



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

*Promoción de los grupos estudiantiles de música en la
universidad javeriana Cali*

PROYECTO DE GRADO

ESTUDIANTE

ISABELLA MAZUERA JIMENEZ

ASESORA

MARÍA PAZ VÉLEZ

PROYECTO DE GRADO

2026-1

Índice

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| FASE 1. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL CONTEXTO | 5 |
| 2. Análisis del contexto actual | 5 |
| 3. Evidencia de la necesidad | 6 |
| 4. Investigación de escritorio | 6 |
| 4.1 Beneficios cognitivos y rendimiento académico | 7 |
| 4.2 Concentración, atención al estudio y bienestar emocional..... | 7 |
| 4.3 Motivación, creatividad y desarrollo emocional..... | 8 |
| 4,4 Contexto cultural..... | 8 |
| 5. Análisis DOFA..... | 9 |
| 6. Conclusiones del análisis..... | 10 |
| FASE 2. ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO..... | 10 |
| 1. ¿Qué?..... | 11 |
| 2. ¿Cómo?..... | 11 |
| 3. ¿Quién?..... | 11 |
| 4. ¿Cuándo?..... | 12 |
| 5. ¿Dónde?..... | 13 |
| 6. Objetivo general..... | 14 |
| 7. Objetivos específicos..... | 14 |
| 8. Ruta Metodológica..... | 14 |
| 9. Metodología centrada en el usuario..... | 17 |
| 10. Antecedentes..... | 18 |
| 11. Marco conceptual..... | 20 |
| 11.1.Promoción artística | 21 |
| 11.2.Diseño participativo..... | 21 |
| 11.3.Música..... | 22 |
| 11.4.Expresión artística..... | 22 |
| 11.5.Las bandas de música en Colombia..... | 23 |
| 11.6.Difusión..... | 24 |
| 12. Benchmarking..... | 25 |
| 12.1. Criterios de evaluación..... | 26 |
| 12.2. Benchmarking sectorial..... | 26 |
| 12.4. Conclusiones benchmarking sectorial | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 12.5. Benchmarking no sectorial | 29 |
| 12.6. Conclusiones benchmarking no sectorial | 31 |
| 13. Hallazgos | 31 |
| 14. Experto temático | 32 |
| 15. Aliado estratégico | 34 |
| FASE 3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 35 |
| 1. Proceso creativo del proyecto | 35 |
| 2. Concepto creativo: El Plan Me Suena | 35 |
| 3. Estrategia El Plan Me Suena | 36 |
| 3.1 Expectativa | 37 |
| 3.2 Revelación | 37 |
| 3.3 Activación | 37 |
| 3.4 Difusión | 37 |
| 4. Sistema de identidad visual | 37 |
| 4.1 Elementos principales de la identidad visual | 38 |
| 5. Desarrollo de piezas gráficas | 38 |
| 5.1 Identidad visual | 38 |
| 5.2 Poster promocional | 39 |
| 5.3 Historias de Instagram | 39 |
| 5.4 Carrusel para Instagram | 40 |
| 5.5 Video promocional | 41 |
| 5.6 Tote Bag | 41 |
| 5.7 Brochure informativo | 42 |
| 5.8 Ticket de asistencia | 42 |
| 5.9 Stickers | 43 |

| | |
|--|-----------|
| 5.10 Video recopilatorio del evento | 43 |
| 6. Conclusiones del proceso creativo | 44 |
| FASE 4. IMPLEMENTACIÓN Y VALIDACIÓN | 44 |
| 1. Experiencia del festival “El Plan Me Suená” | 44 |
| 2. Validación y resultados | 45 |
| 3. Principales hallazgos | 44 |
| 7. CONCLUSIONES GENERALES..... | 46 |
| 8. REFERENTES | 48 |
| 9. ANEXOS | 49 |

Fase 1:

1. Introducción

La música es una parte esencial de la identidad cultural y una herramienta importante para el crecimiento personal y profesional dentro de la universidad. En la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, reconocida por su calidad académica, existen distintas iniciativas para promover la música, desde grupos estudiantiles hasta proyectos que la combinan con otras áreas del conocimiento. Sin embargo, no siempre se ha registrado o analizado a fondo cómo se gestionan estas actividades, lo que hace difícil entender su verdadero alcance, impacto y posibilidades de crecimiento. Dicho esto, se busca conocer de qué manera la universidad

organiza y desarrolla sus actividades musicales, qué espacios y oportunidades ofrece a los estudiantes y cómo estos influyen en su formación artística y profesional. La idea es que, con esta información, se puedan impulsar aún más los talentos musicales de la comunidad javeriana y fortalecer los lazos de esta con el mundo cultural de la ciudad de Cali.

2. Análisis del contexto actual

La Pontificia Universidad Javeriana de Cali ha llevado a cabo diversas iniciativas para que la música forme parte activa de la vida universitaria, desde ensambles y conciertos en la misma universidad, hasta talleres y proyectos académicos que integran esta disciplina. Sin embargo, muchas de estas actividades se desarrollan sin un plan estratégico que conecte de forma clara la formación musical con la proyección profesional de los estudiantes.

La ciudad de Cali cuenta con una amplia riqueza cultural y musical que se refleja en la diversidad de géneros, espacios de formación y eventos dedicados a la promoción del arte y la música. Además de ser reconocida por importantes manifestaciones culturales, la ciudad ha fortalecido la realización de festivales juveniles, encuentros universitarios y espacios de circulación artística que promueven la participación de estudiantes y talentos emergentes. Iniciativas como el festival interuniversitario de las artes (*FIURA*) y otros eventos culturales desarrollados por instituciones de educación superior como la universidad *Icesi*, evidencian la importancia de la música como un medio de expansión, encuentro y sobretodo de construcción de comunidad dentro del contexto universitario.

En este escenario, las universidades desempeñan un papel importante en la formación y visibilización de nuevos talentos. Sin embargo, aunque la Pontificia Universidad Javeriana Cali ha impulsado diversas iniciativas artísticas y musicales, aún enfrenta desafíos

relacionados con la difusión y el reconocimiento de sus grupos representativos musicales dentro del campus universitario. En comparación con otras instituciones de la ciudad, donde las agrupaciones musicales cuentan con mayor visibilidad y presencia dentro, como fuera del campus, se evidencia una necesidad de fortalecer o crear estrategias que permitan proyectar el talento estudiantil y consolidar una identidad cultural más reconocible para la comunidad universitaria.

A pesar del talento y la creatividad presentes en los grupos de musicales de la universidad, muchos estudiantes desconocen su existencia, sus actividades y los espacios de participación disponibles. Esta situación limita las oportunidades de interacción entre las agrupaciones y la comunidad estudiantil reduciendo el alcance de las iniciativas culturales desarrolladas por la institución. Asimismo, dificulta la consolidación de una cultura musical universitaria más visible y conectada con los intereses de los estudiantes.

3. Evidencia de la necesidad

Frente a este panorama, surge la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación visual que permitan fortalecer la promoción y el reconocimiento de los grupos musicales representativos de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Más allá de informar sobre eventos y actividades, estas estrategias buscan generar vínculos entre la comunidad estudiantil y la oferta cultural de la universidad, contribuyendo al fortalecimiento del sentido de pertenencia, la participación y la construcción de experiencias significativas alrededor de la música.

4. Investigación de escritorio

4.1. Beneficios cognitivos y rendimiento académico

La música activa múltiples áreas cerebrales, lo que mejora la memoria, la atención y la capacidad de resolución de problemas, impactando positivamente en el rendimiento académico. Según la (*Universidad Europea, 2024*), integrar la música en el entorno educativo potencia habilidades cognitivas y académicas clave.

En España, investigaciones divulgadas por *The Conversation*. muestran que los estudiantes con formación musical obtienen mejores resultados en matemáticas y creatividad, al desarrollar estructuras mentales más flexibles y analíticas). (*The Conversation, 2025*)

Además, un estudio de la *University of Southern California* liderado por *Nina Raffio* concluyó que aprender a tocar un instrumento mejora la función cognitiva, estimula la creatividad y fortalece la estabilidad emocional en jóvenes. (*Raffio, 2023*).

Por otro lado, investigaciones publicadas en *PubMed* confirman que la educación musical tiene efectos positivos sobre el bienestar psicológico, lo que a su vez potencia el rendimiento académico (*PubMed Central, 2020*).

4.2. Concentración, atención al estudio y bienestar emocional

La música instrumental puede mejorar la concentración, reducir la ansiedad y bloquear distracciones durante el estudio. Según el blog de la *University of Maryland Global Campus*, escuchar música suave o ambiental ayuda a mantener el enfoque y facilita la retención de información (*Schempp, 2024*).

Asimismo, *Giuliana Conti destaca en ASCD* que integrar la música en el currículo escolar fortalece la salud emocional, fomenta la expresión personal y la conexión social, contribuyendo al aprendizaje integral (*ASCD, 2024*).

4.3. Motivación, creatividad y desarrollo emocional

A nivel social, el proyecto español *Acción por la Música* ha demostrado cómo la práctica musical transforma la vida de jóvenes en riesgo, promoviendo disciplina, autoestima e inclusión social a través de orquestas comunitarias (*Acción por la Música, 2024*).

“La música, mediante sus ritmos y patrones, ayuda a mejorar la memoria a corto y largo plazo, facilitando además el aprendizaje de otros temas académicos (*Universidad Europea, 2024*)

4.4. Contexto cultural

En el ámbito universitario colombiano, la música se ha consolidado como una herramienta de expresión, participación y construcción de comunidad. Diversas instituciones de educación superior promueven espacios culturales que permiten visibilizar el talento estudiantil y fortalecer los procesos artísticos dentro y fuera del campus universitario.

Un claro ejemplo de ellos es el *Festival Internacional Unirock Alternativo (FUIRA)*, realizado, realizado en Cali, el cual reúne agrupaciones musicales emergentes y universitarias de diferentes géneros. En su edición de 2024, el festival contó con más de 100 propuestas inscritas provenientes de Cali y del Valle del Cauca, consolidándose como un espacio de circulación y promoción para nuevos talentos musicales (*Universidad del Valle, 2024*)

De igual manera los Festivales Universitarios Nacionales de ASCUN Cultura constituyen uno de los principales escenarios de encuentro artístico universitario en Colombia. Estos festivales reúnen estudiantes de instituciones de educación superior de distintas regiones del país en modalidades como rock y pop, orquestas, grupos fusión, vallenato, coros y ensambles vocales, promoviendo la participación, el intercambio cultural y la visibilización del talento universitario. Además, ASCUN Cultura tiene como propósito fortalecer la formación integral de la comunidad universitaria mediante el desarrollo de proyectos y actividades artísticas que fomenten la expresión, la creación y la divulgación cultural (*Cultura, 2026*)

5. Análisis DOFA y conclusiones (profundizar)

| Debilidades (Factores internos) | Oportunidades (Factores externos) | Fortalezas (Factores internos) | Amenazas (Factores externos) |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • A veces por falta de tiempo no puedo asistir a los horarios de ensayo con la banda • Puedo sentir inseguridad al momento de presentarme | <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de alianzas con festivales, instituciones y organizaciones culturales • Interés creciente de los jóvenes por en la formación | <ul style="list-style-type: none"> • Hago parte del grupo representativo de Pop de la PUJ • Tengo facilidad de hablar con la directora de música de la parte cultural de la PUJ | <ul style="list-style-type: none"> • Desinterés o baja participación de algunos estudiantes en actividades musicales • Recortes presupuestales • Competencia de otras Universidades |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>frente al público</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de constancia en la práctica individual como practicar por mi cuenta los temas vistos en los ensayos | <p>artística y musical</p> <ul style="list-style-type: none"> Expansión de la oferta cultural universitaria Potencial de colaboración con otras universidades (Como Icesi y la Autónoma) | <ul style="list-style-type: none"> Tengo conocimiento sobre temas musicales como lo son la técnica vocal, toco instrumentos como el piano y la guitarra, lectura de partituras | <p>con programas musicales consolidados</p> |
|---|--|---|---|

Como conclusión, queda claro que la Universidad Javeriana Cali cuenta con una gran capacidad para afianzarse como un modelo a seguir en la cultura, tanto a nivel regional como nacional. Para que esto se haga realidad, es crucial idear y poner en marcha un plan completo de comunicación y diseño visual, que no solo conecte la educación musical con el futuro profesional de los alumnos, sino que además consiga influir directamente en la cultura de la ciudad. De este modo, se podría dar más fuerza a la identidad de la universidad, dar a conocer a los talentos que están surgiendo, crear lazos de cooperación con entidades culturales y artísticas, y promover una relación más cercana entre la universidad y la gente.

Fase 2: ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO

1. ¿Qué?

Promoción de los grupos musicales en la universidad javeriana Cali

2. ¿Cómo?

- ¿Cómo se gestionan y organizan los grupos estudiantiles de música dentro de la Javeriana Cali?
- ¿Cómo se comunican actualmente las actividades musicales a la comunidad universitaria y externa?
- ¿Cómo perciben los estudiantes y profesores la importancia de la música en su formación integral?
- ¿Cómo se vincula la universidad con el ecosistema cultural de Cali (festivales, instituciones, colectivos)?
- ¿Cómo se aprovechan los medios digitales y las redes sociales para difundir las presentaciones o logros de los grupos musicales?
- ¿Cómo contribuyen las experiencias musicales a fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad cultural dentro de la comunidad universitaria?
- ¿Cómo se planifican y coordinan los ensayos, presentaciones y actividades entre los diferentes grupos musicales?
- ¿Cómo se evalúa el impacto de las actividades musicales en la vida universitaria y en la proyección cultural de la institución?

3. ¿Quién?

Actores directos: La comunidad estudiantil en general de la PUJC, el público que generalmente asiste a las muestras (estudiantes, egresados, familiares y visitantes),

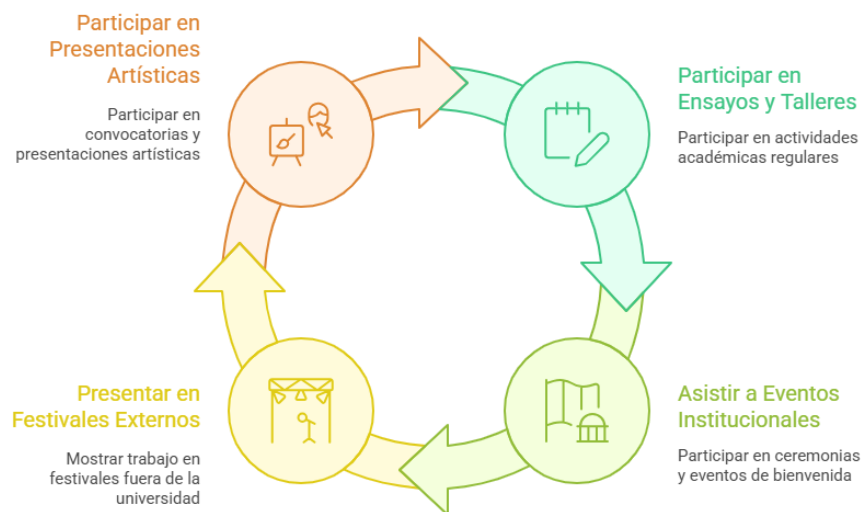
Actores indirectos: el sector cultural caleño, las familias de los estudiantes, los medios de comunicación y las instituciones culturales locales que apoyan y fortalecen la proyección de los grupos musicales y su integración con la ciudad, centro de expresión cultural

4. ¿Cuándo?

- Durante el semestre académico (Ensayos, talleres, presentaciones internas)
- En eventos institucionales (ceremonias, actividades de bienvenida, clausuras)
- En festivales o presentaciones externas (cuando los grupos logran salir de la universidad).
- Antes, durante y después de convocatorias y presentaciones artísticas.

La siguiente gráfica presenta la caracterización del fenómeno central del proyecto: “La promoción y gestión de los grupos estudiantiles de música en la Pontificia Universidad Javeriana Cali”. A través de las cinco claves de análisis (¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?). Con esta gráfica se busca comprender de manera integral en contexto actual en el cual se desarrollan estas agrupaciones, identificando los actores involucrados, los momentos de interacción y los escenarios en los que la música universitaria cobra relevancia. Esto permite reconocer las dinámicas que definen la experiencia musical dentro del campus y su proyección hacia el entorno musical caleño.

Ciclo de Participación Académica



Made with  Napkin

5. ¿Dónde?

Local: El fenómeno ocurre principalmente en el campus de la Javeriana Cali, donde los grupos musicales ensayan y se presentan en eventos internos.

Regional: A nivel regional, existe la posibilidad de proyectarse en escenarios culturales de la ciudad como el festival ASCUN o el Festival FIURA.

Nacional: En el contexto colombiano, existe la posibilidad de intercambio y colaboración con otras universidades que cuentan con programas o grupos musicales más consolidados, como la Universidad Icesi, la universidad Nacional y la universidad del valle.

Internacional: Hay oportunidades de proyección internacional mediante convenios académicos, intercambios estudiantiles y participación en festivales universitarios de música en el exterior.

6. Objetivo general:

Aportar a la visibilización de los grupos estudiantiles de música de la Pontificia Universidad Javeriana Cali a través de una estrategia de comunicación visual con un enfoque participativo.

7. Objetivos específicos:

- Analizar la realidad actual de los grupos estudiantiles de música en la Javeriana Cali mediante herramientas de diseño centrado en el usuario para comprender sus fortalezas, debilidades y necesidades.
- Identificar experiencias interactivas de promoción y de gestión de grupos musicales mediante estudios de caso para reconocer estrategias que fortalezcan su proyección
- Diseñar una propuesta de comunicación visual para los grupos estudiantiles de música con base en los hallazgos de la investigación y la validación con la comunidad universitaria Para fortalecer su visibilidad y participación en el campus

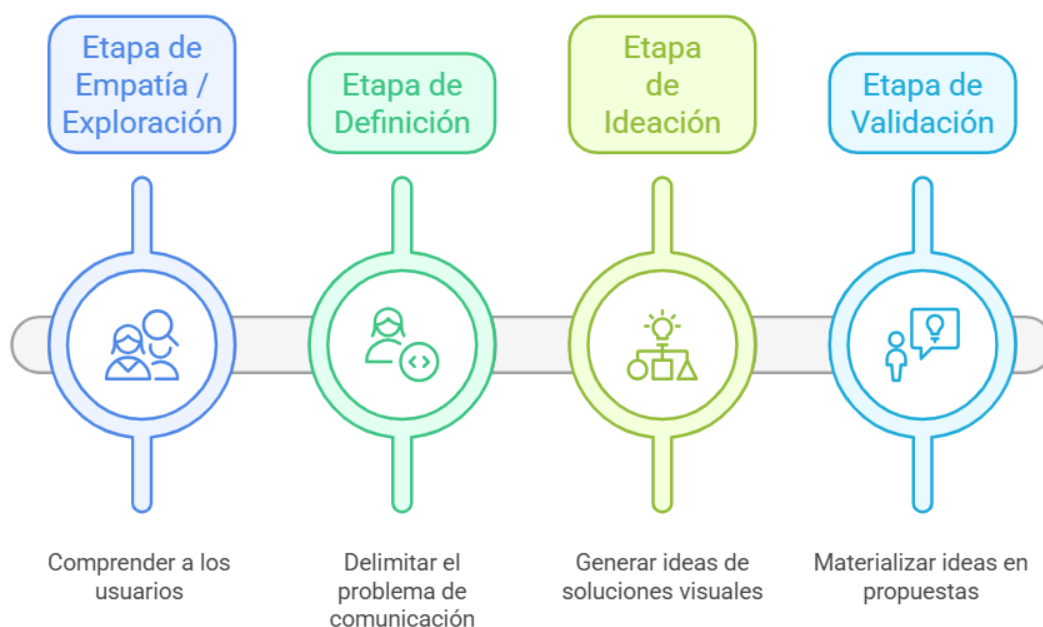
8. Ruta metodológica



| Actividad/acciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| OE1: Revisión documental sobre música universitaria y gestión cultural (bibliográfica, artículos académicos, informes institucionales) Entrevistas a estudiantes y docentes de los grupos musicales (Entrevistas semiestructuradas, grabación de audio, análisis cualitativo) Encuestas a la comunidad estudiantil (Formularios en Google Forms) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OE1: Benchmarking con universidades (Icesi , Univalle Nacional) (Comparación de buenas prácticas, análisis de portales web y redes sociales) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OE1: Sistematización y análisis de resultados (Matrices comparativas, categorización de información) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OE1: Mapeo de actores culturales en Cali (Cartografía social, diagramas de red, entrevistas rápidas) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OE2: Análisis de eventos y festivales | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

9. Metodología centrada en el usuario (Gráfica)

Metodología Centrada en el Usuario para la Comunicación Musical



Grafica hecha con ayuda de <https://www.napkin.ai/>

La metodología centrada en el usuario aplicada al proyecto ofrece un marco sólido para la promoción de los grupos musicales de la Pontificia Universidad Javeriana Cali al estar estructurada en cuatro etapas (Empatía, definición, ideación y validación). Este modelo garantiza que las estrategias de difusión no se diseñen de manera aislada, sino a la mano de ver cuáles son las necesidades, expectativas y percepciones que de la misma comunidad universitaria que es muy importante para realizar el proyecto. La etapa de empatía permite comprender a los estudiantes y en general al público que esté interesado en la música; la

definición delimita con claridad los retos de comunicación, la ideación abre espacio a nuevas propuestas creativas y la validación asegura que las soluciones se materialicen en productos finales pertinentes y efectivos.

A su vez, este enfoque metodológico fortalece la pertinencia cultural y social de las acciones de promoción, asegurando que los grupos musicales no solo sean visibles, sino también reconocidos y valorados dentro de la vida universitaria, Así, la comunicación musical se convierte en una herramienta estratégica para consolidar la identidad, participación y sentido de pertenencia en la comunidad Javeriana.

10. Antecedentes

Para comprender un poco el origen y la orientación que tiene este proyecto, resulta fundamental revisar los referentes teóricos y prácticos que lo sustentan. Los antecedentes permiten contextualizar la problemática, identificar que enfoques metodológicos son relevantes y reconocer cómo otros autores ya han abordado la promoción artística en entornos educativos. A partir de esta revisión se construyen las bases conceptuales que guiarán esta propuesta y que abren paso al análisis de los trabajos que han contribuido al desarrollo del proyecto.

En los siguientes antecedentes se presentan a dos autores y proyectos que sirvieron como base conceptual y metodología para orientar el desarrollo del proyecto. Su análisis permitió comprender como la promoción artística, especialmente en contextos universitarios se puede fortalecer a través del diseño de comunicación visual.

La promoción de los grupos estudiantiles de música en contextos universitarios ha cobrado relevancia como estrategia para fortalecer la identidad institucional, el sentido de pertenencia

y la proyección cultural de los estudiantes. En la Universidad Javeriana Cali, esta dimensión artística se manifiesta en ensambles, presentaciones y talleres que, aunque valiosos, carecen de una estrategia comunicativa integral que potencie su visibilidad y conexión con el ecosistema cultural de la ciudad. Esta situación plantea la necesidad de comprender cómo se gestionan, comunican y proyectan estas agrupaciones, y qué oportunidades existen para articularlas con la formación académica y el entorno artístico local.

El proyecto “*Symphony – Sistema Montes de Oca*” (Granada, 2022) ofrece un referente metodológico clave al proponer una plataforma digital para la gestión de contenidos musicales en instituciones educativas. Su enfoque en la sistematización de procesos, la documentación de repertorios y la interacción entre estudiantes y docentes evidencia cómo la tecnología puede facilitar la organización y difusión de actividades musicales. Aunque se desarrolla en un contexto diferente, sus hallazgos sobre la fragmentación de la información, la falta de canales claros de comunicación y la necesidad de integrar herramientas digitales son pertinentes para el caso javeriano. En particular, “*Symphony*” destaca la importancia de contar con un sistema que visibilice el talento estudiantil y permita una planificación más eficiente de ensayos, presentaciones y convocatorias. Por otro lado, el proyecto “*Santiago Granada – PADCV*” se centra en el diseño de experiencias interactivas para fortalecer la participación estudiantil en actividades culturales. A través de una propuesta de comunicación visual basada en narrativas emocionales y formatos digitales, este trabajo demuestra cómo el diseño puede ser un puente entre la expresión artística y la apropiación institucional. “*Granada*” plantea que la música no solo debe ser promovida como actividad extracurricular, sino como parte integral de la formación universitaria, capaz de generar vínculos duraderos entre los estudiantes y su entorno. Su análisis de referentes locales y su

uso de herramientas como el benchmarking y la cartografía social ofrecen rutas metodológicas aplicables al estudio de los grupos musicales en la Javeriana Cali.

Ambos proyectos coinciden en señalar que la ausencia de estrategias claras de comunicación y gestión limita el impacto de las iniciativas musicales en el ámbito universitario. En el caso javeriano, esta carencia se traduce en baja visibilidad, escasa articulación con actores externos y una limitada proyección profesional para los estudiantes involucrados. Por ello, el presente anteproyecto busca integrar los aprendizajes de “*Symphony y Granada*” para proponer una estrategia de comunicación visual que, desde un enfoque experiencial e interactivo, fortalezca la promoción de los grupos musicales, mejore su gestión interna y potencie su vínculo con el ecosistema cultural caleño. (*Granada, 2022*)

11. Marco conceptual

En el siguiente marco conceptual se reúnen una serie de palabras clave y sus significados que fueron fundamentales para la comprensión sobre cómo la promoción artística, el diseño de experiencias, la música y la expresión, junto a la difusión artística, colaboran para fortalecer la comunicación, visibilidad, y el impacto de iniciativas culturales e institucionales. Dado el entorno actual, en el que las instituciones aspiran a establecer conexiones más profundas con sus comunidades, estas categorías, más que simples áreas teóricas, sirven como pilares interdependientes para entender la trascendencia del arte y la experiencia en la forja de identidades colectivas.

11.1. Promoción artística: La promoción artística se centra en una serie de acciones, estrategias y recursos, pensados para impulsar, divulgar y dar a conocer el arte y los artistas al gran público. La meta principal es hacer más visible, reconocer y valorar las diversas

expresiones artísticas en variados contextos culturales y sociales. En un artículo de la revista Atlante, “**Fundamentos teóricos de la relación entre promoción artística y formación de valores en los escolares**”, los autores (*M. & Fernández Medina, 2019*) sostienen que la promoción artística en la escuela no sólo enciende la creatividad, sino que también es un instrumento efectivo para sembrar valores estéticos en los alumnos. Destacan que fomentar el amor por el arte, apreciar tanto las creaciones personales como las de otros, y comprender la belleza en los valores, son cosas que fortalecen la sensibilidad, la identidad y el sentido de pertenencia en los estudiantes, que son súper importantes.

11.2. Diseño Participativo: El diseño participativo es un enfoque metodológico que busca la colaboración activa de los usuarios en el proceso de productos, servicios, sistema o eventos. Su finalidad es asegurar que las soluciones diseñadas respondan de manera efectiva las necesidades reales de quienes las utilizan, promoviendo de esa manera la inclusión, empoderamiento y corresponsabilidad. Este modelo se diferencia del “Diseño centrado en el usuario” porque este no limita la participación a fases de prueba, sino que integra a los usuarios desde las etapas iniciales de ideación y conceptualización, democratizando las decisiones y enriqueciendo de esa manera el proceso creativo. (*Interaction Design Foundation*)

Entre sus principios fundamentales se destacan la colaboración, la iteración y la comprensión contextual, lo que implica que los usuarios ni son solo receptores pasivos, sino actores que aportan ideas, retroalimentación y perspectivas diversas. De esta manera, el diseño participativo fomenta la innovación, reduce riesgos y costos al identificar problemas tempranamente, y fortalece la relación entre diseñadores y comunidades. Además, este enfoque tiene sus bases históricas en los movimientos escandinavos de las décadas de 1970-

1980, especialmente en el ámbito de la interacción humano-computadora, aunque su lógica de cooperación puede rastrearse en prácticas colectivas mucho más antiguas. (*Interaction Design Foundation*)

11.3. Música: La música, podría ser percibida, como un idioma sin palabras que expresa emociones, además de estructuras sónicas y simbolismos, sin que precise referirse a cosas o ideas exteriores. Varias ideas han surgido sobre su sentido a través del tiempo, desde la idea de imitación, que ve la música como un reflejo de la naturaleza, hasta la expresiva, entendiéndola como una revelación de los sentimientos del artista. “*Julián Marrades Millet, en (2000)*”, ofrece una interpretación crítica de estas visiones e introduce un concepto del significado musical tomando inspiración de la filosofía del lenguaje de Wittgenstein. En esta perspectiva, el sentido de la música reside no en una conexión externa con el mundo, sino en cómo quienes la escuchan dan sentido a las formas musicales por medio de su experiencia, cultura, e imaginación.

11.4. Expresión artística: La expresión artística, un torrente de creatividad, permite a las personas exteriorizar emociones, ideas y percepciones, utilizándose en diversas formas como la música, la pintura, la danza, o el teatro. En la educación, esto no solo impulsa habilidades personales, sino que además, se transforma en una herramienta de cohesión social y desarrollo holístico.

De acuerdo con (*G. & Pérez Paredes, 2025*), la expresión artística "hace posible que las sociedades muestren sus talentos y regalen su creatividad y arte a su comunidad y a el mundo entero". El escrito resalta, que, tanto en la educación superior, como en los niveles primarios, se han introducido estrategias con enfoque en proyectos que incentivan la participación activa

de los alumnos en actividades artísticas conectadas con su entorno. Tales estrategias no solo mejoran el aprendizaje, sino también fortalecen valores importantes, como la empatía, la cooperación, y el sentimiento de pertenencia. Así mismo, se indica que el arte y la expresión artística hoy día tienen más importancia, esto hizo que las escuelas reconozcan su valor al formar ciudadanos empáticos, críticos, y que se preocupan por lo que les rodea.

11. 5. Las bandas de música en Colombia: Las bandas de música han sido históricamente un medio de expresión colectiva y de cohesión social. En sus orígenes, estuvieron ligadas al ámbito militar y religioso, acompañando ceremonias oficiales y actos público. Sin embargo, a lo largo del siglo XIX y XX, estas agrupaciones se transformaron en espacios de servicio social y cultura, vinculándose de esa manera con celebraciones festivas, plazas públicas y comunidades locales. (*Valencia Rincón, 2011*)

En Colombia, las primeras bandas militares aparecieron hasta finales del siglo XVIII, como la “Banda de la Corona” en 1784. Con el tiempo, estas se expandieron hacia escenarios civiles y festivos, consolidándose como protagonistas de bailes de salón y celebraciones populares. Este tránsito marco el paso de una función institucional a una función social, donde las bandas se convirtieron en actos de entretenimiento, educación musical y construcción de identidad cultural. (*Valencia Rincón, 2011*)

Si hablamos de su rol educativo, las bandas han servido como espacios de formación musical informal, donde los integrantes desarrollan habilidades instrumentales y el público adquiere sensibilidad estética. Este carácter pedagógico se fortaleció con la creación de programas departamentales y nacionales del siglo XX, que impulsaron el modelo de banda-escuela,

integrando niños y jóvenes en el proceso de aprendizaje colectivo y comunitario. (*Valencia Rincón, 2011*)

Además, las bandas han sido fundamentales en la difusión y recreación de repertorios tradicionales, adaptando músicas regionales a sus formatos instrumentales y contribuyendo a la construcción del patrimonio sonoro colombiano. En regiones como el Caribe, las bandas playeras incorporaron porros y fandangos, mientras que en otras Regiones como en Antioquia y el interior se integran repertorios de música clásica y popular, reflejando la diversidad cultural del país. (*Valencia Rincón, 2011*)

11.6.Difusión: La difusión, es un proceso fundamental, por el cual se transmite información, saber y contenidos, empleando canales estratégicos. Con el fin de llegar a audiencias precisas, desatando el impacto deseado. Dentro del ámbito institucional, la difusión trasciende la mera comunicación de datos; más bien, orquesta experiencias comunicativas. Estas fortalecen la identidad, participación y visibilidad de los agentes. Analizando el artículo de Universidad & Empresa, la difusión en las redes sociales virtuales emerge como un instrumento indispensable para la gestión del conocimiento. Facilitan la circulación de ideas, prácticas y aprendizajes, particularmente dentro de organizaciones dedicadas a los servicios. Subrayan que las redes sociales fomentan la interacción entre los miembros de una organización. Esto a su vez, impulsa la transferencia de conocimiento e innovación (*Universidad & Empresa, 2020*).

Este marco resulta como un elemento vital para proyectos, que buscan fusionar estrategias de comunicación visual con objetivos institucionales. Teniendo en cuenta esto, la promoción de grupos estudiantiles, eventos culturales o iniciativas académicas, entre otros, no debe de entenderse como una acción solamente técnica, sino como una práctica de estrategia integral.

La difusión, entonces se convierte en un proceso que exige usar un diseño intencionado, la construcción de relatos interactivos, la identificación precisa de los públicos objetivos y la evaluación constante de los resultados obtenidos. En conjunto, encontramos que estos componentes permiten que la comunicación trascienda la forma y se convierta en una herramienta efectiva que ayudara a fortalecer la identidad, el alcance y el impacto de los grupos musicales institucionales.

12. Benchmarking

El benchmarking es conocido por ser una herramienta de análisis que nos permite comparar un proyecto de diseño de comunicación visual con referentes relevantes para identificar buenas practicas, estrategias exitosas y oportunidades de mejora. En el contexto de la promoción musical universitaria, esta metodología ayuda a comprender como otras instituciones, iniciativas o festivales gestionan, se comunican y potencian dichas expresiones artísticas.

Su propósito no es imitar dichos referentes, sino aprender estratégicamente de experiencias ya consolidadas que han logrado un impacto cultural, visibilidad y conexión con su público objetivo. Para este proyecto, el benchmarking se dividió en dos categorías, “Sectorial” y “No sectorial”, esto con el fin de abarcar tanto iniciativas que estén directamente relacionadas con la música universitaria, como proyectos culturales más amplios que aportan innovación, lenguaje visual y modelos de experiencia aplicables al contexto Javeriano.






12.1 Criterios de evaluación

Los proyectos sectoriales como los no sectoriales fueron evaluados mediante cinco criterios que permiten medir su aporte al proyecto:

1. **Innovación:** Se evalúa el nivel de originalidad de cada proyecto en relación con sus dinámicas, formatos experiencias y formas de interacción con el público. También se considera el uso de estrategias creativas y recursos que permiten fortalecer la música y la audiencia.
2. **Enfoque:** En este punto se analiza la orientación principal del proyecto, identificando el tipo de experiencia musical, cultural o artística que propone, así como el público al que está dirigido y la manera en que construye comunidad alrededor de la música.
3. **Estrategias de visibilidad:** Evalúa las herramientas y los medios utilizados para promover y aumentar su alcance. Se tienen en cuenta aspectos como el uso de redes sociales, contenido audiovisual, identidad visual, promoción institucional, eventos en vivo y estrategias de difusión digital.
4. **Total:** Corresponde a la valoración general obtenida a partir de los criterios anteriores, permitiendo comparar el nivel de aporte, pertinencia y relación de cada referente con los objetivos del proyecto.

12.3. Sectorial

(Proyectos que están directamente relacionados con la promoción musical universitaria o educativa)

| FESTIVAL | INSTITUCIÓN | INNOVACIÓN | ENFOQUE | ESTRATEGIAS DE VISIBILIDAD | TOTAL |
|---|---|---|--|---|-------|
|  | UNIVERSIDAD DE LA SABANA | FESTIVAL CONTEMPORÁNEO QUE INTEGRA DIFERENTES GÉNEROS MODERNOS Y PROMUEVE BANDAS EMERGENTES UNIVERSITARIAS. | ROCK, POP, FUSIÓN Y RITMOS LATINOS. | REDES SOCIALES INSTITUCIONALES, CONVOCATORIAS ABIERTAS PARA BANDAS, CONCIERTOS EN VIVO EN EL CAMPUS Y CONTENIDO AUDIOVISUAL. | 4 |
|  | UNIVERSIDAD DEL NORTE | CONCURSO MUSICAL CON ESTÁNDARES PROFESIONALES Y JURADOS ESPECIALIZADOS. | INTERPRETACIÓN Y COMPOSICIÓN MUSICAL UNIVERSITARIA | CONVOCATORIAS NACIONALES, PROMOCIÓN INSTITUCIONAL, COBERTURA EN MEDIOS UNIVERSITARIOS Y EVENTOS ABIERTOS AL PÚBLICO. | 4 |
|  | ASCUN | PLATAFORMA NACIONAL QUE CONECTA UNIVERSIDADES Y PROMUEVE INTERCAMBIOS CULTURALES. | ENCUENTRO DE MÚSICA, DANZA Y ARTES UNIVERSITARIAS | RED INTERUNIVERSITARIA, ETAPAS REGIONALES Y NACIONALES, EVENTOS CULTURALES AMPLIOS. | 5 |
|  | UNIVERSIDAD ICESI | ENCUENTRO COMPETITIVO QUE REÚNE INTERPRETES Y COMPOSITORES UNIVERSITARIOS DE ALTO NIVEL. | INTERPRETACIÓN Y COMPOSICIÓN MUSICAL UNIVERSITARIA. | CONVOCATORIAS ABIERTAS, CONCIERTOS EN VIVO, PROMOCIÓN INSTITUCIONAL Y PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES DE DIFERENTES UNIVERSIDADES. | 4 |
|  | UNIVERSIDAD DEL VALLE (PARTICIPACIÓN DESTACADA) | FESTIVAL ENFOCADO EN LA ESCENA MUSICAL UNIVERSITARIA ALTERNATIVA, CON AUDICIONES Y CONCIERTOS PARA BANDAS EMERGENTES. | ROCK, POP Y FUSIÓN DENTRO DE LA CULTURA MUSICAL UNIVERSITARIA. | CONVOCATORIAS PARA BANDAS UNIVERSITARIAS, CONCIERTOS EN VIVO Y PROMOCIÓN DENTRO DEL CIRCUITO CULTURAL ESTUDIANTIL DE CALI | 4.7 |

Music Fest – Universidad de La Sabana

Es un festival de música universitario que integra diferentes géneros y agrupaciones estudiantiles en una experiencia enfocada en el entretenimiento, la participación y la música en vivo. El proyecto utiliza estrategias digitales y audiovisuales para generar expectativa y conectar con la comunidad universitaria.

Festival Nacional de la Canción – Universidad del Norte

Es un festival universitario enfocado a la interpretación y composición musical, que reúne participantes de distintas regiones del país en torno al talento artístico emergente, Su propuesta promueve la visibilidad de músicos universitarios mediante presentaciones en vivo, convocatorias abiertas y escenarios de reconocimiento cultural del contexto académico.

Festival ASCUN

Es un encuentro artístico y cultural que reúne universidades de diferentes regiones del país para promover expresiones musicales, escénicas y creativas dentro del entorno universitario. El festival fortalece la circulación del talento estudiantil y fomenta la construcción de comunidad a través de experiencias culturales compartidas.

Festival Interno de la Canción – Universidad Icesi

Es un festival universitario enfocado en la interpretación y composición musical estudiantil. Su propuesta busca visibilizar el talento emergente mediante presentaciones en vivo, escenarios de participación y espacios de reconocimiento artístico dentro de la universidad.

FIURA – Festival de Bandas Universidad del Valle


Es un festival enfocado en la escena musical universitaria y las bandas emergentes. Su propuesta combina conciertos en vivo, circulación artística y espacios de interacción juvenil, promoviendo experiencias musicales cercanas y dinámicas dentro del contexto universitario.

12.4 Conclusión

El benchmarking sectorial evidencia que los festivales musicales universitarios más destacados se caracterizan por construir propuestas atractivas a partir de enfoques claros, experiencias cercanas al público y estrategias de visibilidad efectivas. Referentes como ASCUN, Music Fest, el Festival de la canción de la universidad Icesi y el FIURA muestran la importancia de combinar identidad visual, difusión institucional, participación estudiantil y experiencias musicales memorables para fortalecer la conexión entre la comunidad universitaria y la música dentro del campus.

12.5 Benchmarking No Sectorial

(Proyectos culturales y artísticos que, aunque no estén enfocados exclusivamente en música universitaria, aportan referentes de comunicación, experiencia e iteración cultural.)

| FESTIVAL | INSTITUCIÓN | INNOVACIÓN | ENFOQUE | ESTRATEGIAS DE VISIBILIDAD | TOTAL |
|---|---|--|---|--|-------|
|  | UNIVERSIDAD ICESI | FESTIVAL ACADÉMICO QUE INTEGRA FORMACIÓN, EXHIBICIÓN Y ARTICULACIÓN CON LA INDUSTRIA DE ANIMACION. | ANIMACIÓN, CINE ANIMADO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. | CONVOCATORIAS INTERNACIONALES DE CORTOMETRAJES, PROYECCIONES GRATUITAS, TALLERES, CONFERENCIAS Y MASTERCLASS CON EXPERTOS. | 5 |
|  | ARTBO | PLATAFORMA QUE CONECTA GALERÍAS, ARTISTAS Y PÚBLICO EN TORNO AL ARTE CONTEMPORÁNEO. | ARTE CONTEMPORÁNEO Y ARTES VISUALES | EXPOSICIONES, FERIAS, PROGRAMACIÓN CULTURAL Y NETWORKING ARTÍSTICO. | 4 |
|  | SXSW, INC AUSTIN, TEXAS | EVENTO INTERDISCIPLINARIO QUE INTEGRA CINE, ARTE, MÚSICA, TECNOLOGÍA Y CULTURA DIGITAL. | CINE, ARTE INTERACTIVO, MÚSICA, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN. | CONFERENCIAS, EXHIBICIONES, NETWORKING CREATIVO Y DIFUSIÓN GLOBAL EN REDES Y MEDIOS. | 5 |
|  | UNIVERSIDAD DEL VALLE | EVENTO INTERDISCIPLINARIO QUE REÚNE DIFERENTES EXPRESIONES ARTÍSTICAS DEL CAMPUS. | ARTES VISUALES, TEATRO, DANZA Y CULTURA UNIVERSITARIA. | PROGRAMACIÓN CULTURAL ABIERTA, EXPOSICIONES Y PRESENTACIONES ARTÍSTICAS. | 4 |
|  | INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOMBAY (IIT MOMBAY) MUMBAI, INDIA | UNO DE LOS FESTIVALES CULTURALES UNIVERSITARIOS MÁS GRANDES DE ASIA QUE MEZCLA ARTE, MÚSICA, CINE Y CULTURA JUVENIL. | FESTIVAL CULTURAL INTERDISCIPLINARIO UNIVERSITARIO. | COMPETENCIAS ARTÍSTICAS, CONCIERTOS, EXPOSICIONES, TALLERES Y FUERTE DIFUSIÓN DIGITAL DIRIGIDA A ESTUDIANTES. | 5 |

La truca– Festival Internacional de Animación de Cali

Festival académico y cultural que integra formación, exhibición y articulación con la industria creativa de la animación y el audiovisual. Su propuesta se destaca por combinar experiencias educativas con espacios de participación e interacciones artísticas.

ARTBO

Es una plataforma enfocada en el arte contemporáneo y las artes visuales, reconocida por conectar artistas, galerías y públicos a través de experiencias culturales, exposiciones y networking artístico.

SXSW (South by Southwest)

Evento interdisciplinario reconocido mundialmente por integrar música, cine, tecnología, innovación y cultura digital. Se destaca por su capacidad de generar experiencias inmersivas, difusión global y conexiones creativas entre diferentes industrias.

Festival Universitario de las Artes, la Ciencia y la Cultura– Universidad del Valle

Evento universitario interdisciplinario que reúne diversas expresiones culturales y artísticas del campus, promoviendo la participación estudiantil mediante actividades abiertas, presentaciones y exposiciones culturales.

Mood Indigo– IIT Bombay

Es uno de los festivales universitarios más grandes de Asia, reconocido por combinar música, arte. Competencias y cultura juvenil mediante una fuerte estrategia de difusión digital y experiencias dirigidas a estudiantes.

12.6 Conclusión

El Benchmarking no sectorial evidencia que los proyectos culturales más relevantes logran conectar con sus públicos a través de experiencias interdisciplinarias. Propuestas visuales atractivas y estrategias de visibilidad sólidas. Estos referentes demuestran la importancia de integrar arte, cultura, interacción y comunicación digital para construir eventos memorables y generar comunidad alrededor de las experiencias culturales universitarias.

13. Hallazgos

La pontificia Universidad Javeriana Cali cuenta con un gran potencial musical; sin embargo, su impacto se ve limitado por la ausencia de una estrategia de comunicación clara y estructurada. Aunque existen grupos musicales estudiantiles activos y con gran talento, la falta de mecanismos de promoción y difusión dificulta que alcancen una mayor visibilidad y reconocimiento tanto dentro como fuera del campus universitario.

La música cumple un papel fundamental en la formación integral de los estudiantes, ya que fortalece habilidades cognitivas, sociales y emocionales. No obstante, estos beneficios aun no se encuentran articulados dentro de una estrategia institucional que permita potenciar y comunicar de manera efectiva el valor cultural y formativo de las agrupaciones musicales dentro de la universidad

El ecosistema cultural de Cali representa una oportunidad importante para la proyección de los grupos musicales universitarios, debido a la presencia de festivales, redes culturales y espacios artísticos consolidados en la ciudad, Sin embargo, la Universidad Javeriana aún presenta una baja articulación con estos escenarios, debido a la falta de herramientas de difusión y estrategias de visibilidad que permiten ampliar el alcance de sus agrupaciones musicales.

El análisis de referentes y proyectos similares evidencia que la combinación entre diseño, comunicación visual y participación estudiantil es clave para fortalecer la identidad musical institucional. Referentes como *ASCUN Cultura*, festivales universitarios y plataformas enfocadas en experiencias musicales demuestran como la narrativa visual, las dinámicas participativas y las estrategias de difusión pueden transformar la manera en que la música se vive, comparte y posiciona dentro entornos universitarios.

Finalmente, se identifica que la implementación de una estrategia de comunicación visual centrada en la experiencia y la participación estudiantil podría mejorar la visibilidad, aumentar la asistencia y fortalecer el reconocimiento de los grupos musicales representativos. Esto no solo beneficiaría a los músicos y agrupaciones, sino que también contribuiría al fortalecimiento de la identidad cultural de la universidad, generando mayor sentido de pertenencia y ampliando el impacto de las actividades artísticas dentro y fuera del campus universitario.

14. Experto temático:

Lizana Herrera: Experta clave para la promoción musical universitaria

Directora musical de Pacífico Big Band Fem
Vocalista principal en **Residuo Sólido y Bruja y Tambó**

Docente y formadora artística en **Alas Colegio**

Líder del Área de Música en la **Pontificia Universidad Javeriana Cali**

Saxofonista **profesional**

Compositora y creadora musical

La presencia de Lizana en el proyecto para la “Promoción de los grupos musicales de la Pontificia Universidad Javeriana Cali” resulta fundamental debido a la amplitud y profundidad de su trayectoria artística y académica. Su perfil integra experiencia como interprete, creadora y formadora, lo que le otorga una visión integral de la música en contextos educativos y culturales

Dirección y liderazgo artístico: Como directora musical de **Pacífico Big Band Fem**, Lizana ha demostrado capacidad para coordinar proyectos colectivos que visibilizan la diversidad y el talento femenino en la música. Este liderazgo es un referente para la gestión y promoción de agrupaciones.

Experiencia escénica y vocal: Su rol como vocalista principal de en **Residuo Sólido y Bruja y Tambó** le otorga legitimidad en el ámbito de la interpretación, aportando conocimiento práctico sobre como posicionar grupos musicales en escenarios locales y nacionales.

Docencia y formación artística: Su labor en Alas Colegio y como líder del área de música en la Pontificia Universidad Javeriana Cali evidencia su compromiso con la educación musical, lo que conecta directamente con el objetivo de fortalecer la promoción de los grupos musicales.

Versatilidad instrumental y creativa: Como saxofonista profesional, compositora y creadora musical, Lizana aporta una perspectiva interdisciplinar que no solo aporta, sino que enriquece la propuesta de promoción, integrando innovación sonora y procesos de creación.

15. Aliado estratégico

Andrés Paredes: Experto en gestión y programación cultural universitaria.

Director de la agenda cultural de la Pontificia Universidad Javeriana Cali

Gestor cultural y coordinador de eventos artísticos universitarios

Encargado de la programación y difusión de actividades culturales dentro del campus

Articulador del centro de Expresión cultural y la comunidad estudiantil

Promotor de espacios de participación artística y experiencias culturales universitarias

La participación de Andrés Paredes dentro del proyecto “*Promoción de los grupos estudiantiles de música en la universidad javeriana Cali*” fue fundamental debido a su experiencia en gestión y programación de eventos culturales dentro de la universidad. Su conocimiento sobre la organización, difusión y articulación de actividades artísticas permitió comprender las dinámicas actuales de visibilidad y participación de los grupos musicales dentro del campus universitario.

Gestión y programación cultural: Como director de la agenda cultural de la universidad, Andrés coordina la planeación y la circulación de eventos artísticos y musicales dentro del campus. Su experiencia aportó una visión estratégica sobre los procesos de programación, difusión y relación con el público estudiantil.

Conocimiento del contexto universitario: Su cercanía con las dinámicas culturales con la comunidad universitaria permitió identificar problemáticas relacionadas con la asistencia, viabilidad y sobretodo la comunicación que usan para los eventos y promoción de los grupos y eventos musicales, aportando hallazgos clave para el desarrollo del proyecto.

Experiencia en difusión y comunicación cultural: Desde su rol, Andrés trabaja constantemente en la promoción de actividades culturales mediante redes sociales, plataformas institucionales y piezas gráficas, lo que permitió analizar fortalezas y algunas limitaciones comunicacionales actuales de los grupos representativos de música.

Apertura de nuevas estrategias y experiencias culturales: Su interés por fortalecer la identidad y generar propuestas más cercanas al lenguaje juvenil evidencio la necesidad de implementar estrategias de comunicación más dinámicas, experienciales y que conecten más con los estudiantes. Aportando significativamente al desarrollo conceptual y estratégico del plan.

Fase 3: Desarrollo de la propuesta

1. Proceso creativo del proyecto

2. Concepto creativo del proyecto: “El Plan Me Suena”

“El Plan Me Suena” nace desde la idea de la recomendación social universitaria, entendiendo la música como un plan cercano, cotidiano y compartido en el campus. El concepto parte de expresiones comunes entre estudiantes, como cuando alguien dice: “Ese plan suena bueno”, transformando de esa manera la música universitaria en una expresión social, atractiva y memorable.

La propuesta busca alejarse de la percepción tradicional de los eventos institucionales para construir una comunicación más juvenil, fresca y autentica, conectando con los estudiantes desde un lenguaje visual y emocional cercano con sus dinámicas sociales. A través de este concepto, la música deja de percibirse únicamente como una actividad cultural y pasa

convertirse en un espacio de encuentro, interacción y construcción de comunidad dentro de la universidad.

3. Estrategia “El Plan Me Suenan”

La estrategia de “El Plan Me Suenan” busca posicionar la música universitaria como un plan cercano, atractivo y memorable dentro del campus. Más que promocionar únicamente eventos promocionales, la propuesta pretende generar experiencias que conecten con los estudiantes mediante una comunicación más juvenil, dinámica y emocional.

La estrategia se construye alrededor de la idea de generar, expectativa, curiosidad y conexión con los estudiantes utilizando un lenguaje visual llamativo y adaptable tanto a redes sociales como a espacios físicos de la universidad. A través de mensajes cotidianos, piezas gráficas y contenidos más auténticos y experienciales, se busca que la música se perciba como parte activa de la vida universitaria.

La estrategia se desarrolla en cuatro fases principales; Expectativa, revelación, activación y difusión, las cuales permiten construir una narrativa progresiva que mantiene el interés de los estudiantes antes, durante y después de las actividades musicales.

3.1 Expectativa

Se desarrolla una fase enfocada en generar curiosidad e intriga entre los estudiantes mediante mensajes cortos, visuales llamativas y contenido tipo conversación en redes sociales.

3.2 Revelación

En esta etapa se presentan oficialmente a los grupos musicales y el evento, mostrando contenido más cercano y auténtico para conectar emocionalmente con los estudiantes.

3.3 Activación

La estrategia busca fomentar asistencia y la interacción social a través de dinámicas participativas, experiencias compartidas y espacios de encuentro dentro del festival.

3.4 Difusión

En esta última etapa se busca que después del evento, se compartan videos, fotos y recuerdos de la experiencia para extender el impacto del festival y fortalecer la visibilidad de los grupos musicales.

4. Sistema de identidad visual

La identidad visual del proyecto se construye a partir de una estética vibrante, dinámica y juvenil, diseñada para conectar visualmente con el público universitario. El sistema visual utiliza colores llamativos, formas orgánicas, elementos musicales e ilustraciones que refuerzan la idea de movimiento, ritmo y energía.

La propuesta visual se caracteriza por el uso de composiciones dinámicas y recursos gráficos inspirados en el entorno musical y universitario, permitiendo generar piezas atractivas y adaptables a diferentes formatos físicos y digitales.

La tipografía utilizada posee un carácter Bold y protagonista, aportando fuerza visual y facilitando la recordación del proyecto. Así mismo, el tono visual busca transmitir cercanía, espontaneidad y una experiencia colectiva ligada a la música y al entorno universitario.

4.1 Elementos principales de la identidad visual

- Paleta de colores vibrante y contrastante
- Tipografía Bold

- Elementos gráficos inspirados en música y en el entorno universitario
- Estética juvenil y enérgica
- Composición visual dinámica
- Lenguaje grafico adaptable a redes y medios impresos

5. Desarrollo de piezas graficas

Como parte de la estrategia de comunicación visual se desarrolló un sistema de piezas gráficas y promocionales orientadas a fortalecer la visibilidad de los grupos musicales representativos de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Las piezas fueron diseñadas bajo una línea grafica coherente con el concepto de “El Plan Me Suena”, mantenido unidad visual, tono cercano y enfoque experimental.

Piezas del sistema

5.1. Identidad visual

La pieza principal del proyecto y eje de toda la estrategia de comunicación. La identidad visual fue diseñada para representar la música como una experiencia social, cercana y juvenil dentro de la universidad, utilizando colores vibrantes, tipografía de alto impacto e ilustraciones inspiradas en instrumentos, sonidos y movimiento. Su objetivo fue construir una marca reconocible que permita visibilizar a los grupos musicales y conectar con el lenguaje de los estudiantes.



5.2. Poster promocional:

Pieza que fue usada para dar a conocer el evento “El plan me suena”. Su objetivo fue captar la atención de los estudiantes mediante una identidad visual llamativa, comunicar la información clave e incentivar la asistencia.



5.3. Historias de Instagram

Piezas dinámicas utilizadas para la fase de expectativa de la estrategia en donde se anunciaba que pronto se haría un evento en la universidad.



5.4. Carrusel para Instagram sobre los grupos representativos de música

Contenido digital creado para presentar a las agrupaciones musicales que hay en la universidad, visibilizando su identidad, trayectoria y propuesta artística de manera cercana y atractiva para los estudiantes.



5.5. Video promocional

Material audiovisual diseñado para invitar a la comunidad universitaria a participar en el evento, resaltando la música, los grupos invitados y la experiencia que vivirán al asistir.



Link: https://youtu.be/6IXDXy_DWOs?si=dm2Bg7s73iKBGw4r

5.6. Tote Bag

Elemento promocional diseñado como un “Un recuerdo” para darle al público al que asita al evento. Su diseño permitió extender la identidad visual del proyecto y fortalecer el sentido de pertenencia de los participantes.



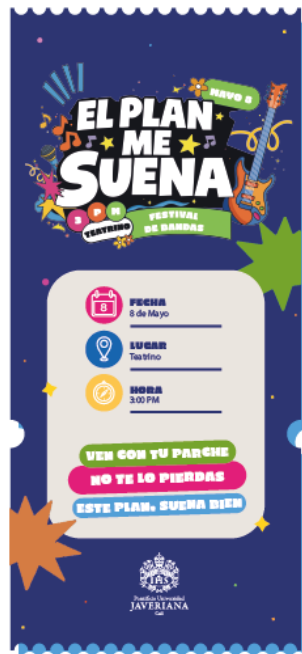
5.7. Brochure informativo

Pieza editorial que reúne información sobre el proyecto, el evento y los grupos musicales participantes, facilitando el acceso a contenidos relevantes de forma organizada y atractiva.



5.8. Ticket de asistencia al evento

Pieza diseñada para formalizar la participación de los asistentes y completar la experiencia del evento, incorporando la identidad visual del proyecto en cada punto de contacto.



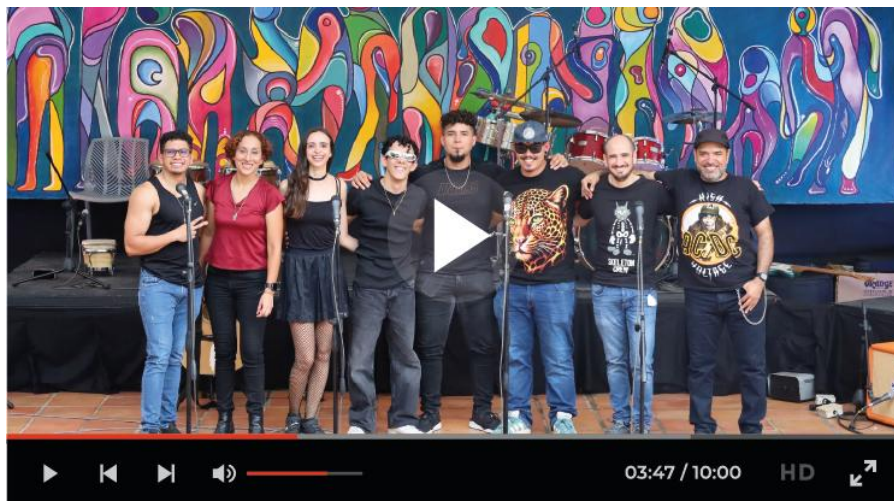
5.9. Stickers

Elementos gráficos promocionales creados para reforzar el conocimiento de la identidad “El plan me suena”, generar recordación y fomentar la interacción de los estudiantes con la propuesta.



5.10. Video recopilatorio del evento

Video desarrollado para documentar y difundir la experiencia vivida durante “El plan me suena”, mostrando momentos destacados, presentaciones musicales e interacción de los estudiantes que asistieron al evento, con el fin de extender el impacto del evento más allá de su realización.



Link: <https://youtu.be/HqbzcQfwT4k?si=jzjLsDeghJE1Kz8m>

Estas piezas permiten construir una comunicación constante, dinámica y adaptable a distintos espacios y plataformas dentro del entorno universitario.

6. Conclusiones del proceso creativo

El proceso creativo permitió transformar los hallazgos obtenidos durante la investigación de una estrategia de comunicación visual coherente con las necesidades de la comunidad universitaria. A partir de la identificación de problemas relacionados con la visibilidad y el reconocimiento de los grupos musicales, se desarrolló una propuesta gráfica capaz de conectar con los estudiantes mediante un lenguaje más cercano, dinámico y juvenil.

La construcción de la identidad visual y del sistema de piezas gráficas demostró la importancia de diseñar experiencias de comunicación que vayan más allá de la difusión informativa, priorizando la conexión emocional, la participación y el sentido de comunidad. Asimismo, el proyecto evidenció como el diseño de comunicación visual puede contribuir al fortalecimiento de espacios culturales universitarios mediante estrategias adaptadas a los hábitos y preferencias del público objetivo.

FASE 4. IMPLEMENTACIÓN Y VALIDACIÓN

1. Experiencia del festival “El Plan Me Suena”

Como parte de la fase creativa del proyecto, se desarrolló el festival “El Plan Me Suena”, una activación musical orientada en generar interacción, apropiación del espacio universitario y conexión entre los estudiantes y los grupos musicales representativos.

El festival fue concebido como punto de encuentro social dentro del campus. La propuesta integro presentaciones en vivo, activaciones visuales, espacios de interacción y dinámicas orientadas en fortalecer el sentido de comunidad y reconocimiento de las agrupaciones musicales.

Además de promover la asistencia y participación estudiantil el evento permitió validar la efectividad del sistema gráfico y la estrategia de comunicación planteada en el proyecto.

2. Validación y resultados

La propuesta fue validada mediante entrevistas, observación y espacios de retroalimentación con estudiantes participantes del evento y usuarios del sistema grafico desarrollado.

Los resultados obtenidos evidenciaron una percepción positiva frente a la estrategia visual y experiencial implementada. Lo estudiantes identificaron la propuesta como cercana, juvenil, llamativa y coherente con el contexto universitario.

3. Principales hallazgos

- La propuesta se percibe dinámica y atractiva
- El concepto “El Plan Me Suená” conecta con el lenguaje cotidiano estudiantil
- La música se entiende como una experiencia social y colectiva
- Las piezas graficas generan curiosidad e interés por asistir a un evento así
- El lenguaje visual facilita la recordación del evento
- Los estudiantes manifestaron interés por la continuidad de este tipo de eventos en la universidad
- El evento permitió dar a conocer un poco más a los grupos musicales dentro de la universidad.

La validación permitió confirmar que una estrategia de comunicación visual centrada en la experiencia, la participación estudiantil y un lenguaje más cercano puede fortalecer significativamente la visibilidad y reconocimiento de los grupos musicales representativos universitarios. Además, se evidencio que las experiencias musicales dentro del campus generan mayor conexión emocional, sentido de pertenencia e interés por participar en actividades culturales. Los resultados obtenidos demuestran que propuestas más dinámicas, cercanas y visualmente atractivas logran captar la atención de los estudiantes y posicionar la música como parte importante de la experiencia universitaria.



Conclusiones generales

El desarrollo de “El plan me suena” permitió evidenciar la importancia de la comunicación visual como herramienta para fortalecer la visibilidad y el reconocimiento de los grupos musicales representativos de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. A través del proceso de investigación se identificó que, aunque existe un interés por la música y una valoración

positiva de las actividades culturales, la falta de comunicación atractiva y cercana limitaba el alcance de estas iniciativas dentro de la comunidad universitaria.

Los hallazgos obtenidos mediante la recolección de datos permitieron comprender las necesidades de los estudiantes y de los integrantes de los grupos musicales para la construcción de una estrategia alineada con los hábitos, intereses y formas de comunicación de los jóvenes universitario. Esto permitió desarrollar una propuesta visual coherente, adaptable y capaz de generar una mayor conexión con el público objetivo.

La implementación de la estrategia y su validación a través del evento realmente demostraron que la música puede convertirse en un elemento articulador de experiencias, participación y sentido de comunidad cuando es acompañada por una comunicación adecuada. Los resultados evidenciaron una percepción positiva frente al concepto, las piezas gráficas y la experiencia en general, confirmando de esa manera la pertinencia de la propuesta para el contexto universitario.

Finalmente, el proyecto demuestra que el diseño de comunicación visual tiene la capacidad de aportar soluciones estratégicas a problemáticas culturales e institucionales, promoviendo espacios de encuentro, fortaleciendo la identidad universitaria y generando experiencias significativas para los estudiantes. De esta manera, A través de una propuesta centrada en las necesidades y dinámicas de la comunidad estudiantil, fue posible evidenciar como una comunicación más cercana y atractiva puede incrementar el interés y la participación en actividades culturales dentro del campus.

De esta manera “El plan me suena” se consolida como una propuesta que no solo promueve eventos musicales, sino que contribuye a visibilizar el talento artístico presente en la

universidad, fortalecer el sentido de pertenencia de los estudiantes y fomentar la construcción de comunidad a través de la muisca. Asimismo, el proyecto deja abierta la posibilidad de seguir desarrollando estrategias similares que permitan seguir enriqueciendo la vida cultural de la universidad, en especial el área de música de este en donde se puedan seguir generando espacios donde el arte, la música, la creatividad y la participación estudiantil sean los protagonistas.

Referencias

1. **Acción por la Música.** (2024). *Proyecto social de inclusión musical*. <https://accionporlamusica.es>
2. **ASCUN Cultura.** (2026). *Festivales Universitarios Nacionales*. Asociación Colombiana de Universidades. <https://ascuncultura.com/>
3. **ASCD.** (2024, julio 30). *5 ways music can improve student mental health*. <https://www.ascd.org/blogs/5-ways-music-can-improve-student-mental-health>
4. **Cadme Galabay, F. G., & Pérez Paredes, V. A.** (2025). Expresión artística: estrategias de enseñanza y aprendizaje para la vinculación social en educación superior y en el subnivel inicial y preparatoria. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 1454–1470. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3427>
5. **Cámara de Comercio de Bogotá.** (s.f.). *ARTBO*. <https://www.artbo.co/>
6. **Festival Internacional de Cine Universitario La Truca.** (2020). *La Truca Festival*. <https://latrucafestival.com/>
7. **Granada, S.** (2022). *Estrategia de comunicación visual para visibilizar el grupo de rock Iridio en la Pontificia Universidad Javeriana Cali para el periodo 2022-2* [Proyecto avanzado de diseño de comunicación visual, Pontificia Universidad Javeriana Cali].
8. **Interaction Design Foundation.** (s.f.). *Participatory Design*. Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/participatory-design>
9. **Marrades Millet, J.** (2000). *Música y significado*. *Teorema*, 19(1), 5–25.
10. **Pérez Guzmán, M., & Fernández Medina, C. R.** (2019). Fundamentos teóricos de la relación entre promoción artística y formación de valores en los escolares. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/06/formacion-valores-escolares.html>
11. **Mood Indigo– IIT Bombay** (s.f.) <https://moodi.org/>
12. **PubMed Central.** (2020). *Music education and psychological well-being*. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7373803>
13. **Raffio, N.** (2023, enero 18). *Learning an instrument boosts creativity and emotional stability*. University of Southern California. <https://today.usc.edu/music-education-research>

14. **Sánchez, M. A., & Pinochet Sánchez, G.** (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32), 107–135. <https://doi.org/10.12804/http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4847>
15. **Schempp, T.** (2024, septiembre 16). *How music can help you study*. University of Maryland Global Campus. <https://www.umgc.edu/blog/how-music-can-help-you-study>
16. **The Conversation.** (2025). *Si sabemos música, entendemos mejor las matemáticas*. <https://theconversation.com/si-sabemos-musica-entendemos-mejor-las-matematicas-246253>
17. **Universidad Europea.** (2024, agosto 22). *Música y educación: beneficios cognitivos y académicos*. <https://peru.universidadeuropea.com/blog/musica-educacion>
18. **Universidad & Empresa.** (2020). Difusión de conocimiento en redes sociales virtuales: Estudio de caso en organizaciones de servicios en Colombia. *Universidad & Empresa*, 22(39), 1–25. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187247578006/index.html>
19. **Universidad Icesi.** (s.f.). *Información general del Festival Intercolegiado*. https://www.icesi.edu.co/festival_intercolegiado/informacion_general_festival.html
20. **Universidad del Norte.** (2023, 27 de octubre). *Una velada de música y talento en el Festival Nacional de la Canción*. <https://www.uninorte.edu.co/web/grupo-prensa/w/una-velada-de-musica-y-talento-en-el-festival-nacional-de-la-cancion>
21. **Universidad de La Sabana.** (s.f.). *Festivales*. <https://www.unisabana.edu.co/experiencia-bienestar/cultura/festivales>
22. **Universidad del Valle.** (2024). *Festival Internacional Unirock Alternativo (FIURA)*. Universidad del Valle. <https://www.univalle.edu.co/arte-y-cultura/llegan-las-audiciones-del-fiura-2024>
23. **Universidad del Valle.** (s.f.). *Festival Universitario de las Artes, la Ciencia y la Cultura de la Universidad del Valle*. <https://humanidades.univalle.edu.co/noticias/item/599-festival-universitario-de-las-artes-la-ciencia-y-la-cultura-de-la-universidad-del-valle>
24. **Uribe Montes De Oca, J. E.** (2023). *La música como herramienta promotora de los procesos creativos* [Proyecto avanzado de diseño de comunicación visual, Pontificia Universidad Javeriana Cali].
25. **Valencia Rincón, V.** (2011). *Bandas de música en Colombia: la creación musical en la perspectiva educativa*. Biblioteca Nacional de Colombia. <https://www.bibliotecanacional.gov.co/es-co/colecciones/biblioteca-digital/CDM/acontratiempo/antiores/verhtml?articulo=71>
26. **Visit Austin.** (s.f.). *SXSW*. <https://www.austintexas.org/events/sxsw/>

Anexos

Perfil y justificación de la directora del proyecto

María Paz Vélez

Su experiencia en la exploración visual, la construcción de identidades gráficas y el desarrollo en proyectos con enfoque cultural aportó significativamente al fortalecimiento conceptual y estético de “El plan me suena”. Como asesora de grado brindo orientación constante en la definición de la propuesta visual y comunicativa del proyecto; promoviendo una mirada estratégica que permitió consolidar una identidad coherente con los valores, dinámicas y necesidades de los grupos estudiantiles de música de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Gracias a su enfoque en el detalle, la sensibilidad visual y la creación de experiencias gráficas significativas, fue posible desarrollar una propuesta de comunicación con mayor profundidad conceptual, capaz de conectar con la comunidad estudiantil y de resaltar el valor cultural y artístico de los grupos musicales. Asimismo, su experiencia en la dirección de proyectos relacionados con el ámbito cultural contribuyó a orientar el proceso metodológico, fortalecer la toma de decisiones de diseño y garantizar la coherencia entre la investigación, la estrategia de comunicación y los resultados finales del proyecto.

de proyectos relacionados con el ámbito cultural contribuyó a orientar el proceso metodológico, fortalecer la toma de decisiones de diseño y garantizar la coherencia entre la investigación, la estrategia de comunicación y los resultados finales del proyecto.

Registro fotográfico del evento “El plan me suena”



Las fotografías utilizadas en el presente proyecto fueron tomadas durante el evento institucional “El Plan Me Suená”, realizado por la Pontificia Universidad Javeriana Cali y abierto a la participación de la comunidad universitaria. Estas imágenes hacen parte de los registros audiovisuales generados en el marco de dicha actividad y fueron previamente divulgadas a través de los canales oficiales de comunicación de la Universidad para fines de promoción, difusión y visibilización de las actividades culturales institucionales.

ENCUESTA HECHA DE MANERA ANONIMA – COMUNIDAD UNIVERSITARIA (MÚSICA EN LA JAVERIANA CALI)



12. ¿Cuántas que hubiera más actividades musicales vividas en el campus? [Más detalles](#)

- Si 21
- No 0
- No sé 4



13. ¿Qué tipo de actividades musicales te llamarían más la atención? (Puedes marcar más de una) [Más detalles](#)

- Conciertos 10
- Fiestas musicales 14
- Actividades en espacios abiertos 11
- Festivales 22



14. ¿Qué formato te parecería más atractivo para enseñar de estas actividades? [Más detalles](#)

- Solo en vivo 18
- Online 0
- Cámpus 0
- Festival 4



15. ¿Crees que se podría mejorar en la promoción de las actividades musicales en la universidad? [Más detalles](#)

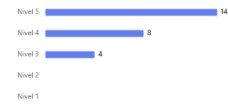
25
Respuestas

Respuestas más recientes
"Dai vez hacer algun tipo de activacion o experiencia mas inmersiva que haga que la..."
"La transmisión por medio de redes y afiches estaría genial ya que siento que es un..."
"De pronto pegar afiches en salones o cerca a los salones"
...



16. ¿Qué tan importante consideras que es la música dentro de la vida universitaria? [Más detalles](#)

4.38
Calificación promedio



ENCUESTA A ESTUDIANTES HECHA DE MANERA ANONIMA –GRUPOS MUSICALES

1. ¿Participas actualmente en algún grupo musical de la universidad? [Más detalles](#)

- Si 6
- No 5



2. Si tu respuesta fue "SI", ¿en qué grupo participas? [Más detalles](#)

6
Respuestas

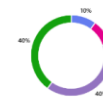
Respuestas más recientes

3 encuestados (50%) respondieron Agape para esta pregunta.

Pop **Agape** Ágape

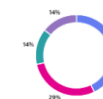
3. Para ti, hacer parte de un grupo musical dentro de la universidad es [Más detalles](#)

- Nada importante 1
- Poco importante 1
- Moderadamente importante 3
- Importante 4
- Muy importante 4



4. ¿Cuál fue tu principal motivación para vincularse a un grupo musical? [Más detalles](#)

- Interés personal por la música 3
- Mejorar mis habilidades musicales 2
- Socializar y conocer personas 1
- Representar a la universidad 1



5. Experiencia dentro del grupo 1 □ Muy mala – 5 □ Muy buena [Más detalles](#)

4.38
Calificación promedio



17. ¿Crees que los grupos musicales aportan a la identidad cultural de la universidad? [Más detalles](#)

- Si 26
- No 0
- No estoy seguro/a 0



6. ¿Qué es lo que más valores de pertenecer a un grupo musical?

[Más detalles](#)

7
Respuestas

Respuestas más recientes

4 encuestados (57%) respondieron La para esta pregunta.



8. Si respondiste "Si", ¿cuáles?

[Más detalles](#)

- Horarios 1
- Espacios de ensayo 1
- Difusión de actividades 0
- Falta de apoyo institucional 1



9. Consideras que tu participación en el grupo musical contribuye a tu formación personal o profesional?

[Más detalles](#)

1 (1) Nada - 3 (3) Mucho

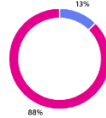
4.25



7. ¿Has tenido dificultades en tu participación en el grupo musical?

[Más detalles](#)

- Si 1
- No 7



10. ¿Por qué medio te informas principalmente sobre las actividades o presentaciones de los grupos musicales?

[Más detalles](#)

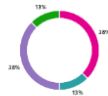
- Redes sociales 4
- WhatsApp o grupos íntimos 1
- Correo institucional 0
- Afiches 0
- Campañas 3
- Otros 0



11. ¿Cómo evalúas la comunicación que realiza la universidad sobre las actividades?

[Más detalles](#)

- Muy mala 0
- Mala 3
- Regular 1
- Buena 3
- Muy buena 1



14. ¿Cómo te gustaría que fueran las presentaciones o actividades musicales para atraer más público?

[Más detalles](#)

8

Respuestas

Respuestas más recientes

2 encuestados (25%) respondieron misma comunidad javeriana para esta pregunta.



12. ¿Qué tan visibles consideras los grupos musicales dentro de la universidad?

[Más detalles](#)

1 (1) Nada visibles - 5 (5) Muy visibles

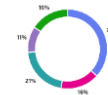
2.38



13. ¿Cuáles medios consideras más efectivos para promocionar los grupos musicales? (Puedes marcar más de una opción)

[Más detalles](#)

- Redes sociales 7
- Afiches físicos 3
- Eventos presenciales 4
- Pantallas institucionales 2
- Correo institucional 3



15. ¿Qué te haría sentir más orgullo de pertenecer a un grupo musical en la universidad?

[Más detalles](#)

8

Respuestas

Respuestas más recientes

2 encuestados (25%) respondieron reconocimiento para esta pregunta.



16. Si pudieras cambiar algo sobre la promoción de los grupos musicales, ¿qué cambiarías?

[Más detalles](#)

7

Respuestas

Respuestas más recientes

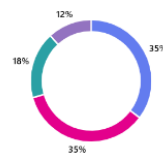
2 encuestados (29%) respondieron redes sociales para esta pregunta.



17. ¿Qué tipo de contenidos te gustaría ver sobre los grupos musicales? (Puedes marcar más de una opción)

[Más detalles](#)

- Videos de presentaciones 6
- Ensayos y procesos 6
- Videos promocionales 3
- Material diseñado y siguiendo alguna línea gráfica 2



18. ¿Qué consideras que hace falta para que los grupos musicales tengan mayor reconocimiento dentro y fuera de la universidad? [Más detalles](#)

7
Respuestas

Respuestas más recientes
...

3 encuestados (43%) respondieron grupos para esta pregunta.



Permisos firmados

Autorización de uso de derechos de imagen sobre dibujos, fotografías y producciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgada a la Pontificia Universidad Javeriana Cali

Yo, Lizana Mayel Herrera Zuluaga, con documento de identidad No. 31530993 de Jamundí, mediante el presente formato autorizo a la Pontificia Universidad Javeriana Cali —en adelante, la Universidad— para que haga el uso y tratamiento de mis datos personales en donde se incluye mi imagen y voz, además de los derechos de imagen para incluirlos sobre dibujos, fotografías y/o producciones audiovisuales (videos); así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen. Entiendo que el término *imagen* incluye video o fotografía fija en formato digital o de otro tipo, y cualquier otro medio de registro o de reproducción de imágenes fijas o en movimiento.

Esta autorización se regirá por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes finalidades de tratamiento de los datos:

- ❖ Este dibujo/video/foto podrá ser utilizado con fines educativos y de divulgación académica en diferentes escenarios y plataformas de la Universidad.
- ❖ Este dibujo/video/foto es sin ánimo de lucro y en ningún momento será utilizado para objetivos distintos. La Universidad queda exenta de cualquier responsabilidad que se pueda derivar de la presente actividad con la firma de la autorización.
- ❖ La presente autorización no tiene ámbito geográfico determinado, por lo que las imágenes en las que aparezca podrán ser utilizadas en el territorio del mundo, así mismo, tampoco tiene ningún límite de tiempo para su concesión, ni para aprovechamiento de las imágenes, o parte de estas, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.
- ❖ Para que mi imagen haga parte de fotografías y videos del repositorio de actividades académicas de la Universidad y pueda ser objeto de publicación en medios de comunicación institucionales.

PROPÓSITO ESPECÍFICO de esta AUTORIZACIÓN: autorizo el uso de la(s) imágenes(s) para la realización del Proyecto académico denominado: *“Promoción de los grupos estudiantiles de música en la Pontificia Universidad Javeriana Cali”*, realizado por *Isabella Mazuera Jimenez* y adscrita al (Departamento de Creación) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Que el registro de las imágenes será realizado por *Isabella Mazuera Jimenez*. Que dicho registro se rige por la ética de la investigación y la legislación vigente; con respeto por la dignidad humana y no dan lugar a ninguna forma de estigmatización. Que, el uso de las imágenes que autorizo está destinado exclusivamente para efectos académicos y de investigación en (área o campo de conocimiento) y no podrán ser usadas para ningún otro propósito.

Autorizo que las imágenes sean publicadas a través medios institucionales, para el propósito académico que son realizadas y para posible publicación —si la hubiera— de los resultados de investigación en cualquier formato, físico o digital.

Renuncio a cualquier derecho a recibir compensación por tales usos en virtud de la autorización precedente.

REESCISIÓN: Si yo decido rescindir esta autorización, no se permitirán posteriores usos de mi imagen personal; pero no podré pedir que se devuelvan las imágenes o la información ya utilizadas.

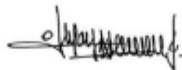
DERECHOS: Manifiesto que tengo conocimiento sobre los derechos que me asisten para el tratamiento de los datos personales los cuales son: (i) acceder en forma gratuita a los datos personales proporcionados a la Universidad; (ii) conocer, actualizar y rectificar la información personal; (iii) solicitar prueba de la autorización otorgada; (iv) ser informado sobre el uso de mis datos personales; (v) presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, quejas sobre el tratamiento de los datos; (vi) revocar la autorización otorgada, solicitar la supresión del dato. Manifiesto que conozco que el canal de comunicación para el ejercicio de los derechos, que me asisten como representante legal del titular de los datos personales, es el correo electrónico: usodedatos@javeriana.edu.co, y que la Universidad cuenta con una Política de Protección de Datos Personales, la cual se encuentra publicada en la página web www.javeriana.edu.co Puedo solicitar que cese el registro de mi imagen en cualquier momento. Puedo rescindir esta autorización hasta una fecha razonable antes de que se utilice la imagen, pero debo hacerlo por escrito al correo electrónico de [Isabella Mazuera Jimenez](mailto:isabella.mazuera@javeriana.edu.co) en la *Promoción de los grupos estudiantiles de música en la universidad javeriana Cali*, para la signatura Proyecto de grado isabellaazuera1904@javerianacali.edu.co.

Puedo inspeccionar u obtener una copia de las imágenes cuyo uso estoy autorizando. Puedo negarme a firmar esta autorización. Tengo derecho a recibir una copia de esta autorización. Entiendo que no recibiré ningún tipo de compensación financiera.

En mi calidad de persona natural y mayor de edad autorizo el uso de derechos de imagen sobre dibujos, fotografías y producción audiovisual (videos), así como los patrimoniales de autor y derechos conexos, y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

Bajo la gravedad de juramento, certifico que soy mayor de edad. En caso de verificarse fraude, será causal de descalificación de este consentimiento.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el día 04 del mes de junio de 2026.



Firma autorización adulto

Lizana Mayel Herrera Zuluaga
Nombre

31530993
Cédula de ciudadanía

Autorización de uso de derechos de imagen sobre dibujos, fotografías y producciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgada a la Pontificia Universidad Javeriana Cali

Yo, Andres Paredes Gallego con documento de identidad No. 6387487 de Palmira, en calidad de Coordinador de la Agenda Cultural de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, mediante el presente formato autorizo a la Pontificia Universidad Javeriana Cali —en adelante, la Universidad— para que haga uso de fotografías, videos, registros audiovisuales, piezas de comunicación e información institucional relacionada con los grupos estudiantiles de música, en el marco del proyecto de grado desarrollado por la estudiante Isabella Mazuera Jiménez.

Esta autorización se regirá por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes finalidades de tratamiento de los datos:

- ❖ Este material audiovisual y documental podrá ser utilizado con fines educativos, académicos, investigativos y de divulgación universitaria en diferentes escenarios y plataformas institucionales.
- ❖ El material autorizado será utilizado exclusivamente para los fines académicos descritos en el presente documento y no podrá ser empleado para fines comerciales.
- ❖ La presente autorización se concede únicamente para el desarrollo, presentación y divulgación académica del proyecto de grado, incluyendo sus productos derivados.
- ❖ El material autorizado podrá formar parte de la memoria de grado, sustentación pública, exposiciones académicas, repositorio institucional y demás espacios de divulgación universitaria relacionados con el proyecto.

PROPÓSITO ESPECÍFICO DE ESTA AUTORIZACIÓN: Autorizo el uso de fotografías, videos, registros audiovisuales, piezas de comunicación e información institucional relacionada con los grupos estudiantiles de música de la Pontificia Universidad Javeriana Cali para la realización del proyecto de grado denominado: "EL PLAN ME SUENA: Estrategia de comunicación para la promoción de los grupos estudiantiles de música de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, desarrollado por *Isabella Mazuera Jiménez*, estudiante del programa de Diseño de Comunicación Visual y adscrito al Departamento de Creación de la Facultad de Creación y Hábitat de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. El material autorizado corresponde a registros audiovisuales, fotografías, videos e información institucional facilitados por la Agenda Cultural y el Centro de Expresión Cultural de la Vicerrectoría del Medio de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, utilizados como insumo para el proceso de investigación, análisis, diagnóstico, desarrollo, validación y sustentación del proyecto académico.

Asimismo, autorizo el uso de la información obtenida mediante reuniones, entrevistas, acompañamiento institucional, asesorías y espacios de trabajo desarrollados con la Agenda Cultural durante la ejecución del proyecto, los cuales permitieron comprender las dinámicas de promoción, difusión y participación de los grupos estudiantiles de música dentro de la comunidad universitaria.

El registro y uso del material autorizado se rige por los principios éticos de la investigación y la legislación vigente, con respeto por la dignidad humana, la propiedad intelectual y los derechos institucionales correspondientes.

El uso de las imágenes, videos y demás recursos autorizados estará destinado exclusivamente a fines académicos y de investigación dentro de los productos derivados del proyecto de grado, incluyendo la memoria escrita, sustentación pública, presentaciones académicas, exposiciones universitarias, repositorio institucional de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y demás espacios de divulgación académica relacionados con el proyecto.

La presente autorización no implica cesión de derechos para fines comerciales y se limita exclusivamente al desarrollo, presentación y divulgación académica del proyecto de grado anteriormente mencionado.

Autorizo que las imágenes, videos y demás materiales institucionales sean publicados a través de medios institucionales y académicos para el propósito para el cual fueron autorizados y para la posible divulgación de los resultados del proyecto en formatos físicos o digitales.

REESCISIÓN: Si decido rescindir esta autorización, no se permitirán posteriores usos del material institucional autorizado para el proyecto de grado; sin embargo, no podré solicitar la eliminación o devolución de los materiales o información que ya hayan sido utilizados, publicados o incorporados en productos académicos previamente elaborados.

DERECHOS: Manifiesto que tengo conocimiento sobre los derechos que me asisten para el tratamiento de los datos personales y de la información suministrada a la Universidad, los cuales son: (i) acceder en forma gratuita a los datos personales proporcionados a la Universidad; (ii) conocer, actualizar y rectificar la información personal; (iii) solicitar prueba de la autorización otorgada; (iv) ser informado sobre el uso de los datos e información autorizados; (v) presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio quejas sobre el tratamiento de los datos; y (vi) revocar la autorización otorgada o solicitar la supresión del dato cuando sea procedente.

Manifiesto que conozco que el canal de comunicación para el ejercicio de estos derechos es el correo electrónico usodedatos@javeriana.edu.co y que la Pontificia Universidad Javeriana Cali cuenta con una Política de Protección de Datos Personales publicada en su sitio web institucional. www.javeriana.edu.co

Puedo solicitar que cese el uso del material autorizado en cualquier momento. Puedo rescindir esta autorización hasta una fecha razonable antes de que el material sea utilizado, mediante solicitud escrita dirigida a *Isabella Mazuera Jiménez*, estudiante responsable del proyecto de grado "EL PLAN ME SUENA: Estrategia de comunicación para la promoción de los grupos estudiantiles de música de la Pontificia Universidad Javeriana Cali", al correo institucional correspondiente. isabellaazuera1904@javerianacali.edu.co.

Puedo inspeccionar u obtener una copia de los materiales cuyo uso estoy autorizando. Puedo negarme a firmar esta autorización. Tengo derecho a recibir una copia de este documento. Entiendo que no recibiré ningún tipo de compensación financiera por los usos académicos aquí descritos.

En mi calidad de representante institucional autorizo el uso académico de fotografías, videos, registros audiovisuales, piezas de comunicación e información institucional descritos en el presente documento, así como aquellos derechos patrimoniales que permitan su utilización para los fines académicos y de investigación aquí establecidos.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el día 08 del mes de junio de 2026.

Firma



Nombre completo

Andres Paredes Gallego

Cédula de ciudadanía 6387487

Cargo: Coordinador Agenda Cultural

Dependencia: Centro de Expresión Cultural –Vicerrectoria del Medio Universitario -
Pontificia Universidad Javeriana Cal