

Identificación del proyecto y de investigadores

1. Información de proyecto

Título del proyecto: Campañas distritales para la promoción de la cultura ciudadana en Bogotá: diagnóstico y estrategias para su implementación

Resumen: El objetivo de este proyecto se orienta en comprender el significado de ciudad y de cultura ciudadana a partir de las campañas de los gobiernos distritales de Bogotá en los últimos 20 años y su contrastación con las necesidades e intereses del joven ciudadano actual de las diferentes localidades. El marco reflexivo y comprensivo principal toma como referentes las campañas de gobierno distrital enfocadas en la cultura ciudadana de Antanas Mockus, los modelos teóricos sociológicos del neoinstitucionalismo y el derecho a la ciudad, así como el marco estratégico que brinda el marketing urbano. A partir de la metodología cualitativa y del método hermenéutico, se llevará a cabo la revisión documental de los referentes teóricos y las evidencias empíricas que sustentan las campañas distritales y con base en las sesiones de grupo focal se indagará en las necesidades e intereses del joven ciudadano actual, con el fin contrastar y proponer un modelo de campaña enfocada en cultura ciudadana.

Palabras clave: campañas distritales, cultura ciudadana, marketing urbano, ciudad, comunicación.

Pertinencia impacto social: Atendiendo al trabajo colaborativo e interdisciplinario, el semillero de investigación *neuroconsumer* de la Facultad de Mercadeo y el semillero *sociedad y consumo* de la Facultad de Sociología, aúnan esfuerzos e intereses para que en el marco de la convergencia y complementariedad entre enfoques, paradigmas y modelos, se pueda contribuir a la fundamentación de la línea medular Luis Joseph Lebre (economía y humanismo) y de la línea medular Bartolomé de las Casas (identidades culturales y justicia social) y a las líneas activas: conocimiento profundo del consumidor y de los mercados y a la línea subjetividades, acción colectiva y transformación social, con la generación de marcos comprensivos e interpretativos que fortalezcan el currículo y la investigación formativa de acuerdo a las nuevas tendencias y miradas que se proponen desde el marketing urbano y la sociología urbana frente al entendimiento del significado de la ciudad y de la cultura ciudadana, para el redescubrimiento de nuevos escenarios de mercado y de consumo, desde lo político, lo ideológico y lo urbano, oportunidades de investigación y generación de conocimiento desde ambas disciplinas, generando aportes significativos y mayor conciencia social y humana a las administraciones distritales futuras, a la empresa pública y privada y a la ciudadanía en general.

Nombre de la línea medular y articulación del proyecto con la línea: Luis Joseph Lebre (economía y humanismo), contribuyendo el proyecto con la comprensión del significado de imagen de ciudad y de ciudadano en el marco del marketing urbano y Bartolomé de las Casas (identidades culturales y justicia social), contribuyendo el proyecto en la reflexión de cultura ciudadana y la comprensión de la identidad a partir del sentido de ciudad y ciudadanía, tomando como referente las campañas de gobierno.

Nombre de la línea activa y articulación del proyecto con la línea: Por parte de la Facultad de Mercadeo, la línea conocimiento profundo del consumidor y de los mercados (grupo de investigación consumo y mercados), se articula el proyecto con la línea en la fundamentación de áreas emergentes como lo es el marketing urbano y a partir de ello el entendimiento de la ciudad como producto y del ciudadano como consumidor potencial y por parte de la Facultad de Sociología, la línea subjetividades, acción colectiva y transformación social (grupo de investigación conflictos sociales, género y territorio) se articula el proyecto con la línea en la comprensión y



reflexión que desde la sociología urbana se orienta hacia la cultura ciudadana y el concepto de ciudad-territorio. Ambos enfoques y perspectivas deberán contribuir a la formulación y el planteamiento de estrategias de campañas con orientación al ciudadano actual.

Productos comprometidos:

Productos resultado de actividades de apropiación social del conocimiento	Productos	Cantidad
Generación de nuevo conocimiento Apropiación social del conocimiento	Artículos de Investigación en revista Indexada en alguno de los índices bibliográficos referenciados por COLCIENCIAS.	2
	Participación en la modalidad de ponencia a nivel nacional.	2
	Participación en la modalidad de ponencia a nivel internacional.	
	Trabajo de grado de pregrado	1

Impacto proyectado sobre el currículo:

Tanto para los estudiantes pertenecientes a los programas de mercadeo como de sociología, el proyecto en mención aporta en la consolidación de la formación en el quehacer investigativo, así como en el fortalecimiento de redes académicas interdisciplinarias, así como en la búsqueda, análisis de la información, aplicación de técnicas, fomento del trabajo en equipo y la posibilidad de diálogo interdisciplinar generado para el análisis de un fenómeno concreto. Frente al currículo desde mercadeo aporta en los espacios académicos de psicología del consumidor, sociología del consumo, comunicación y relaciones públicas e investigación de mercados. Frente al currículo desde sociología aporta en los espacios académicos de teoría sociológica, sociología política y metodología de la investigación.

Impacto o articulación con programa de proyección social:

Para los semilleros *Neuroconsumer* y *Sociedad y Consumo*, el aporte de dicha propuesta a la proyección social es principalmente la reflexión y aporte a su territorio más cercano: la ciudad. Dicha reflexión se soporta en la comprensión de la cultura ciudadana, no solo desde el ámbito discursivo de los planes de gobierno, sino del aporte de los estudiantes en el diseño e implementación de una estrategia que posibilite la construcción de una cultura ciudadana que aporte a la comprensión de ciudad.

2. Identificación de investigadores (por favor diligencie esta información por cada uno de los investigadores vinculados al proyecto).

Nombres y apellidos: Carolina Garzón Medina

Tipo de vinculación al proyecto: Docente tutora

Tipo de vinculación institucional: Docente tiempo completo

Programa académico al que se encuentra vinculado: Mercadeo



Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: carolinagarzonm@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece: consumo y mercados

Horas nómina que se le asignarán: 10 horas semanales

Si ha tenido proyecto aprobado en convocatoria pasada FODEIN, responda:

Título del proyecto: Significados sociales y culturales que median en la experiencia multisensorial del sabor con respecto al consumo de marcas de alimentos en la categoría ponqués

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto: Convocatoria X-2016

Nombres y apellidos: Aidaluz Sánchez Arismendi

Tipo de vinculación al proyecto: Docente tutor

Tipo de vinculación institucional: Docente tiempo completo

Programa académico al que se encuentra vinculado: Sociología

Número y tipo de identificación:

Número de celular:

Correo electrónico: aidaluzsanchez@usantotomas.edu.co

Grupo de investigación al que pertenece: conflictos sociales, género y territorio

Horas nómina que se le asignarán: 10 horas semanales

Si ha tenido proyecto aprobado en convocatoria pasada FODEIN, responda:

Título del proyecto: Diálogos culturales en Villa de Leyva

Convocatoria en la que fue aprobado el proyecto: 2016

1. Identificación de estudiantes investigadores (por favor diligencie esta información por cada uno de los investigadores vinculados al proyecto).

Nombres y apellidos:

Número y tipo de identificación:

Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología

Semestre que cursará en 2017: VIII

Correo electrónico:

Nombres y apellidos: Monica Villota Cárdenas

Número y tipo de identificación:

Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología

Semestre que cursará en 2017: VIII

Correo electrónico:

Nombres y apellidos: Erika Johana Jejen Gil

Número y tipo de identificación:

Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología

Semestre que cursará en 2017: VII

Correo electrónico:

Nombres y apellidos: Juan Felipe Tovar

Número y tipo de identificación:



Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología
Semestre que cursará en 2017: IV
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Sergio Riaño Morales**
Número y tipo de identificación:
Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología
Semestre que cursará en 2017: IV
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Santiago Parra**
Número y tipo de identificación:
Programa en el que se encuentra inscrito: Sociología
Semestre que cursará en 2017: IV
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Lina Marcela Torres Alfonso**

Programa en el que se encuentra inscrito: Mercadeo
Semestre que cursará en 2017: VI
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Ingrid Cristina Rojas Polo**
Número y tipo de identificación:
Programa en el que se encuentra inscrito: Mercadeo
Semestre que cursará en 2017: VI
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Angie Tatiana Delgado Delgadillo**
Número y tipo de identificación:
Programa en el que se encuentra inscrito: Mercadeo
Semestre que cursará en 2017: VI
Correo electrónico:

Nombres y apellidos: **Kevin Espinel López**
Número y tipo de identificación:
Programa en el que se encuentra inscrito: Mercadeo
Semestre que cursará en 2017: VII
Correo electrónico:

2. Plan de formación del semillero (Describa con detalle, las actividades de formación que los estudiantes investigadores realizarían y reflexione acerca de cómo estas actividades permiten adquirir o fortalecer competencias para la investigación):

Las actividades de formación estarán centradas en:

- Manejo y búsqueda de base de datos
- Capacitación en uso de software (Atlas ti) para el análisis de investigación cualitativa.



- Escritura científica
 - Trabajo en equipo interdisciplinario
 - Aplicación de instrumentos de investigación: sesión de grupo focal
- Dichas actividades son necesarias para el buen logro del ejercicio investigativo, tanto por el manejo de herramientas que facilitan la labor, que requieren ser manejadas para ser competitivo en el ámbito laboral, así como las habilidades personales y disciplinares, para el trabajo en grupos de diferentes áreas, así como de la relación con otro tipo de poblaciones.

3. Pares académicos recomendados (debe recomendar al menos un par académico apto para evaluar los proyectos. Dado que el proceso de evaluación debe por principio ser transparente, el par académico que recomiende no debe tener conflicto de interés alguno para evaluar la propuesta. Tenga en cuenta el par que va a recomendar debe tener al menos título de maestría y contar con experiencia en el área o línea de investigación del proyecto).

Nombre del par: Diana Esperanza Oliveros Fortiche

Máximo título académico objetivo por el par: Magister en Estudios Culturales/ Candidata a doctor en antropología social y cultural. Universidad de Barcelona

Correo electrónico de contacto: deoliveros@gmail.com