



Semilleros

Tendencias de consumo y subjetividades en jóvenes y adolescentes

Robinson Bohórquez Duarte



Fotografía: Archivo Universidad Central

El semillero de investigación **Tendencias de Consumo en los Atuendos de los Jóvenes Residentes en Bogotá**, del programa de Publicidad de la Universidad Central, es una iniciativa que busca encaminar a los estudiantes de este programa académico a desarrollar habilidades en los procesos de investigación para identificar, recopilar, sistematizar, analizar, generar metodologías propias y formalizar la memoria de los factores que determinan la configuración de tendencias y subjetividades de jóvenes y adolescentes, que inciden en los espacios de consumo y tiempo de ocio en Bogotá.

A partir del año 2010, el semillero inició sus labores con el objetivo de incentivar la participación activa de los estudiantes del programa de Publicidad en los procesos creativos de la investigación sobre modos, estilos de vida y consumo asociados a la innovación en el diseño de estrategias publicitarias relacionadas con las industrias culturales y la tecnología.

El semillero, que lleva alrededor de cuatro años, ha estado liderado por dos coordinadoras: Ingrid Zacipa Infante y Mónica Baquero Gaitán, profesoras del programa de Publicidad. Además, es apoyado por Alejandra Reyes Carvajal, profesora y tutora del área de Publicidad. Ellas han logrado incentivar, promover y generar apropiación en los estudiantes, hacia las técnicas investigativas como herramientas vitales en el proceso académico de la Universidad.

Dentro de los logros obtenidos por parte del semillero, se destacan los siguientes: la participación en más de diez eventos nacionales e internacionales, la publicación de veinte ponencias, tres tesis meritórias, cuatro proyectos evaluados como sobresalientes y dos como meritorios en la Red Colombiana de Semilleros de Investigación (RedCOLSI). “Comenzamos



con un proyecto en el 2011, llegamos al Encuentro Regional y obtuvimos reconocimiento meritorio, y en el Nacional obtuvimos *sobresaliente*. Ha sido una evolución constante durante cuatro años en los que hemos participado y logrado menciones. Ese es el reto con los futuros semilleros: mantenernos y continuar con ese buen proceso”, resalta la coordinadora del semillero, Ingrid Zacipa.

Dentro del semillero, se han estudiado y formulado proyectos de diversos temas encaminados a las siguientes acciones:

1. Identificar los diferentes comportamientos de los jóvenes y adolescentes de Bogotá, además de las características más relevantes que permitan identificar la conformación de tendencias.
2. Analizar los factores que inciden en la configuración de las tendencias.
3. Examinar la forma como influye la convergencia de los medios tradicionales y las tecnologías digitales en la formación, desarrollo y masificación de las tendencias.
4. Analizar las prácticas culturales y rituales de consumo que identifican cada grupo de jóvenes y adolescentes que adoptan una tendencia determinada.
5. Identificar los espacios de consumo y los de la ciudad donde circulan los jóvenes y adolescentes que adoptan una tendencia determinada.
6. Establecer perfiles de jóvenes y adolescentes de Bogotá de acuerdo a las tendencias adoptadas.
7. Mapear los puntos de encuentro y espacios de consumo por localidad en la ciudad.

Según Zacipa, las directrices para ingresar al semillero dependen particularmente del compromiso que tenga el estudiante para asistir a las reuniones, que generalmente son los días viernes en la tarde en un espacio extracurricular. Por consiguiente, el estudiante que participe debe tener claro que el proceso lleva año y medio para finalizar con un proyecto de investigación. Por otro lado, deben participar, por lo menos, en el 80% de las sesiones en el semestre y generar avances de los proyectos trabajados. A esto, la profesora Zacipa añade que “han puesto como meta que absolutamente todos los proyectos que participen en el semillero por lo menos tengan un producto académico, siendo fruto de una participación en un evento nacional e internacional o una publicación en una convocatoria de una revista”.

Dentro de los logros más recientes del semillero, es importante resaltar uno de los proyectos en curso, titulado “Tendencias de consumo en los atuendos de los jóvenes residentes en Bogotá”, del estudiante de Publicidad Daniel Galeano Valderrama.



Fotografía: Archivo Universidad Central



Fotografía: Archivo Universidad Central

Este proyecto ya consiguió participar en el Encuentro Regional de Semilleros de Investigación de la Universidad Manuela Beltrán en Bogotá, realizado en mayo de 2013, al igual que en el Encuentro Nacional y Décimo Internacional de Semilleros de Investigación en la Universidad de Córdoba (Montería), en octubre de 2013. En este último, obtuvo calificación meritoria, con un puntaje de cien sobre cien; por lo tanto, ganó un cupo directo para participar en un evento internacional en México.

“Para mí es un logro importante tener la oportunidad de representar a Colombia y a la Universidad con mi proyecto de investigación en el evento internacional que se realizará en México, dado que he trabajado fuertemente y he tenido la fortuna de conseguir una calificación meritoria, con un puntaje como cien de cien, algo que me deja encantado y con la vocación de seguir investigando” comentó Daniel.

Teniendo en cuenta el proceso de la investigación en la actualidad, los líderes del Semillero de Investigación en Publicidad explican la importancia de poder integrar a los estudiantes de los diferentes programas académicos a los semilleros: “Un joven investigador que no ha salido de la universidad o que está a punto de salir ya tiene una experiencia que lo valida como una persona idónea que ha aportado a su campo, que tiene ideas interesantes para una comunidad académica, aportando directamente a lo que él estudia, a la formación personal y a la transformación de un país que lo necesita”, argumenta Alejandra Reyes, una de las tutoras del semillero.

Por lo anterior, el semillero promueve el proceso de investigación en los estudiantes que se encuentren interesados y que, además, tengan la vocación y la responsabilidad para pertenecer y aportar con ideas a la generación de nuevos proyectos investigativos. ✨

Proyectos terminados en el semillero:

1. Jugando ando, el juego en la publicidad Infantil
2. ¿Cómo se construye la ciudadanía a partir del consumo en los niños y las niñas? Caso Divercity
3. Transformaciones del discurso cinematográfico comercial mediante el emplazamiento de producto
4. Definición y caracterización de los gimnasios en Bogotá como espacios de consumo
5. Una mirada al consumo cultural en YouTube: lo popular, las narrativas y las industrias

Proyectos en curso en el semillero:

1. Tendencias de consumo en los atuendos de los jóvenes residentes en Bogotá
2. Cruz Roja Colombiana. Voluntariado de jóvenes
3. La movida del diseño independiente
4. Generosidad, un valor necesario para la construcción de marca
5. Genealogía de la construcción de la categoría juvenil en los mensajes publicitarios desde los años 60 hasta la actualidad