



Programa en
Atractividad Territorial y
Marca Ciudad

Llamado a Publicar | Call of Papers

La Revista Comunicación, Cultura y Política de la Universidad EAN, Colombia

Junto con

El Programa en Atractividad Territorial y Marca Ciudad de la Universidad de Guadalajara,
México

Invitan a publicar en el número especial sobre

Atractividad Territorial

Actualmente nos relacionamos con personas muy diferentes a nosotros en una superficie que llamamos territorio donde se desarrollan los procesos naturales y los fenómenos sociales, entre ellos, la puesta en valor de lo local a través de la promoción de atractivos, concepción de ideas creativas y desarrollo de políticas públicas específicas para su posicionamiento a través de marcas, hospedaje de eventos, creación de productos locales y rutas de diversa índole mediante la diversificación de la infraestructura, arquitectura, naturaleza, con la que se cuenta; lo que permite que sus habitantes se adapten a su sitio pero también se conviertan en dispositivos para atraer turismo, estudiantes, talento, inversiones, empresas, entre otros.

Un territorio posee elementos de identidad (vocación), personalidad (espíritu del lugar) y diferenciación (ethos competitivo), tradiciones y valores (cultura) que cambian incluso de un territorio a otro, aun cuando sean de la misma región y país. Estos elementos en las últimas tres décadas han dado a lugar a la aplicación de conceptos como valor de marca, notoriedad, lealtad de marca, posicionamiento, crecimiento, prosperidad humana y cooperación-competitiva. Lo que se resume en sólo concepto como Atractividad Territorial.

El presente número especial sobre Atractividad Territorial tiene su propósito a través de dos vías: 1) Identificar la concepción y evolución de dicho fenómeno, la revisión del marco



teórico, metodológico y analítico para su estudio. 2) Observar casos de éxito y buenas prácticas, pero también la mala praxis al implementar estrategias de posicionamiento de un territorio. Para ello, se recibirán propuestas de artículo en los siguientes temas:

- Atractividad territorial y nuevas geografías;
- Internacionalización del territorio a través de estrategias de atractividad;
- Destinos turísticos, educativos, empresariales (concepción, consolidación, crisis);
- Marcas territoriales (marca ciudad, marca región, marca país);
- Política pública para el posicionamiento de los territorios;
- Identidad e imagen para el posicionamiento territorial;
- Relación entre atractividad territorial e industrias creativas y culturales;
- Relación entre atractividad territorial e infraestructura y servicios;

Mayor información: revistas@universidadean.edu.co

