayudaron a definir que la propuesta debía acercarse a los estudiantes desde el cuerpo, el movimiento, el bienestar y el sentido de pertenencia.

6.2 Focus group





Además de las encuestas, se realizaron espacios de conversación tipo focus group con integrantes del grupo Pepa de Aguacate y personas relacionadas con el contexto cultural universitario. Esta herramienta permitió profundizar en aspectos que no siempre aparecen en una encuesta, como las experiencias personales, las dificultades internas del grupo, la relación con la universidad y las expectativas frente a su futuro.

Durante estos espacios se identificó que Pepa de Aguacate no es solamente un grupo de entrenamiento circense. Para sus integrantes, representa un lugar de encuentro, confianza, expresión corporal, aprendizaje colectivo y construcción de comunidad. El grupo permite desarrollar habilidades físicas y artísticas, pero también fortalece aspectos humanos como la seguridad personal, el trabajo en equipo, la disciplina, la comunicación y la capacidad de confiar en otros.

Sin embargo, también se reconoció que gran parte de ese valor interno no logra proyectarse de manera clara hacia el resto de la comunidad universitaria. Aunque quienes hacen parte del grupo comprenden su importancia y su aporte al bienestar estudiantil, muchos estudiantes externos no conocen su historia, sus actividades ni su impacto dentro de la vida cultural del campus. Esta diferencia entre lo que el grupo vive internamente y lo que la comunidad percibe externamente fue uno de los hallazgos más importantes del focus group.

En la conversación también surgió la necesidad de fortalecer la identidad visual del grupo. Se evidenció que Pepa de Aguacate necesitaba una imagen más coherente, reconocible y fácil de aplicar en distintos medios. Esta necesidad se relaciona directamente con la creación del manual de marca, ya que una identidad visual organizada permite que el grupo comunique mejor quién es, qué hace y qué representa dentro de la universidad.

Otro punto importante fue la recuperación de la presencia digital. La falta de una página o cuenta activa en redes sociales limita la posibilidad de convocar nuevos integrantes, mostrar procesos, compartir registros y mantener viva la memoria del grupo. Por esta razón, Instagram aparece como un producto necesario dentro del sistema de diseño, no solo como canal de difusión, sino como espacio para narrar visualmente la experiencia de Pepa de Aguacate.

El focus group también permitió entender que la comunicación del grupo debía nacer desde su propia esencia: el cuerpo, el gesto, el movimiento, el juego y la cercanía. Por eso, la propuesta no podía limitarse a afiches o publicaciones digitales. Era necesario crear una experiencia donde el cuerpo también comunicara, donde los integrantes pudieran activar el campus y donde la comunidad universitaria pudiera sentir a Pepa de Aguacate de manera directa.

A partir de estos hallazgos, se consolidó la idea de trabajar bajo el concepto “un minuto para sentirte en casa”. Esta frase recoge la intención emocional del proyecto, pues propone que la



universidad también puede ser un espacio de pausa, acompañamiento, energía y bienestar. Además, conecta con la esencia del circo como práctica que une cuerpo, emoción, comunidad y experiencia.

6.3 Relación entre encuestas, focus group y propuesta final

Las encuestas y los focus group fueron determinantes para definir el camino de la propuesta de diseño. Las encuestas permitieron conocer la mirada externa de los estudiantes, mientras que los focus group permitieron comprender la mirada interna del grupo y sus necesidades de comunicación. La unión de ambas herramientas permitió construir una propuesta más completa, ya que integró lo que la comunidad universitaria percibe con lo que Pepa de Aguacate necesita expresar.

A partir de los hallazgos obtenidos, se tomaron varias decisiones importantes. Primero, se definió que la estrategia debía realizarse en espacios visibles y cotidianos del campus, para que el grupo pudiera encontrarse con los estudiantes en lugares de alto flujo. Segundo, se planteó que las intervenciones debían ser breves, ya que la vida universitaria se caracteriza por el movimiento constante y los tiempos reducidos. Tercero, se decidió incluir elementos de recordación, como las manillas, para que la experiencia no terminara en el momento de la intervención. Finalmente, se reconoció la necesidad de fortalecer la presencia digital mediante Instagram, para dar continuidad a la experiencia en el entorno virtual.

De esta manera, el desarrollo de la propuesta no surge como una idea aislada, sino como una respuesta directa a lo encontrado en el trabajo de campo. Las encuestas mostraron la necesidad de mayor visibilidad y recordación; los focus group evidenciaron la importancia de comunicar la identidad interna del grupo; y ambos procesos confirmaron que Pepa de Aguacate debía ser presentado como un agente cultural, emocional y participativo dentro de la universidad.

7 Fase 7: Desarrollo de la propuesta de diseño

A partir de los hallazgos obtenidos en las encuestas y los focus group, se plantea una propuesta de diseño orientada a fortalecer la visibilidad, identidad y reconocimiento del grupo de circo Pepa de Aguacate dentro de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. La propuesta responde a una necesidad clara: hacer que el grupo sea más visible, más recordado y más cercano para la comunidad universitaria.

El desarrollo de la propuesta parte de entender que Pepa de Aguacate no necesita únicamente piezas gráficas, sino una estrategia experiencial que traduzca su esencia en acciones visibles dentro del campus. Por esta razón, el proyecto integra comunicación visual, cuerpo,



narrativa, participación y registro digital. La intención es que el grupo pueda ser vivido por los estudiantes, no solo visto como una actividad externa o aislada.

La propuesta recibe el nombre de “Buen vivir en movimiento”, ya que conecta la práctica circense con el bienestar universitario. El buen vivir se entiende como la posibilidad de sentirse acompañado, respirar, compartir, moverse y reconocer la universidad como un espacio más humano. El movimiento, por su parte, representa la esencia del circo y la forma en que el grupo activa el campus a través del cuerpo, el gesto y la interacción.

Desde esta perspectiva, el proyecto busca transformar momentos cotidianos de la universidad en pequeñas experiencias de encuentro. La propuesta se estructura a partir de intervenciones breves, productos visuales y elementos de recordación que, en conjunto, permiten fortalecer la presencia de Pepa de Aguacate en la vida cultural universitaria.

7.1 Concepto de la propuesta

El concepto central de la propuesta es:

“Pepa de Aguacate: Buen vivir el movimiento”

Esta frase nace de los hallazgos del trabajo de campo, donde se reconoció que la universidad no solo debe ser entendida como un espacio académico, sino también como un lugar de bienestar, encuentro y pertenencia. El proyecto propone que, en medio de la rutina universitaria, Pepa de Aguacate pueda ofrecer un momento breve pero significativo para conectar con los estudiantes.

La idea de “un minuto” responde a la necesidad de crear intervenciones cortas, fáciles de activar y adaptadas al ritmo del campus. La frase “sentirte en casa” recoge la intención emocional del proyecto: que los estudiantes puedan percibir el grupo como un espacio seguro, cercano, creativo y abierto a la participación.

7.2 Metodología: Buen vivir en movimiento

La metodología “Buen vivir en movimiento” se construye desde el diseño participativo, el diseño centrado en las personas y la educación experiencial. Esta ruta permitió pasar de la investigación a la creación de una propuesta aplicable, manteniendo siempre el vínculo con la comunidad universitaria.

La metodología se organiza en cinco momentos:



7.2.1 Escuchar y sentir la comunidad

En esta etapa se recogieron percepciones, emociones y necesidades de los estudiantes mediante encuestas, observación y conversaciones rápidas. El objetivo fue comprender qué tanto se conocía al grupo y qué tipo de experiencias podían generar mayor conexión con la comunidad universitaria.

7.2.2 Dar claridad al reto

Después de organizar los hallazgos, se definió que el problema principal era la baja visibilidad y recordación del grupo. También se identificó que la oportunidad de diseño estaba en crear una estrategia experiencial que permitiera mostrar a Pepa de Aguacate desde su valor cultural, corporal y emocional.

7.2.3 Imaginar experiencias

En esta fase se generaron ideas para hacer visible al grupo en el campus. Se exploraron posibilidades como micro-obras, carteles humanos, piezas gráficas, manillas, códigos QR, registros audiovisuales y contenido para Instagram. Esta etapa permitió entender que la experiencia debía ser participativa, breve y fácil de recordar.

7.2.4 Convertir ideas en experiencias reales

En esta etapa se materializaron los productos principales del proyecto. Se desarrolló el manual de marca, el manual de uso, el cartel humano y la página de Instagram. También se estructuró la experiencia itinerante con micro-obras pensadas para distintos espacios del campus.

7.2.5 Escuchar, ajustar y mejorar

Finalmente, la propuesta fue validada mediante observación, retroalimentación y registro de la interacción con estudiantes. Esta fase permitió ajustar la estrategia para mejorar su claridad, impacto emocional y capacidad de recordación.



7.3 Sistema de productos del proyecto

La propuesta de diseño se compone de cuatro productos principales: manual de marca, manual de uso, cartel humano y página de Instagram. Estos productos no funcionan de manera separada, sino como un sistema que permite fortalecer la identidad, la visibilidad y la continuidad comunicativa del grupo Pepa de

7.3.1 Manual de marca

El manual de marca funciona como la base visual del proyecto. Su propósito es organizar la identidad gráfica de Pepa de Aguacate y definir los elementos que permiten reconocer al grupo de manera coherente. Este producto incluye lineamientos visuales como logotipo, colores, patrones, aplicaciones y estilo gráfico.

Su importancia radica en que permite que el grupo tenga una imagen más sólida y constante. Antes de pensar en publicaciones, activaciones o piezas impresas, era necesario construir una identidad clara que pudiera sostener toda la estrategia. El manual de marca ayuda a que Pepa de Aguacate sea más reconocible y pueda proyectarse de manera más profesional dentro y fuera de la universidad.



7.3.2 Manual de uso

El manual de uso explica cómo se debe aplicar la experiencia diseñada. Este producto orienta la ejecución de las micro-obras, define los roles de los participantes, describe los pasos de la



actividad, explica el uso de las manillas y plantea recomendaciones para el registro audiovisual y la interacción con los estudiantes.

Este manual es clave porque permite que la experiencia pueda repetirse en otros momentos del calendario universitario. Además, facilita que futuros integrantes del grupo comprendan cómo realizar la activación sin perder su sentido emocional, visual y participativo.



7.3.3 Cartel humano

El cartel humano es un producto performativo que utiliza el cuerpo como soporte de comunicación. A diferencia de un cartel tradicional, este recurso se mueve, interactúa y aparece en los espacios del campus como una extensión viva de la identidad del grupo.

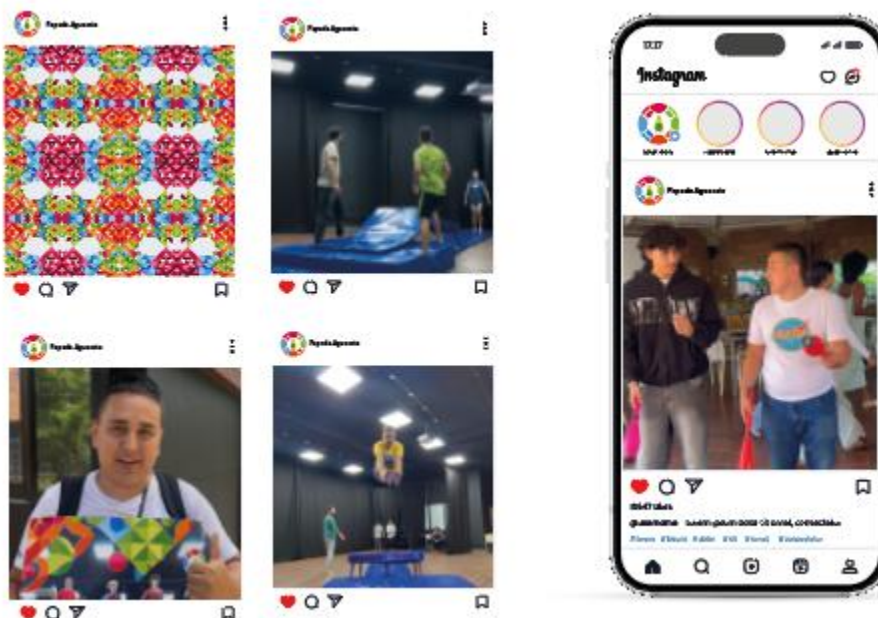
Este producto responde directamente a la esencia de Pepa de Aguacate, ya que el circo comunica desde el cuerpo, el gesto y la presencia escénica. El cartel humano permite llamar la atención, generar curiosidad y mostrar que la comunicación visual también puede ser corporal y experiencial.



7.3.4 Página de Instagram

La página de Instagram funciona como un canal de continuidad y memoria visual. Su objetivo es recuperar la presencia digital del grupo, difundir sus actividades, convocar nuevos integrantes y compartir registros de las experiencias realizadas en el campus.

Instagram permite que la estrategia no termine en la intervención presencial. A través de fotografías, reels, historias, testimonios y piezas gráficas, la experiencia puede extenderse al entorno digital y mantenerse activa en la memoria de la comunidad universitaria.





7.4 Experiencia Pepa

La “Experiencia Pepa” es la activación central del proyecto. Consiste en una intervención experiencial itinerante compuesta por cuatro micro-obras de aproximadamente un minuto, realizadas en diferentes espacios del campus. Cada micro-obra responde a una emoción o necesidad relacionada con la vida universitaria.

7.4.1 Centro de Bienestar: Respira

Esta micro-obra aborda el estrés académico y la necesidad de pausa. A través de gestos corporales, respiración y una narrativa breve, se invita al estudiante a soltar simbólicamente las cargas del día. La intención emocional es generar alivio, calma y sensación de cuidado.

7.4.2 Centro Pastoral: Acompañar

Esta intervención trabaja la idea de no caminar solo dentro de la universidad. Mediante una acción corporal basada en la duda, el apoyo y el acompañamiento, se comunica que la comunidad universitaria puede ser un espacio de contención y pertenencia.

7.4.3 Cafetería Central: Compartir

Esta micro-obra se ubica en un espacio cotidiano de encuentro. A través de una acción simbólica relacionada con la mesa, el alimento y el gesto de compartir, se busca transformar la prisa diaria en un momento de calidez y cercanía.

7.4.4 Complejo Deportivo: Energía

Esta intervención se conecta con el movimiento, la vitalidad y la activación corporal. A partir de pequeños gestos circenses, ritmo y juego, se invita a reconocer el cuerpo como fuente de bienestar y pertenencia.

Cada micro-obra finaliza con una frase de cierre, la invitación a escanear un código QR y la entrega de una manilla como símbolo de recordación. Esta estructura permite que la experiencia sea breve, clara, emocional y replicable.



7.5 Validación de la propuesta

La validación de la propuesta permitió observar cómo reaccionaba la comunidad universitaria frente a la experiencia diseñada. A través del registro visual, la observación de la interacción y la retroalimentación de los participantes, se pudo reconocer que la estrategia lograba captar la atención de los estudiantes y generar una percepción positiva del grupo.

Los estudiantes que participaron o presenciaron la actividad mostraron interés, curiosidad y cercanía frente a Pepa de Aguacate. La presencia corporal de los integrantes, el uso de objetos simbólicos y la entrega de manillas permitieron que la experiencia no se sintiera como una simple promoción, sino como un momento de encuentro dentro del campus.

La validación también permitió comprobar que los productos desarrollados tenían coherencia entre sí. El manual de marca aportó unidad visual; el manual de uso permitió ordenar la experiencia; el cartel humano convirtió el cuerpo en medio de comunicación; y la página de Instagram permitió proyectar la experiencia hacia el entorno digital.

En este sentido, la propuesta demostró que Pepa de Aguacate puede fortalecerse como agente cultural universitario cuando su comunicación se construye desde su propia esencia: el movimiento, la emoción, el cuerpo y la participación.

7.6 Resultados por objetivo

7.6.1 Objetivo específico 1: Caracterizar el impacto del grupo Pepa de Aguacate en la comunidad universitaria

A través de las encuestas y los focus group se logró identificar que Pepa de Aguacate posee un valor cultural, social y formativo importante dentro de la universidad. El grupo promueve habilidades como trabajo en equipo, confianza, disciplina, expresión corporal y sentido de comunidad. Sin embargo, también se evidenció que este impacto no siempre es visible para los estudiantes, lo que confirma la necesidad de fortalecer su comunicación.

7.6.2 Objetivo específico 2: Proponer una estrategia experiencial bajo un enfoque lúdico

La propuesta “Buen vivir en movimiento” responde a este objetivo mediante una experiencia itinerante, breve y participativa. Las micro-obras, las manillas, el cartel humano y los recursos visuales permiten fortalecer la identidad del grupo y conectarlo con los estudiantes desde el juego, el cuerpo y la emoción.

7.6.3 Objetivo específico 3: Evaluar la estrategia de comunicación y su impacto

La validación permitió identificar que la estrategia tiene potencial para aumentar la visibilidad, la recordación y la percepción positiva del grupo. La respuesta de los estudiantes evidenció que las intervenciones corporales y visuales pueden activar emociones de bienestar, curiosidad y pertenencia. Además, la presencia digital permite extender el impacto de la experiencia más allá del momento presencial.

8 Conclusiones

El proyecto permitió comprender que el grupo Pepa de Aguacate no solo representa una práctica artística dentro de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, sino también una oportunidad para fortalecer la vida cultural, la participación estudiantil y el sentido de pertenencia en el campus.

Las encuestas y los focus group fueron herramientas fundamentales para orientar la propuesta, ya que permitieron reconocer tanto la percepción externa de los estudiantes como las necesidades internas del grupo. Gracias a este proceso, fue posible construir una estrategia más coherente, humana y conectada con la realidad universitaria.

La problemática principal del grupo no está relacionada con la falta de valor artístico, sino con la falta de visibilidad, continuidad comunicativa y reconocimiento. Por esta razón, la propuesta se enfocó en hacer visible a Pepa de Aguacate desde su propia esencia: el cuerpo, el movimiento, la emoción y la experiencia compartida.

Los productos desarrollados —manual de marca, manual de uso, cartel humano y página de Instagram— conforman un sistema integral de comunicación. Cada uno cumple una función específica y, en conjunto, permite fortalecer la identidad, la recordación y la sostenibilidad comunicativa del grupo.

Finalmente, el proyecto demuestra que el diseño de comunicación visual puede ir más allá de la creación de piezas gráficas. En este caso, el diseño actúa como puente entre el circo, la comunidad universitaria y la gestión cultural, transformando pequeños momentos cotidianos en experiencias de bienestar, pertenencia y reconocimiento.

8.1 Recomendaciones

Se recomienda aplicar la estrategia “Buen vivir en movimiento” en momentos clave del calendario universitario, especialmente al inicio de semestre, en jornadas de bienestar, actividades culturales, muestras del medio universitario y eventos de integración estudiantil.



También se recomienda mantener activa la página de Instagram del grupo, publicando registros de entrenamientos, micro-obras, testimonios, convocatorias y contenido relacionado con el bienestar, el movimiento y la cultura universitaria.

Es importante socializar el manual de uso con los integrantes actuales y futuros del grupo, para que la experiencia pueda replicarse de manera clara y coherente en diferentes momentos del semestre.

Finalmente, se recomienda fortalecer la articulación de Pepa de Aguacate con el Centro Cultural, el Centro de Bienestar y otros espacios institucionales de la universidad, con el fin de consolidar alianzas que permitan sostener la estrategia en el tiempo.

Referencias

Alcántara Alcántara, A. (2022). *El circo social en la construcción de ciudadanía. Un estudio desde las competencias ciudadanas para una cultura democrática* [Trabajo final de máster, Universidad de Barcelona]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona.

<https://hdl.handle.net/2445/188842>

Cabrera, S. (2021, 28 de noviembre). *Prácticas corporales de circo en la educación*. Saberes de Circo. <https://www.saberesdecirco.com/pensando-circo/practicas-corporales-de-circo-en-la-educacion/>

Circo Herencias. (2022). *Prácticas de memoria, arte y comunidad en la escena circense de Cali*. Colectivo Circo Herencias.

Circo Raluy Legacy. (s. f.). *Circo Raluy Legacy*. <https://www.circoraluy.com/>

Cirque du Soleil. (s. f.). *About Cirque du Soleil Entertainment Group*. <https://www.cirquedusoleil.com/press/kits/corporate/about-cirque>

Crespo, M. (2021). *La experiencia del circo social: aprendizaje y creación*. Universidad Nacional de las Artes.

Fremantle, C. (2017). *Art and ecology: Co-creation and collaboration in social practice art*. Robert Gordon University.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.

Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

Melo, C. C., Bortoleto, M. A. C., & Ontañón Barragán, T. (2021). Risas, brincos y volteretas: La enseñanza del circo en la escuela como actividad extracurricular. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 41, 897–906. <https://doi.org/10.47197/retos.v42i0.86337>

Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. (2025). *Plan Nacional de Circo 2025–2035*. Gobierno de Colombia. https://www.mincultura.gov.co/direcciones/artes/Documents/planes-de-las-artes/PN_Circo_Digital_MiCASa_02-07-2025.pdf

Silva Vilela, L. N., Coelho Bortoleto, M. A., & Navarro, G. (2024). CIRCO: sobre as práticas anticoloniais na educação universitária. *Corpo Grañas: Estudos Críticos de y desde los Cuerpos*, 12(12), 136–149. <https://doi.org/10.14483/25909398.22676>