

Fecha de inicio y finalización: 02/05/2015 - 30/04/2019

Director: Fernández, Gabriel.

Co- Director:

Integrantes: Leva, Germán; Tkachuk, Carolina; Muñiz, Norberto

Título: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN, DIPLOMACIA URBANA E IMAGEN DE CIUDAD. EXPERIENCIAS COMPARADAS DE CIUDADES IBEROAMERICANAS.

Resumen: El proyecto se encuadra en una línea de investigación que centra la cuestión de la imagen urbana en general, y los signos de identificación ciudadana (marca-ciudad) en particular, en el marco de las estrategias de internacionalización de los Estados subnacionales, y de la diplomacia urbana como una herramienta de análisis calificada dentro de la diplomacia blanda (soft power).

La investigación tiene como objeto el análisis de la actuación internacional de gobiernos locales en estas temáticas, abarcando en dicho análisis las actividades de inserción internacional y diplomacia blanda que desarrollan otros actores relevantes en la vida de las ciudades como empresas, ONGs, movimientos sociales, universidades, etc.

La perspectiva del equipo de investigación, desde su conformación en 2003, ha sido abordar la cuestión de las marcas territoriales desde un enfoque crítico que asume la necesidad de las ciudades de contar con nuevos signos de identidad ciudadana pero salvando la extrapolación simplista de técnicas mercadológicas a entidades de naturaleza complejas como las ciudades. Asimismo se considera a la marca como un constructo sociohistórico y al diseño de marcas de ciudades como un proceso de creatividad ciudadana, de producción simbólica de carácter social y como un potenciador de las posibilidades de inserción competitiva y sustentable en el sistema urbano mundial, fuertemente vinculado a la necesidad de mejorar la calidad de vida urbana y las condiciones de participación de la sociedad civil.

El proyecto en curso funda su corpus teórico en la revisión crítica de la teoría dualista de Kagan ; el concepto de signos de identificación ciudadana en confrontación con el de marca-ciudad , y los enfoques promotores de nuevas formas de gestión local desde una concepción de las políticas públicas de imagen y de reputación de las ciudades .

El proyecto indaga la relevancia de diferentes factores motivadores de la internacionalización de las ciudades iberoamericanas: la crisis y transición de modelos, la búsqueda de recursos y de construcción de políticas públicas alternativas, el involucramiento de las ciudades en procesos económicos globales y la búsqueda de protagonismo político, la oferta de cooperación internacional y las estrategias de los gobiernos locales y de las instituciones de la sociedad civil en relación a las entidades ofertantes; la evolución de la institucionalidad de las relaciones internacionales entre ciudades hacia perspectivas basada en el enfoque de la diplomacia urbana y el rol de los procesos de diseño y gestión de signos de identificación de ciudad como recursos estratégicos de diplomacia blanda.

La metodología utilizada consiste en técnicas de investigación cualitativa para abordar el análisis de las estrategias de internacionalización de las ciudades iberoamericanas, los fundamentos conceptuales de sus estrategias, la articulación con otras áreas del gobierno local y el nivel de

articulación de los lineamientos de política externa del Estado-Nación con las estrategias de los gobiernos y otros actores locales.