	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	26/05/2020

1. FICHA TÉCNICA

Título

Diseño de aplicación para redescubrir lugares de Medellín por medio del consumo local y la apropiación ciudadana.


Programa Académico :	Diseño grafico
-----------------------------	----------------

Marque con una X la Modalidad de Trabajo de Investigación

Proyecto de Investigación	<input checked="" type="checkbox"/>	
Monografía	<input type="checkbox"/>	
Participación en investigación	<input type="checkbox"/>	
Línea de investigación: Diseño social		Código proyecto

Investigadores

Nombre	Cédula	Correo electrónico
Yudi Estefany Henao Duque	1.017.251.766	yudi.henaodu@amigo.edu.co
Diana Paola Jaramillo Mejía	1.128.282.665	diana.jaramillome@amigo.edu.co
Piedad Omaira Yepes	1.037.237.810	piedad.yepesar@amigo.edu.co

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	26/05/2020

Arbeláez		
----------	--	--

Asesor

Nombre	Institución	Correo electrónico
Verónica Morales	Universidad Católica Luis Amigó	veronica.moralesga@amigo.edu.co

Duración (meses)	
Palabras claves	Medios digitales, hábitos de consumo, consumo local, herramientas digitales, aplicación, plataformas digitales, cultura, apropiación ciudadana, sentido de pertenencia.


Posibles evaluadores

Nombre	Institución	Correo electrónico

INTRODUCCIÓN

Una cualidad necesaria para lograr un cambio significativo en la apropiación ciudadana es resaltar los lugares que son significativos y representativos de nuestra cultura. Una cultura cambiante, que se transforma para brindarle a la población local y extranjera lo mejor de nuestra ciudad, con espacios únicos, que nos llevan a redescubrir la riqueza de nuestra ciudad.


La globalización y la era digital que nos sume en el consumo masivo de experiencias por medio de la tecnología y especialmente medios digitales, nos lleva a buscar la

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	26/05/2020

articulación temática referida al ecosistema urbano con conocimientos del diseño gráfico, mediante el planteamiento de una aplicación móvil llamada *vamos pues*, creada con el fin de redescubrir lugares en las calles de Medellín, que representan la diversidad de nuestra cultura, la alegría y amabilidad de nuestra gente, pero además incentiva al consumo local y el disfrute de espacios únicos en nuestra ciudad.

Esta aplicación resalta la importancia de convertir las calles en el lugar donde las fronteras mentales ya no estén en estado de guerra con lo que fuimos, somos y seremos como ciudad. Nuestro estudio acerca de la falta de pertenencia por nuestro patrimonio e historia, tratara de generar una nueva percepción en los habitantes de la ciudad que los incentive a redescubrir lugares propios de nuestras calles, con una narrativa clara que ayude a comprender la deconstrucción y construcción de la ciudad reflejada en los lugares de encuentro social de Medellín

En esta investigación con ayuda de los instrumentos de recolección de datos, se identificaron diferentes aspectos como: hábitos de consumo, preferencias digitales, características del público de nuestra ciudad y características de los lugares representativos y disruptivos en las calles de Medellín; lo cual permite afirmar que, en el caso del público local, sí existe una preferencia por los lugares genuinos de nuestra ciudad. Además, se observa, que hay un intento de la economía local por mantenerse a la vanguardia, incluyendo herramientas digitales como las redes sociales, pero, después de analizar la respuesta del público joven, no está consiguiendo el logro esperado.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

PROYECTO

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO


2. 1. Planteamiento del problema

Vivimos en una época donde la globalización nos llevó a olvidar nuestras raíces y adoptar costumbres de otras culturas, tomando lo más llamativo de cada una y apropiándonos de ello. Pocos lugares inusuales en nuestra ciudad son populares, siempre estamos en búsqueda de un lugar más alternativo, de nuevos conceptos de entretenimiento introducidos en nuestra cultura, traídos de otro lugar del mundo. Dejé de sorprendernos lo nuestro, dejamos de disfrutarlo y nos apropiamos de costumbres que no pertenecen a nuestra cultura, pero que aun así las hicimos tan nuestras que creamos una versión particular.

Esto hace que, cuando queremos volver a nuestras raíces, a lo que realmente es nuestro, no lo encontremos. No hay un centro histórico en nuestra ciudad, hay muy pocos edificios antiguos que aún se conservan. Por esto, es importante convertir las calles de Medellín en el lugar donde las fronteras mentales ya no estén en estado de guerra, con lo que fuimos, somos y seremos como ciudad.

Nuestro estudio para redescubrir nuestra cultura y su historia, permitirá generar una nueva percepción en los jóvenes de la ciudad, por recorrer las calles y redescubrir lugares únicos, con una narrativa clara que incentive a comprender la deconstrucción y construcción de la ciudad.

El desinterés y desconocimiento de estos lugares causan el desplazamiento de los ciudadanos hacia otros espacios que generen estatus, bienestar, seguridad y entretenimiento de calidad. Dejando de lado el interés y la curiosidad por conocer más de nuestra historia, de lo que somos,

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


lo que nos representa y de lo que hacemos parte. Para dar paso a lugares más superficiales y comerciales en sectores populares de la ciudad donde no se incentiva el consumo local.

Todo esto, vinculado a malas experiencias de algunos visitantes en las calles de la ciudad como robos, raptos forzados de menores, prostitución, acoso sexual, generan un impacto negativo que opaca la riqueza cultural del espacio y su historia. Generando rechazo y falta de sentido de pertenencia entre las personas que visitan la ciudad y las que la habitan.

La desconexión de los ciudadanos con las calles de Medellín se refleja en el desconocimiento patrimonial de nuestra historia y cultura, generada por la inseguridad, malos hábitos, mendicidad, caos, contaminación y mal uso del espacio público. No solo por parte de los habitantes de la ciudad, sino también por visitantes y extranjeros.

Es por esto que es imprescindible, llegar a las personas que generan en gran medida el consumo de experiencias y lugares dentro la ciudad. Un público joven que se interesa por los espacios que representan la cultura de Medellín y resaltan el consumo local de pequeñas economías emergentes en nuestra sociedad, que aún no participan en la era digital.

Particularmente, hoy nos vemos afectados por una emergencia sanitaria generada por una pandemia mundial, que obligó a muchas de estas economías locales a desaparecer. Ahora nos enfrentamos a un nuevo comienzo, una nueva oportunidad de reinventarnos, donde nuestros medios de comunicaciones masivos son digitales y las pocas economías locales que lograrán sobrevivir se transformaron y se reinventaron mediante aplicativos móviles, redes sociales y sitios web.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

2.2. Pregunta de investigación


¿Cómo generar motivación en los jóvenes por medio del diseño gráfico, para redescubrir los lugares en las calles de Medellín y apropiarse de estos?

2.3. Justificación

Por medio de este trabajo se busca incentivar a los jóvenes a apropiarse de la ciudad y de las experiencias que pueden brindar ciertos espacios. En el caso de esta tesis tomamos como referente los lugares donde se comparte, se exponen y se enseña arte, acompañado de café, comida, bebidas y buenas charlas. Promoviendo el consumo de espacios locales en las calles de Medellín, en nuevas generaciones a través de medios digitales. Ya que, debido a los recientes cambios en los hábitos de consumo y la reinención de las pequeñas economías para subsistir en medio de la contingencia causada por la pandemia del COVID-19, es necesaria apropiación y el disfrute del consumo local y los lugares representativos de nuestra cultura en la ciudad.

Por otro lado se busca invitar a la transformación, a acoger las nuevas maneras de conocer la ciudad y nuestra cultura, a través de algo que une, como lo son los espacios que nos brinda la ciudad de aprender, disfrutar, experimentar, conocer y apropiarnos de nuestras calles por medio de la transformación digital. Para generar un cambio significativo, tomamos como herramienta los medios digitales, para desafiar las barreras mentales y socioeconómicas que en ocasiones impiden a las personas relacionarse, además del temor a conocer la esencia de las calles y su auténtica cultura.

Por medio de este trabajo se busca promover los lugares que aún no se han sumergido en la era digital, que son poco conocidos, pero que también son la base de la economía de Medellín. Para empapar a los jóvenes de la cultura y autenticidad que se vive en nuestras calles, es importante

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

conocer y redescubrir los lugares a los que pertenecemos y entender cómo y por qué se han venido presentando cambios a través del tiempo.


La desconexión de los ciudadanos con las calles de Medellín se refleja en el desconocimiento patrimonial de nuestra historia y cultura, generada por la inseguridad, malos hábitos, mendicidad, caos, contaminación y mal uso del espacio público en la ciudad. Todo esto, vinculado a malas experiencias de algunos visitantes como robos, rapto forzado de menores, prostitución, acoso sexual, generan un impacto negativo que opaca la riqueza cultural del espacio y su historia. Generando rechazo y falta de sentido de pertenencia entre las personas que visitan la ciudad.

Así, el presente trabajo permitiría mostrar el desarrollo de una aplicación móvil que satisfaga las necesidades de vivir experiencias en lugares de la economía local para las personas que habitan y visitan las calles de Medellín, con espacios que representan nuestra cultura. Identificamos los factores que influyen en la carencia de sentido de pertenencia y un consumo masivo de lugares y costumbres extranjeras que no nos representan, adoptadas por nuestra sociedad. De esta forma se busca incentivar el consumo local, la supervivencia de pequeñas economías y la prevalencia de nuestra cultura en los ciudadanos de Medellín, sustentada por un territorio.

2. 4. LIMITACIONES DEL PROYECTO

2. 4. 1. Tiempo

El proceso de investigación se consolida en cortos lapsos de tiempo, generando espacios de encuentros semanales con el asesor de proyecto donde se presentan adelantos y retrospectivas del avance. Además de una reunión semanal entre los estudiantes para discutir hallazgos, correcciones y generar los entregables que serán presentados al asesor.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

2. 4. 2. Espacio

El estudio del caso se realiza en la ciudad de Medellín, en recorridos de las calles y visitas a lugares específicos previamente consultados, con el fin de que cumplan las especificaciones requeridas para el proyecto.

2. 4. 3. Recursos financieros

Los recursos para el desarrollo del proyecto serán aportados por los integrantes de la investigación.


3. OBJETIVOS

3.1 GENERAL

Usar el diseño gráfico como herramienta para presentar a las personas lugares donde redescubren la ciudad y vivan una experiencia de apropiación incentivando el consumo local.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS


- Indagar cuál es la percepción y preferencia que tienen los jóvenes acerca de lugares donde vivencien experiencias de entretenimiento en contacto con otras personas.
- Llegar a los jóvenes de la ciudad por medio del uso de nuevas tecnologías y plataformas digitales como aplicaciones móviles.
- Fomentar en los jóvenes el interés de redescubrir lugares en las calles de Medellín, donde se puedan relacionar y tener experiencias de apropiación de la ciudad promoviendo el consumo local.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

4.1. MARCO CONCEPTUAL


- **Aplicación móvil:** Una aplicación móvil es un programa que usted puede descargar y al que puede acceder directamente desde su teléfono o desde algún otro aparato móvil – como por ejemplo una Tablet o un reproductor MP3. Tomado de <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>
- **Calle:** La palabra calle deriva del latín “callis” con el significado de vereda, designando el espacio público por el que circulan las personas en las ciudades, a pie o a bordo de algún otro medio de locomoción (bicicletas, motocicletas, automóviles, taxis o transportes públicos de pasajeros) para dirigirse a distintos puntos, existiendo edificios, públicos privados a ambos lados. Por debajo de ellas se extienden varios servicios como el de agua, luz, alcantarillado. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/calle>
- **Consumo local:** El consumo local es una herramienta coherente para el desarrollo equitativo de la sociedad; en el cual, sabemos de dónde vienen los materiales, sabemos quiénes son las personas que lo fabrican y quienes lo venden. Tomado de <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/consumo-local-alternativa-ciudad-competitiva.html>

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

- **Consumo masivo:** Los productos de consumo masivo se definen como productos de alta demanda. Son aquellos productos requeridos por todos los estratos de la sociedad, lo que motiva a la competencia entre las empresas de este sector por la captación de clientela, intentando diferenciarse ofreciendo alternativas, precios o agregados. Tomado de <https://www.iebschool.com/blog/productos-de-consumo-masivo-comercio-ventas/>
- **Costumbres:** Las costumbres son conductas repetidas que se transforman en hábitos y entonces se ejecutan de modo irreflexivo como si fueran parte de nuestras vidas. Algunas de ellas son saludables como por ejemplo la de saludar y ser amables, asearnos, limpiar nuestras viviendas, etcétera; otras son neutras sin calificación valorativa como el caso de tomar mate o juntarse con amigos para ver un partido de fútbol; y otras son malas, cuando ocasionan algún daño para quien la practica o para los demás, por ejemplo la mala costumbre de arrojar papeles en la vía pública, beber alcohol, fumar o la de decir groserías. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/buenas-costumbres>
- **Ciudad:** Una ciudad es el nombre que reciben los asentamientos urbanos de la población humana de una nación, es decir, los espacios urbanos densamente poblados y artificialmente modificados para albergar comunidades humanas, dotadas a su vez de funciones y atribuciones tanto políticas, económicas y administrativas. Tomado de <https://concepto.de/ciudad-2/#ixzz6NDSwYupk>


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

- **Cultura:** Cultura se refiere al conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento. Tomado de <https://www.significados.com/cultura/>
- **Economía local:** La economía local, se enfoca a la producción, distribución y consumo que se producen dentro de una comunidad local, como en una ciudad. Tomado de <https://prezi.com/uadwbchfeddm/43-economia-global-vs-economia-local/>
- **Era digital:** La denominada Era Digital, se refiere a la época actual que ofrece un espacio virtual conocido como Internet. Este espacio se caracteriza por la velocidad de las comunicaciones que ha transformando el entorno social en el que vivimos, hasta nuestra forma de interactuar. Es debido al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que se suelen acuñar y difundir nuevos conceptos, algunos de los cuales simplemente se les añade el calificativo de digital. Tomado de <https://journals.sfu.ca/doxa/index.php/doxa/article/viewFile/34/28>
- **Experiencia:** La palabra experiencia proviene del vocablo latino “experiri” cuyo significado es comprobar. La experiencia es siempre práctica, y consiste en


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

verificar sucesos o adquirir conocimientos y habilidades por la vivencia de los mismos. Un conocimiento experimental es aquel que se comprueba mediante resultados observables. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/experiencia>

- **Generación digital:** Es aquella que ha convivido de forma natural con las nuevas tecnologías, que las utilizan en su día a día para la comunicación, la formación y el entretenimiento, y lo más importante, que entienden las redes digitales como oportunidades y forma de vida. Tomado de <https://www.marketingdirecto.com/>
- **Mercado digital:** Un marketplace o Mercado Digital es un espacio virtual utilizado por otras empresas para realizar sus ventas online. La gran diferencia en eCommerce es que, a través de este medio, un negocio no necesita establecer su propia tienda en línea. Quizás una descripción más simple es si visualizamos el Marketplace como un centro comercial virtual. El centro comercial ofrece un espacio a cada tienda para que puedan promocionar sus productos como ellos crean conveniente, pero todo dentro de la infraestructura del mismo mall. De la misma manera funciona un Marketplace y es una alternativa que debe considerar si desea ingresar en el mundo de las ventas en línea. Tomado de <https://www.vexsoluciones.com/ecommerce/que-es-un-marketplace-o-mercado-digital/>


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

- **Multicultural:** Es la existencia de varias culturas que conviven en un mismo espacio físico, geográfico o social. Abarca todas las diferencias que se enmarcan dentro de la cultura, ya sea, religiosa, lingüística, racial, étnica o de género. Tomado de <https://www.significados.com/>
- **Plataforma digital:** Son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa. Las plataformas digitales son ejecutadas por programas o aplicaciones cuyo contenido es ejecutable en determinados sistemas operativos, ya sean contenidos visuales, de texto, audios, videos, simulaciones, etc. Tomado de <https://www.rankia.co/>
- **Periferias:** El término Periferia tiene su origen etimológico del latín Peripheria, aunque con antecedentes en la lengua griega. El concepto refiere a aquello que rodea un cierto centro, como una zona determinada, un contorno o un perímetro. El uso más frecuente de la noción está vinculado a la geografía y a la organización urbana. Se entiende que la periferia es la región que está en los alrededores de un cierto centro. Tomado de <https://www.ecured.cu/Periferia>
- **Pertenencia:** Es el hecho o la circunstancia de formar parte de un conjunto, ya sea un grupo, una comunidad, una organización, una institución, etc. Tomado de <https://definicion.de/>

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

Se denominan en Sociología grupos de pertenencia, aquellos en donde quienes los integran tienen un sentido de ser parte de ellos, se sienten integrantes activos, valorados por los otros miembros del grupo como integrándolo, conocedores de sus fines, y los medios para lograrlos, aunque a veces no se compartan. Integrar un grupo de pertenencia no depende a veces de nuestra voluntad sino de criterios de objetividad: parentesco, nivel patrimonial, grado de poder, etcétera. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/grupo-de-pertenencia>

- **Reactivación:** En principio resulta sencillo distinguir entre reactivación y fundación. En ambos casos se acuerda iniciar la actividad social, pero mientras en el segundo se constituye un nuevo ente para emprender dicha actividad, la reactivación consiste en el retorno a la misma tras el paréntesis de la liquidación. Fundar es crear ex novo; reactivar es retornar a la vida activa. Tomado de <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/concepto-reactivacion-derecho-sociedades-330516>
- **Redescubrir:** Volver a sentir interés por algo o alguien que se había olvidado. Tomado de <https://dle.rae.es/>
- **Territorio:** En las sociedades humanas, el territorio de un país es aquel espacio geográfico, constituido por tierras, aguas y espacio aéreo, como espacio natural donde se asientan las comunidades humanas que lo transforman, delimitado por fronteras naturales, por convenciones o por tratados, sobre el cual los poderes del

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

mismo ejercen su soberanía y aplican sus normas, convirtiendo al territorio en un espacio político. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/territorio>


- **Transformación:** Las transformaciones sociales son los cambios que se operan en el medio socio cultural a través del tiempo, modificándose sus usos y costumbres, y sus valores. Tomado de <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/transformacion>

4.2. MARCO TEÓRICO

Para esta investigación es importante tener en cuenta varios conceptos los cuales nos van a servir para contextualizarnos a cerca de que es una ciudad, lo que pasa en ella, los procesos que puede tener en su transformación y el comportamiento de los actores que la habitan, para entender esto tomaran en cuenta varios autores que manejan los siguientes conceptos.

Ciudad

Dentro del contexto general el término ciudad se entiende por ser un espacio que por su densidad demográfica cuenta con varios ámbitos como políticos, económicos, sociales y culturales. Es por esto que toma relevancia las palabras del autor Manuel Delgado en su libro el animal público. (1999) “Una primera acotación distinguiría entre la polis y la urbes. La primera corresponde a la ciudad concebida, diseñada y proyectada por los diferentes órganos: políticos, arquitectos, urbanistas, etc., mientras que la segunda sería la ciudad practicada, usada, paseada.” Esto nos lleva a esclarecer la diferencia entre una ciudad planeada desde entes políticos y arquitectónicos y por otro lado el uso que los actores le dan a la ciudad. Es importante entender


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

esta diferencia puesto que nos ayuda a percibir con más claridad la naturalidad con la cual sus ciudadanos se relacionan entre ellos mismos y los espacios.

Entendiendo el tema de la ciudad y el desarrollo urbano como una mezcla de diferentes características que se complementan y que por medio de la existencia de un gran número de personas se crea lo urbano, se trae a colación el autor Delgado. (1999) “Lo urbano, en cambio, es otra cosa: un estilo de vida marcado por la proliferación de urdimbres relacionales deslocalizadas y precarias.” Teniendo en cuenta lo anterior se podría decir que lo urbano es formado por el común de la gente del pueblo, ya que estas personas constituyen gran porcentaje de la urbe y por su contexto social hacen se creen diferentes interacciones entre la ciudad y lo popular.

Al hacer referencia a lo urbano, no podemos dejar de lado el comportamiento de los individuos que hacen parte de este ecosistema, el cual puede verse influenciado por diferentes aspectos, uno de los más importantes es la globalización. Que genera nuevas maneras de conducta en cada individuo y también afecta en la manera de relacionarse como sociedad, llevando a cambios de personalidad, de costumbres y abriéndose camino hacia nueva información y nuevos aprendizajes. Santoni M. afirma que la globalización también puede llegar a intervenir en procesos de ámbito laboral y jurídico; “La globalización introduce modificaciones en el ámbito laboral, en el ordenamiento jurídico y en las relaciones sociales. Esto genera nuevas formas de lazo social, las cuales a su vez tendrán efectos subjetivos.” Santoni M. (2009)

En Medellín podemos evidenciar los cambios en los comportamientos sociales influenciados por la globalización. Cada generación se adapta y mejora las maneras de relacionarse, hace algunas décadas los medios tecnológicos eran delimitados, lo que lograba que las relaciones fueran más directas, obligando a la gente a visitar los lugares de la ciudad, ya fuera para reuniones formales, de negocio, o salidas de ocio.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


Hoy en día tenemos medios de comunicación inmediatos, y como herramienta tenemos el Internet, la cual conlleva a que las personas no necesariamente se tengan que trasladar a los lugares de encuentro, y también reduce el interés de conocer un sitio o un evento, a tal punto que prefieran hacerlo a distancia y juzgarlo por experiencias ajenas.

En el año 2019 Hilderman Cardona y su compañera Nora Vargas hablan del proceso que hay detrás de la transformación de un espacio. “El proceso de urbanismo, consecuentemente, no sólo implica por lo tanto el crear estructuras en concreto, ni una pavimentación de los espacios que ya existían sino también de generar una serie de comportamientos que vayan en el mismo sentido al transformarse los espacios.” Cardona. (2016). Este proceso no solo se trata de transformar o construir nuevas estructuras sino de lo que viene detrás de este cambio. Después de que se realice una transformación en algún espacio urbano, tomando como ejemplo una plazoleta, tiene varias etapas en las cuales interviene el ecosistema de este lugar, primero las personas que suelen concurrirlo, segundo las actividades que normalmente se llevan a cabo en dicho lugar. Todo esto puede variar alrededor de si se cambia o no la temática o la fluidez natural que se tiene como tradición en dicho sitio. Cardona. (2016).

Cambio de lo propio por lo nuevo

“La movilidad y la circulación tanto de sujetos, como de hábitos y dispositivos tecnológicos propios del capitalismo, en la ciudad de Medellín constituyen

Imperativos del progreso que irrumpen sobre un nuevo orden del imaginario social ligado a la modernidad maquina del capitalismo” Cardona-Rodas, H., & Cardona Arboleda, J. (2006), Se refieren a los cambios de cultura y costumbres que ha sufrido Medellín como ciudad cuando se le


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

empezó a dar relevancia a lo tradicional y se fue transformando con estilos de vida y referentes provenientes de lugares del exterior.

Medellín es una ciudad construida desde ideales de innovación, una ciudad pensada para sobresalir entre todas las demás del país, y es este aspecto el que interfiere el camino a la construcción de una ciudad más fluida y con aspectos más propios; No se busca exponer este punto de manera negativa, lo que se busca es resaltarlo como razón por la cual los habitantes y dirigentes de la ciudad se plantearon como meta hacerla crecer con base en ideales netamente de venta. Esto género que los ciudadanos no tengan un conocimiento de la Medellín tradicional que era hace algunas décadas, y por este mismo desconocimiento se pierde la apropiación y el sentido de pertenencia hacia la historia de la ciudad, como lo afirmo Vargas Zuluaga, N. (2016). Coreografías urbanas del desprecio. “Una producción de ciudad como marca según los imperativos de la globalización, lo cual imposibilita de construir una identidad de ciudad que parta del reconocimiento y valoración de las singularidades locales.”

Villa Holguien, E., Isuasty Rodriguez, A., (2014 a), Capital, sujeto y ciudad: Lecturas de la ciudad y la crisis humanista – el caso Medellín. El Agora, 14 (1), 87-96.


Con respecto a los movimientos y la planeación que ha tenido la economía de Medellín, se puede decir que se ha hecho énfasis en el crecimiento de negocios para el comercio internacional, poniendo debajo de esto los intereses y la economía de la misma población de la ciudad. Medellín está pensada y está idealizada para ser una ciudad en donde se potencie las economías internacionales tal como lo afirman Edison Villa y Alonso Insuasty en su investigación Capital, sujeto y ciudad: Lecturas de la ciudad y la crisis humanista – el caso Medellín. (2014) “Medellín, la ciudad del *reality* y de la pasarela, ha querido y quiere ingresar a las grandes ligas de las ciudades estado y por supuesto el precio será alto, pues se quiere reafirmar y legalizar un

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

modelo hegemónico de ciudad, que juegue en el libre comercio, indiferente a la concertación con la población, definiendo por decreto, la planeación del territorio, el desarrollo social y la proyección futura de la población en general, dándole paso a la exclusividad de los negocios del comercio internacional y al consumo de enlatados que traen las cadenas de mercaderes de la globalidad del norte.”

El lado negativo de esta potenciación de la ciudad hacia mercado extranjeros es que se queda atrás lo propio, los negocios típicos que han sobrevivido al pasar de la épocas en la ciudad, se traen nuevos modelos de negocio pero se olvidan los que ya tenemos y esto es un factor importante por el cual las personas ya no sienten esa pertenencia por los espacios de la ciudad, por los negocios que han sobrevivido a través de la historia y que quizás han buscado reinventarse pero aun conservando la esencia que son.

Desde los años 80 hasta el día de hoy, Medellín, especialmente el sector del centro ha sufrido grandes cambio gracias a la globalización, lo cual ha generado una disputa por el espacio público entre actores que priorizan la necesidad y otros que buscan privilegios económicos a raíz del mercadeo. Lo que obliga a implementar acciones de control. En relación con el manejo de esta problemática Marcela Vergara Arias, M. (2009). Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público el caso de los bazares populares de Medellín. Dice: “En este sentido, la planeación es una estrategia para legitimar y proyectar los intereses de los agentes que se encuentran en posiciones privilegiadas. A partir de allí, se crean los lugares comunes o simbólicos del espacio público y se crean los instrumentos que regulan las acciones y las prácticas de los demás agentes.”


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

La inseguridad

El problema de inseguridad en las calles de Medellín, no es nuevo para ningún habitante o visitante de nuestra ciudad. Hemos sido tachados por la cultura del narcotráfico y la prostitución, como un lugar de libertinaje donde además se debate entre la violencia de bandos armados. Es por esto, que desde el Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad, se busca orientar de mejor manera el desarrollo y sostenibilidad. A pesar de todos estos cambios que se vienen dando en el territorio desde hace una década no se ha podido inculcar en la sociedad valores como la empatía y el respeto por la soberanía, los individuos de la sociedad no están pensando aun colectivamente, no piensan como sociedad. Por lo anterior es que se ven casos de inseguridad en las calles y en la mayoría de estos se puede notar la falta de respeto por la soberanía y la empatía que no se refleja en las multiplicidades de la sociedad. “No funciona, ante todo, porque el problema de las multiplicidades es un problema con el que ya tropezamos en relación con la soberanía y la disciplina.” Foucault, M. (2016) Seguridad territorio y población.

Comportamiento de atmósfera comercial


Según Jemio Arnez. K, el comportamiento de relaciones comerciales es un aspecto que tiene relevancia en la manera en que se va formando la percepción de los lugares por parte de las personas que los visitan: “Las relaciones comerciales también contribuyen a la formación de la percepción del paisaje observado por parte del turista a partir de la oferta comercial existente.” Jemio Arnez, K., (2013), Vitalidad y ambigüedad de espacios turísticos en el destino de usuarios: Centro de Medellín. Esto influye en la manera en que se puede popularizar ciertos lugares gracias una buena atención o una buena relación entre consumidor y vendedor, esto también cambio en la atmosfera social y económica no solo del sitio comercial sino también a la zona.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

Nuevas formas de comunicación

Mamani Solis E dice en su trabajo de Spotify como nuevo modelo de consumo musical en el público millennial. (2019). nos habla del cambio que se presenta actualmente en las formas de comunicarse y lo rápido que estas tecnologías avanzan, generando una alternativa más eficiente y logrando que su consumo sea masivo; Mamani Solis E. en su trabajo de investigación Spotify como nuevo modelo de consumo musical en el público millennial. (2019). Afirma que la mejor manera de estar presente en un público es la vanguardia y en su trabajo de investigación expone el caso de Spotify “En la actualidad está cambiando la forma de comunicarse, estar a la vanguardia es la clave para seguir presente dentro del público, pero a pesar de ello, podría suceder que una forma tradicional de comunicarse como la radio pueda ser superada por un formato como Spotify”.


Estas nuevas herramientas de comunicación tienen varios factores importantes que hacen que sean atractivas en la actualidad, son inmediatas, evitan desplazamiento, evitan el contacto, presentan un medio de entretenimiento más práctico y fácil de adquirir. Esto lo podemos resumir diciendo que esta nueva aplicación puede superar a la radio tradicional ya que no se necesitan de intermediarios para escuchar lo que más nos guste, simplifica el hecho de escucharlo o verlo cuando queramos y las veces que queramos, por lo que el contacto que se tenía cuando se llamaba a una emisora y se pedía una canción se evita en su totalidad, como también las pautas comerciales que a veces se pueden volver cansonas. Estas son solo algunas de las ventajas que podría tener una aplicación como este sobre una tradicional como lo es la radio.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

5. METODOLOGÍA

En el desarrollo de este proyecto, utilizamos la metodología cuantitativa, usando en primera instancia la herramienta de las encuestas, que es un método preciso y delimitado, que nos permitirá por medio de variables lo más exactas y concretas posibles el entendimiento del fenómeno a través de ciertas dimensiones consideradas como significativas por estudios previos. Permitiendo así la construcción de una realidad objetiva, donde el sujeto de estudio es receptivo, generando una relación sujeto-objeto libre de valores donde el resultado no son juicios ni percepciones, sino que por el contrario corresponden a la construcción de una realidad compartida que se convierte en una verdad y como fin último en una orientación a la respuesta que buscamos.


En la primera fase de nuestra investigación realizamos una prueba piloto con 100 personas que viven en Medellín, quienes por medio de una breve encuesta manifestaron su opinión acerca de las calles de la ciudad y su relación con los medios digitales. La encuesta constó de 15 preguntas, algunas con múltiple opción de respuesta otras formuladas como preguntas abiertas de respuesta corta. Esta primera encuesta nos sirvió de guía para saber la percepción que tiene la gente sobre la ciudad, y poder así identificar la mejor forma de llamar la atención del público para incentivarlos a redescubrir la ciudad. Detectando que a la gente le podría interesar saber de la historia, tradiciones, y cultura de una forma diferente a la de escuchar una exposición extensa y tediosa, por lo que surgió la idea de buscar sitios de la ciudad que pudieran reflejar en la gente un concepto urbano, con muestras de cultura, e historia muy de nosotros, y a la vez brindar un espacio donde se pueda consumir un buen café, una buena comida, tomarse algunos tragos y disfrutar de una conversación.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


Quedando claro lo anterior se diseñó una segunda encuesta con la cual se buscaba recolectar datos sobre el comportamiento de las personas al usar herramientas digitales como las aplicaciones móviles y el tipo de lugares que frecuentan en la ciudad para ocio y esparcimiento. A partir de esta información, se percibe la oportunidad de implementar un cambio en cuanto al producto final, ya no será solo una guía que muestre los lugares propios de nuestra ciudad, sino que se busca ofrecer algo más a las personas, una guía con la cual los usuarios puedan establecer una relación de primera mano con los lugares y la atmósfera que cada de uno de estos espacios tiene para ofrecer.

5. 1. Encuesta

1. Edad
2. Sexo: masculino / femenino / indefinido
3. Ocupación: trabajo / estudia
4. Estrato: 1/2/3/4/5/6
5. A qué lugares prefiere ir para socializar los fines de semana: bares/ cafés/
exposiciones de arte/ aire libre
6. Que lugares de esparcimiento enfocados al arte conoce en Medellín

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

7. En qué cualidades te basas para elegir un lugar: que esté de moda/ precios/ música/ muestras artísticas
8. Qué sueles hacer más: ir siempre a los mismos lugares/ suelo probar nuevos lugares
9. Cuentas con un celular inteligente: si/no
10. Que cantidad de aplicaciones tienen en su celular fuera de las que son de fábrica:
 - 0 a 3
 - 4 a 6
 - 7 a 9
 - 10 o más
11. Seleccione la categoría de aplicaciones que tiene en su móvil actualmente.
 - Juegos
 - Compras
 - Deportes
 - Educación
 - Finanzas
 - Otros: cual

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

12. Qué características considera importantes a la hora de descargar una aplicación.

(puede elegir más de una)

-Facilidad de uso

-Accesibilidad (la comodidad que supone poder acceder a ellas en cualquier momento o lugar)

-Me entretienen

-El diseño de la aplicación

-La posibilidad de interactuar con otros usuarios a través de la aplicación

-Utilidad

-Fiabilidad

-Proporcionan información

13. ¿De dónde acostumbra descargar las aplicaciones?


-App store (Apple)

-Play store (Android)

-Google play

14. ¿Considera una buena opción descargar aplicaciones nuevas o desconocidas para revisar su desempeño y utilidad?

-Si

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

-No

15. Que tanto le interesa una aplicación para encontrar lugares de esparcimientos en la ciudad de Medellín:

-Mucho


-Más o menos

-Nada

5. 1. 1. Resultados

La encuesta tuvo un total de 112 participantes entre 16 y 61 años de edad; El 50,9% fueron hombres y el 49,1% eran mujeres, En las ocupaciones el 89,3% son personas que laboran y el 10,7% son estudiantes. Los tres mayores porcentajes de estratos socioeconómico de los resultado fueron: Estrato 2 con un 18,8%, estrato 4 con 22,3% y estrato 3 con 46,4%.


Los lugares a lo que más prefieren asistir las personas encuestadas fueron: En primer lugar lugares al aire libre que tuvo un porcentaje de 73,2%, en segundo lugar fueron cafés con un porcentaje de 15,2% y el tercer lugar lo ocupan los bares con un 8,9%. Para dar paso a la pregunta de qué cualidades son las que prefieren de los sitios a los que eligen fueron las siguientes: La cualidad con mayor votación fue Muestras artísticas con 42%, la segunda cualidad más votada fue música con 39,3%, en el tercer lugar está la cualidad de precios con un porcentaje de 31,3% y la última cualidad fue un lugar que esté de moda con 17,9%.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

Un 58% de los encuestados dijeron que suelen probar lugares nuevos y un 42% dicen que suelen asistir al mismo lugar, el 97, 3% de los encuestados cuentan con celular inteligente. A la pregunta de la cantidad de aplicaciones que tienen en su celular los resultados fueron los siguientes: De 0 a 3 un 9,8%, de 4 a 6 con un porcentaje de 36,6%, de 7 a 9 con un 20,5% y de 10 a más aplicaciones un 33%.

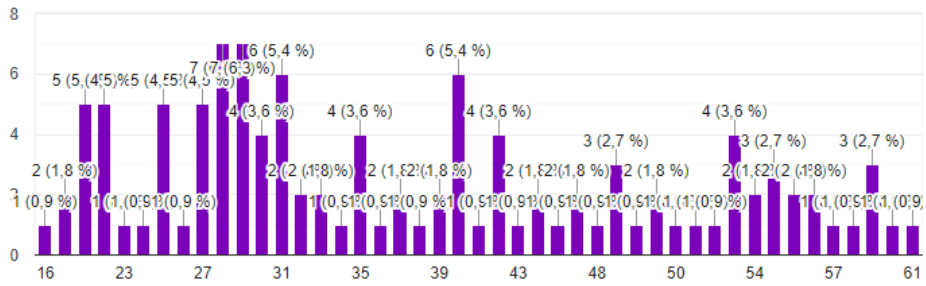
En el tipo de aplicaciones más usadas las respuestas más recurrente fueron: Juegos 56,3%, compras 54,5%, deportes 32,1%, educación 57,1% y finanzas con 40,2%. En la pregunta de las características que consideran importante para descargar aplicaciones, así fueron los resultados: Utilidad 76,8%, Fácil uso 60,7%, Accesibilidad 42,9%, fiabilidad 40,2%, proporciona miento de información 36,6%, entretenimiento 27,7%, diseño de la app 15,2% y otros 16,1%. La plataformas que usan para descargar aplicaciones: App store 28,6% y play store 66,1%.

Para finalizar estos fueron los porcentajes de la pregunta en donde nos cuentan si tienen interés en nuevas apps para encontrar lugares de esparcimiento en la ciudad, Los resultados fueron: Mucho 75,9% y más o menos 21,4%.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

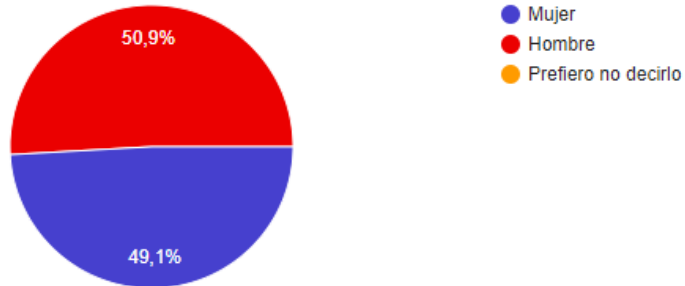
Edad


112 respuestas



Genero

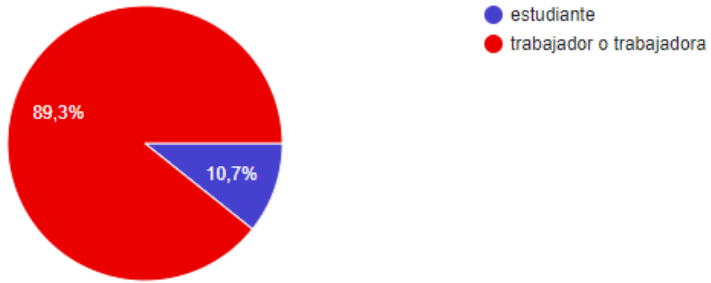
112 respuestas



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

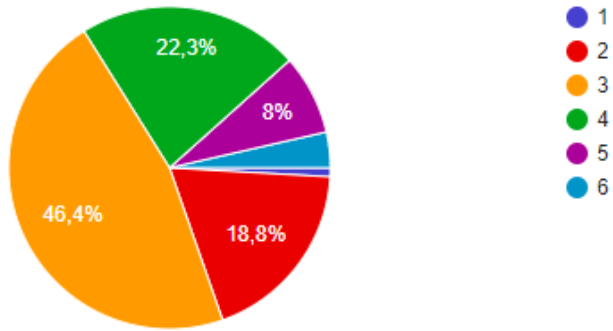
Ocupación


112 respuestas



Estrato

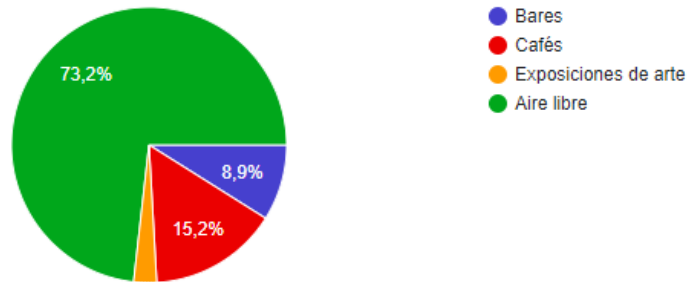
112 respuestas



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

¿A qué lugares prefiere ir, para socializar los fines de semana?


112 respuestas



Que lugares de esparcimiento enfocados al arte conoce en Medellín

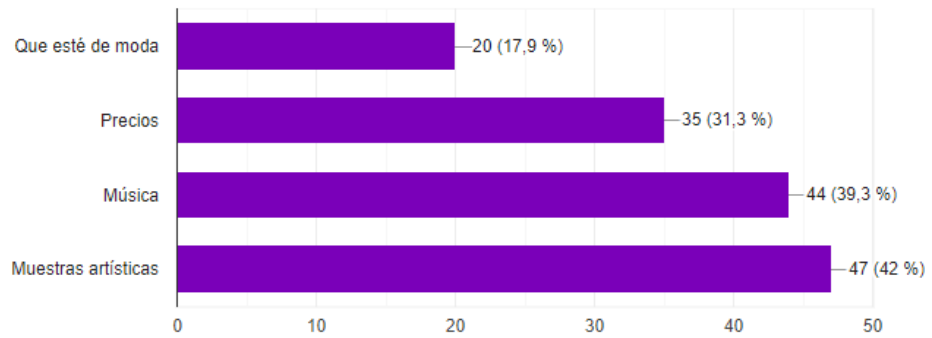
112 respuestas

- Ninguno
- Museo de arte moderno
- Museo de Antioquia
- Museo de Antioquia
- MAM
- Museo de Antioquia
- Parque explora
- Museos
- Plaza Mayor

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

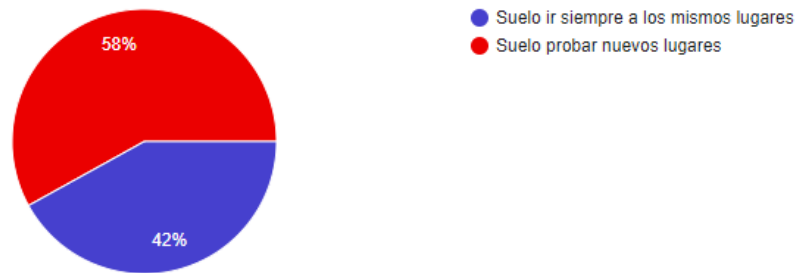
¿En qué cualidades te basas para elegir un lugar?


112 respuestas



¿Qué sueles hacer más?

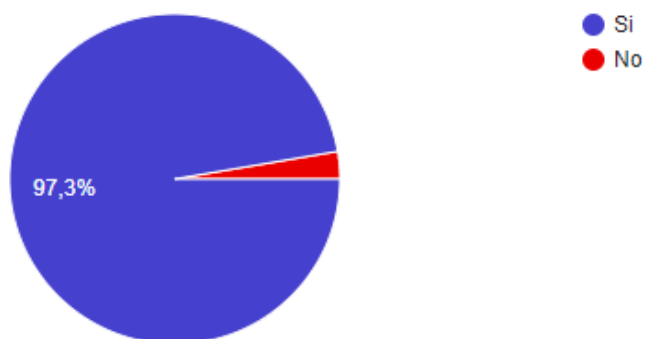
112 respuestas



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

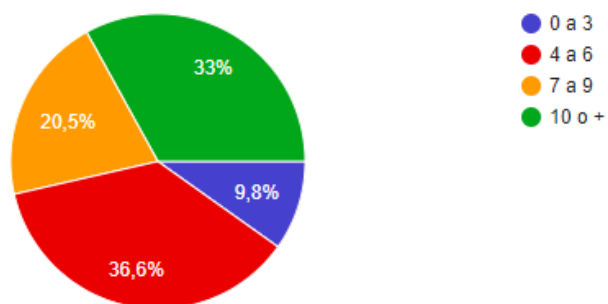
¿Cuentas con un celular inteligente?


112 respuestas



¿Que cantidad de aplicaciones tienen en su celular fuera de las que son de fábrica?

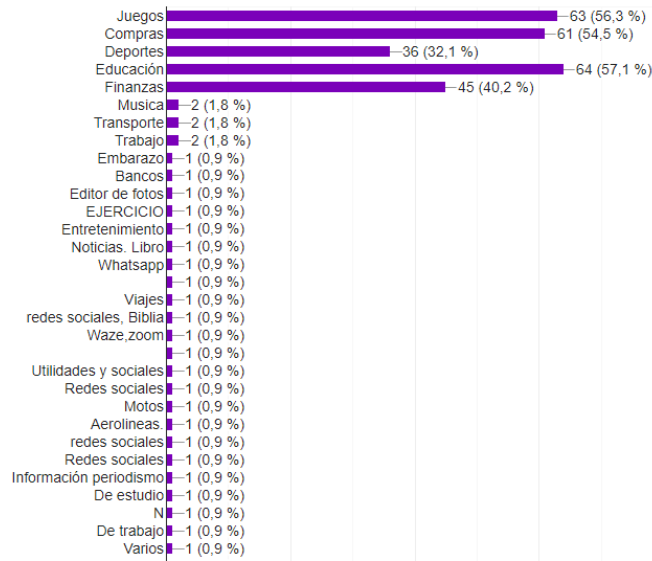
112 respuestas



	PROPUESTA DE	Código	
	TRABAJO DE	Versión	01
	INVESTIGACIÓN	Fecha	12/05/2020

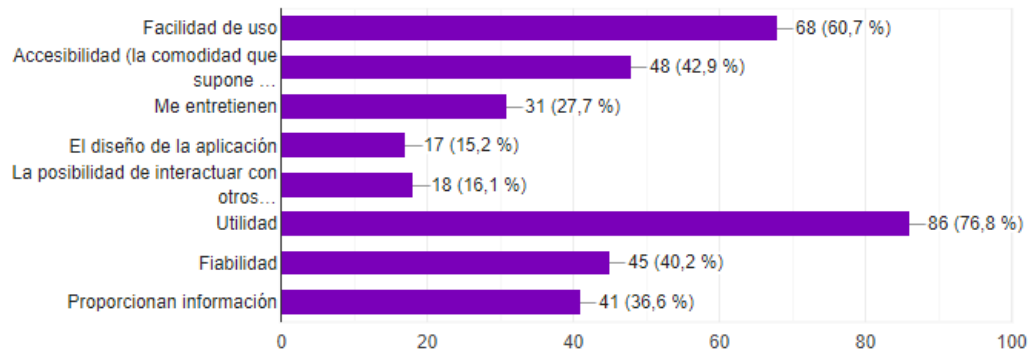
Seleccione la o las categoría de aplicaciones que tiene en su móvil actualmente.


112 respuestas



¿Qué características considera importantes a la hora de descargar una aplicación?

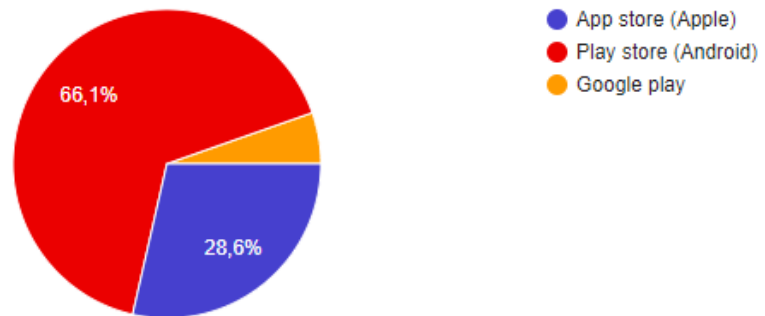
112 respuestas



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

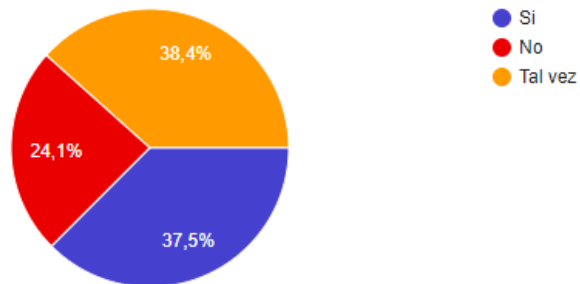
¿De dónde acostumbra descargar las aplicaciones para su celular?


112 respuestas



¿Considera una buena opción descargar aplicaciones nuevas o desconocidas para revisar su desempeño y utilidad?

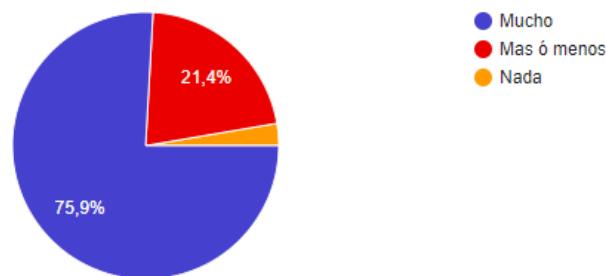
112 respuestas



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


¿Que tanto le puede interesa una aplicación para encontrar lugares de esparcimientos en la ciudad de Medellín?

112 respuestas



Con los resultados obtenidos en esta encuesta se toman varias decisiones importantes en este proyecto:


- Se puede inferir la gran acogida que tienen los teléfonos inteligentes en las personas de todas las edades y se toma esto como una opción para la creación de una herramienta digital.
- Se identificó que la mayoría de personas encuestadas prefieren probar lugares nuevos y por esto se piensa en resaltar algunos lugares de la ciudad que puedan brindar una experiencia única y que al mismo tiempo sea propia de cada sitio.
- Se opta por crear una aplicación para Android ya que es la plataforma más usada para que las personas descarguen las aplicaciones y además de esto se pudo concluir la gran acogida que tienen el uso de las aplicaciones móviles en la actualidad.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

5.2 Lugares de la ciudad

A través de diferentes recorridos que se realizaron en las calles, se preseleccionaron 10 lugares que cuentan con las especificaciones para resaltar la riqueza cultural de nuestra ciudad. Espacios únicos, nacidos en Medellín, que ofrecen no solo buena comida, sino que también ofrecen experiencias únicas como una piscina de pelotas, cine, trueque de libros, shows de *stand up comedy*, cata de cerveza y café.

1. **El Social:** Un espacio para tardear, escuchar música colombiana y disfrutar comida tradicional a son de una buena tertulia y un tinto envenenado (con dosis de licor), como dicen los abuelos antioqueños.
2. **KJOTA:** Es un café galería para disfrutar de talleres en múltiples áreas manuales como ilustración, acuarela, lettering y comprar artículos diseñados por artistas locales.
3. **La octava:** Un bar muy particular para disfrutar de buena música, buenos tragos y una experiencia diferente, que es una piscina de pelotas que saca de cada uno el niño que lleva en el interior.
4. **20 Mission:** Una cervecería artesanal que crea espacios de reunión en torno a la gastronomía y el arte.
5. **Desarrolladores de café:** Un lugar que te permite hacer tu propio café como un profesional, disfrutar de comida vegana y cócteles creativos.
6. **360° azotea:** La mejor vista de las calles de Medellín en un barrio popular, para disfrutar de una gran experiencia gastronómica.
7. **Madremonte:** Un espacio con shows de *stand up comedy* donde su fórmula se convierte en la combinación perfecta de risas, cerveza artesanal y amigos.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

8. **La Pascasia:** El lugar ideal para ver una película de cine alternativo o escuchar un buen concierto de jazz disfrutando del mejor café.
9. **Nueve tres cuartos:** Es un *coffe shop* donde se realizan trueques de libros con los espacios más cómodos y particulares para trabajar fuera de la oficina.
10. **Naturalia café:** Para ver películas en un lugar alternativo donde te puedas reír, gritar y llorar sin temor.

6. DESARROLLO

Para la construcción de esta aplicación móvil se usó el programa Adobe XD, las características principales e importantes de esta APP son la usabilidad la cual le permite al usuario tener una buena experiencia durante la navegación.

Línea gráfica

Colores: Cálidos


Representan la alegría y el ambiente de las calles de Medellín

Elementos: Escultura y collage

Estos elementos son representativos de la cultura paisa tradicional, el collage hace referencia esa multiculturalidad con la que cuenta la ciudad.

Tipografía: San Serif redondeada y manuscrita

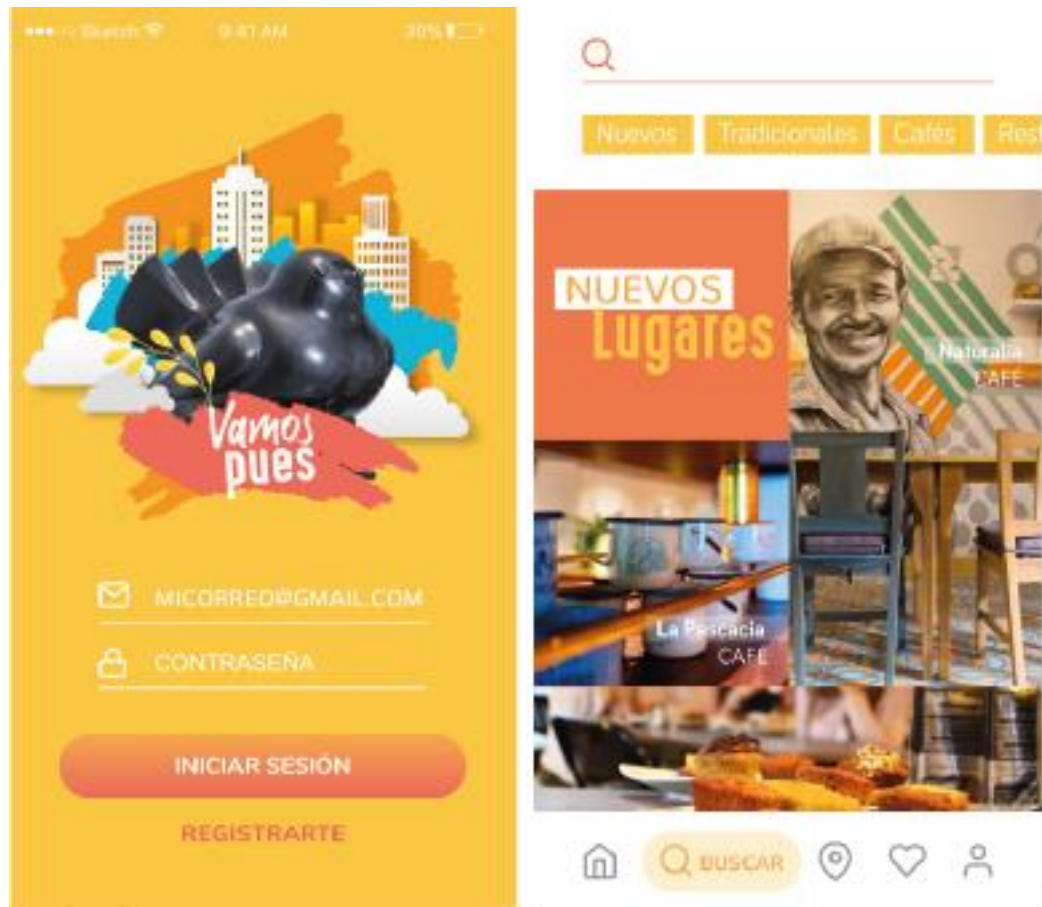
La tipografía san serie permite que sea mucho más legible los textos que se encuentran en la app y la manuscrita lo que hace es evocar la cultura callejera y del grafiti


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

Fotografía: Lugares de la ciudad, rostros

Es necesario presentar un primer vistazo a las personas de los lugares que se quieren impulsar, Los rostros no muestran la cotidianidad de los lugares.

Por la emergencia sanitaria y a las medidas tomadas al respecto por el COVID- 19, no nos fue posible asistir a los lugares y tomar fotografías propias, por esta razón estas imágenes fueron tomadas de Tripadvisor, Google map y de sitios web correspondientes a cada espacio, las imágenes son usadas con fines académicos y no son para uso comercial.



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020


7. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este proyecto profundizamos en la historia de la economía de la ciudad, en las experiencias y percepciones que tienen sus habitantes, en las realidades que se pueden ver en la calle desde diferentes puntos de vista, tanto de los comerciantes, como de los consumidores.

Hemos podido observar que a pesar de ser Medellín una ciudad de más destacadas del país, es una ciudad que está tomando constantemente referentes del exterior, lo que genera que las personas estén dejando atrás lo que verdaderamente hace parte de la tradición de la ciudad. Las personas están migrando a los establecimientos y lugares que en estos momentos no representan esa cultura local.

Con la información de las encuestas recolectamos datos que nos sirvieron de guía para la construcción de una *app* que cumpliera con las características e intereses del público y poder así hacerla más completa y llamativa para poder generar un buen impacto y aceptación sobre esta.


Evaluamos y creamos una herramienta digital por la cual se pudiera contribuir a la apropiación de la oferta comercial independiente y alternativa de la ciudad que ofrecen una experiencia propia y que tienen un valor único que los hace diferenciarse. Por otra parte se encontró que a una parte de la muestra le gusta asistir a lugares nuevos por curiosidad y conocerlos, pero no se conforman con este solo lugar si no que siempre guardan su interés por conocer más lugares.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

Tanto hombres como mujeres se encuentran actualmente muy relacionados con medios tecnológicos, especialmente con celulares inteligentes y con aplicaciones móviles, basados en esta información se opta por ofrecer la herramienta digital, la cual es exactamente una aplicación para celulares, allí se muestra información de lugares de la ciudad y sus cualidades para que los consumidores puedan elegir según sus intereses y preferencias, ya que concluimos que a la hora de visitar un lugar tienen en cuenta factores como: Música, muestras artísticas, etc.

Los aportes sociales que entregamos en este proyecto están enfocados en promover esos sitios que en este momento ofrecen una experiencia característica en cada uno. Se busca apoyar al consumo local, despertar esa curiosidad en las personas de todas las edades para que redescubran su ciudad y se apropien de ella, más aun en el momento de recuperación económica que necesita la ciudad después de la emergencia sanitaria.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo nos topamos con la situación que aqueja en estos momentos a todo el mundo, la emergencia sanitaria por el COVID-19 que está afectando la vida social, la economía, y el funcionamiento “normal” del mundo al que estamos acostumbrados. se ha generado una crisis socio- económica que afecta más que todo a medianas y pequeñas empresas, y el gremio del ocio y el esparcimiento es uno de los más perjudicados por lo que se han visto en la obligación de reinventarse para evitar el cierre. Por lo que queremos que esta aplicación pueda ser un puente de ayuda para que estas tengan la forma de darse a conocer y mostrar sus características, y que en el momento que se dé la reapertura social y económica del país, sean lugares ya conocidos por el público, y de esta manera llegar a generar visitas que ayuden a estos a reactivar su economía.


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

En época de emergencia sanitaria se vio afectado el consumo en la ciudad por ende una aplicación móvil es la manera de ayudar a corto plazo a recuperar la economía local.


El diseño gráfico implica el desarrollo de proyectos que generen soluciones a problemáticas en la sociedad y la vida cotidiana de las personas, generalmente de comunicación visual, para contribuir a la mejora continua de la calidad de vida. En este trabajo, se utilizó el diseño como medio y herramienta para generar una solución a una nueva problemática que nos aqueja y es la reactivación económica luego del confinamiento social por la emergencia sanitaria del COVID-19, donde quizá muchos de lugares que hacen parte de la pequeña economía que sostiene nuestro país no sobrevivirán la crisis económica, y los que logren hacerlo debemos apoyarlos y contribuir de manera solidaria para resistir esta gran crisis, no sólo generando consumo local, sino también apropiándonos de nuestra cultura y nuestra ciudad.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


- Foucault, M. ([2004] 2006). Seguridad, territorio y población. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Cardona-Rodas, H., & Cardona Arboleda, J. (2016). Heterotopías urbanas. Espacios de la exclusión y miradas biopolíticas de Medellín en el siglo XX. *Ciencias Sociales y Educación*, 5(9), 81-104.
- Vargas Zuluaga, N. (2016). Coreografías urbanas del desprecio. Estéticas neo-barrocas en la ciudad de Medellín. *Ciencias Sociales y Educación*, 2(4), 81-104.
- Rodas, H. C., & Zuluaga, N. M. V. (2020). Cuerpos, subjetividades y poder. Biopolítica y estéticas urbanas en Medellín. *Tabula Rasa*, (34), 41-63.
- Delgado, M. (1999). *El animal público*. Barcelona: Anagrama.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

- Santoni, M., (2009 a), Ecosistema Urbano-Psicología: interacciones espacio-subjetividad. Multequina, 117-127.
- Villa Holguien, E., Isuasty Rodriguez, A., (2014 a), Capital, sujeto y ciudad: Lecturas de la ciudad y la crisis humanista – el caso Medellín. El Agora, 14 (1), 87-96.
- Vergara Arias, M. (2009). Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público el caso de los bazares populares de Medellín. Bitácora, 1(14), 141-160.
- Delgado, M. (2007). Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles. Barcelona: Anagrama.
- Jemio Arnez, K., (2013 a), Vitalidad y ambigüedad de espacios turísticos en el destino de usuarios: Centro de Medellín. Miradas, 1 (10), 133-155.
- Vargas Zuluaga, N. (2013). Construcción de modos de vida sustentables partiendo de las experiencias estéticas expandidas sobre el paisaje. Tesis de maestría en desarrollo sustentable, Universidad de Lanús, Buenos Aires, Argentina.
- Mamani Solis, E. S. (2019). Spotify como nuevo modelo de consumo musical en el público millennial de Lima Metropolitana, superando en audiencia a la radio.
- <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>
- <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/calle>
- <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/consumo-local-alternativa-ciudad-competitiva.html>
- <https://www.iebschool.com/blog/productos-de-consumo-masivo-comercio-ventas/>
- <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/buenas-costumbres>


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

- <https://concepto.de/ciudad-2/#ixzz6NDSwYupk>
- <https://www.significados.com/cultura/>
- <https://prezi.com/uadwbchfeddm/43-economia-global-vs-economia-local/>
- <https://journals.sfu.ca/doxa/index.php/doxa/article/viewFile/34/28>
- <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/experiencia>
- <https://www.marketingdirecto.com/>
- <https://www.vexsoluciones.com/ecommerce/que-es-un-marketplace-o-mercado-digital/>
- <https://www.significados.com/>
- <https://www.rankia.co/>
- <https://www.ecured.cu/Periferia>
- <https://definicion.de/>
- <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/grupo-de-pertenencia>
- <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/concepto-reactivacion-derecho-sociedades-330516>
- <https://dle.rae.es/>
- <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/territorio>
- <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/transformacion>
- <https://www.tripadvisor.co/>
- <https://www.google.com/maps/>


	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

9. ANEXOS




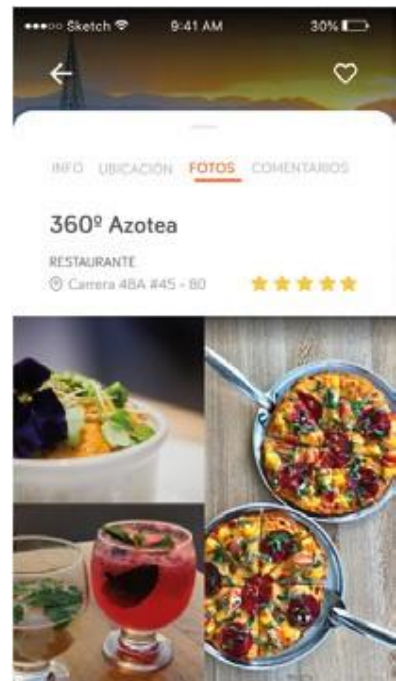
	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020




	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020



	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020




	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

LINK DEL PROTOTIPO: [https://xd.adobe.com/view/7db1e36f-d0dc-4869-647e-](https://xd.adobe.com/view/7db1e36f-d0dc-4869-647e-51a99b6cdfa0-0b80/)

[51a99b6cdfa0-0b80/](https://xd.adobe.com/view/7db1e36f-d0dc-4869-647e-51a99b6cdfa0-0b80/)

Por la emergencia sanitaria y a las medidas tomadas al respecto por el COVID- 19, no nos fue posible asistir a los lugares y tomar fotografías propias, por esta razón estas imágenes fueron tomadas de Tripadvisor, Google map y de sitios web correspondientes a cada espacio, las imágenes son usadas con fines académicos y no son para uso comercial.

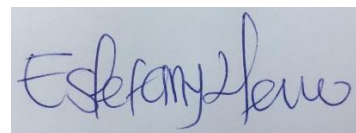
- <https://www.tripadvisor.co/>
- <https://www.google.com/maps/>

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

FIRMA de INVESTIGADORES

Yudi Estefany Henao Duque

1.017.251.766 de Medellín



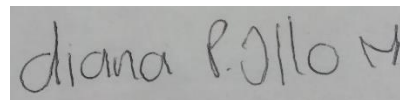
Piedad Omaira Yepes Arbelaez

1.037.237.810 de Guatapé

Piedad yepes Arbelaez

Diana Paola Jaramillo Mejía


1.128.282.665



FIRMA ASESOR

Venónica Morales G

FECHA ENTREGA: 26 de mayo 2020

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

FIRMA COMITÉ DE INVESTIGACIONES _____


RECHAZADO _____

ACEPTADO _____

ACEPTADO CON MODIFICACIONES _____

ACTA NO. _____

FECHA ENTREGA: _____

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	12/05/2020

FIRMA CONSEJO DE FACULTAD _____

ACTA NO. _____

FECHA ENTREGA: _____