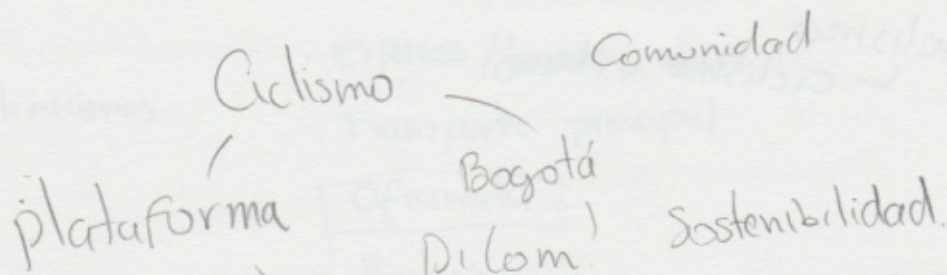


Nicolas Acamio



Personajes del ciclismo Urbano.

Ciclistas

- Universitarios
- Mensajeros
- Trabajadores
- Oficinistas
- Deportistas

Lugares.

- Talleres
- Tiendas
- Parques
- Bike friendly stores

Soporte (?)

- Cicloworkers.
- Colectivos.
- Ciclopaseos.
- Espacios de conversación.
- Masa crítica.
- Consejos locales
- Programas del distrito.
- Bogotá se mueve.

- 1500.00 en bicicleta

835.000

personas que se movilizan diariamente en bicicleta diariamente

3/10 mujeres

- Cosas de uso de la bicicleta como en Amsterdam y Estocolmo.

- Cultura ciudadana.

14 Robos diarios a p.m.

Métodos de transporte / Movilidad

- ↳ Ciclismo
- ↳ ciclismo urbano

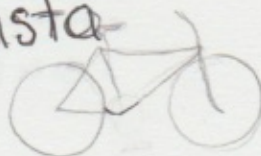
Refuerzos:

- Beneficios laborales
- Recompensas
- Fechas Mundiales / Nac
- Eventos
- espacios de práctica / lugares de interés
- Guías / invitaciones
- Mapas

App: Biko

- Strava
- Bike citizens
- Sensores para ajuste
- Solicitud de servicios
- Descubrir cosas a medida que se usa.

Ciclista



Comunidades:

- Clubes barriales
- Distrito
- Tiendas
- Restaurantes

Accesorios para bici:

- Soporte para dispositivos
- Sensores
- Contenedores
- Upgrades.

Implementos:

- Seguridad
 - ↳ Casco
 - ↳ Reflectivos
 - ↳ Luces
- Ropa
- Ruta
- Hidratación

Tipos de ciclista urbano:

1. Ciclista de ciclovía
2. Ciclista dedicado
3. Utilitarios del buen clima?
4. Ciclista por esparcimiento

36%
24%
23%
17%

→ 2000 voluntarios
↓
Universidad de
McGill
Montreal

Di Com

- Pedagogía
- Incentivos - Motivaciones
- Turismo
- Narrativa
- Comercio
- Activaciones
- Serv. domicilio
- Digital
- Transmedia
- Alianzas
- Economía Local
- Servicios x App
- Ciudadanía
- Mapas / Rutas
- Design thinking
- Merchandising
- Comunidad
- Co-diseño
- Transformación

Ciclismo

- Espacios / lugares clave
- Transporte principal

Oficinista

- Rutas
- Noche
- Accesorios
- Hidratación
- Parchar
- Serv. Mecánico
- Comunidad
- Carrera
- Circuito
- Mapa
- Normas de tránsito
- Trabajo en grupo
- App
- Habilidad.
- Moda.

Parajes:

⊕ Ser. Mecánico - Digital

⊕ Espacios / lugares - Pedagogía

clave propio patrimonio
→ Preservación & relación con el

⊕ Transporte principal - Serv. domicilio

Claves:

⊕ Oficinista - Incentivos

⊕ Rutas - Turismo

⊕ Parchar - Activaciones

⊕ Hidratación - Comercio

Periferia
Inurbana

exploración
gastro
itinerario
fuera Bogotá

Acción
Población...

- + Noche - Narrativa ^{seguridad} _{individual}
- + Carretera - Alianzas
- + Accesorios - Servicios x App
- + Circuito - Mapas/Rutas
- + Mapa - Economía local
- + Habilidad - Comunidad
- + Normas de Tránsito - Ciudadanía
- + Comunidad - Design Thinking
- + Merchandising - Moda
- + Habilidad - Comunidad
- + App - Co-diseño
- + Trabajo en grupo - Transformación

Servicio Mecánico + Digital.

- Al ser la bicicleta en ocasiones es una decisión importante el/los días que se llevan al mantenimiento. Un servicio digital que contacta a talleres seleccionados cercanos para hacer mantenimiento a domicilio mientras se trabaja.

Habilidades de la Comunidad o zona donde se está.

Accesorios + Servicios x App

- Servicios como cambio de piezas, accesorios, acompañamiento a domicilio

Rutas + Turismo

- Sugerencia de rutas, descubrir lugares nuevos cada vez que se usa una ruta nueva y solo si se van a los sitios sugeridos se sugieren más
- Rutas a locales y visitantes.

B2C B2B

App + Co-diseño

- Utilizar antes - durante o después de actividad física?
- Sugerencias de rutas rápidas / con menos índice de violencia
- Ya hay muchas (??)

Habilidad + Comunidad.

- Aprovechar la oferta de la comunidad, apoyar los negocios de barrios y zonas clave
- cohesión social; explotar las habilidades de los miembros de la comunidad "Red de Habilidades"

Referentes:

Apps: ⊖ Control de rutas, tiempos (compartirlos, competir o ganar puntos)

+ Prestamo ~~para~~ de bicis para usuarios registrados (creación de comunidad)
mantenimiento, monitoreo y personalización (empresarial) del equipo

- Pickup Service

⊖ Recompensas por usar la app

Servicios: - Publicidad "ecológica"

⊖ Mensajería

- Capacitación sobre comportamientos en la vía y mantenimiento.

- Ciclopaseos (recurrentes y especiales)

⊖ Personalización

- Guías de usuarios.

Separar componentes
x Colores!

Lugares: - Tiendas especializadas con taller

- Puntos orgánicos de reunión

⊖ Restaurantes bike friendly

⊖ Rutas clave.

Comunidad: ⊖ (clubes de rodada en diferentes barrios de Bt4

- Rodadas colectivas (social, político, deportivas)

- Soporte del distrito (consejos locales, programas distritales)

- ¿Qué es comunidad → Herramientas que encuentren la comunidad

tarea → Crear idea chicas → Car → percepción - ¿Qué?
A. → lealtad - ¿Qué?

- Que treren de diferente las chicas que
viven en Bici (encuestas, blogs, textos).
Gráfico = entrevista (Facebook, google Ads, trace total)

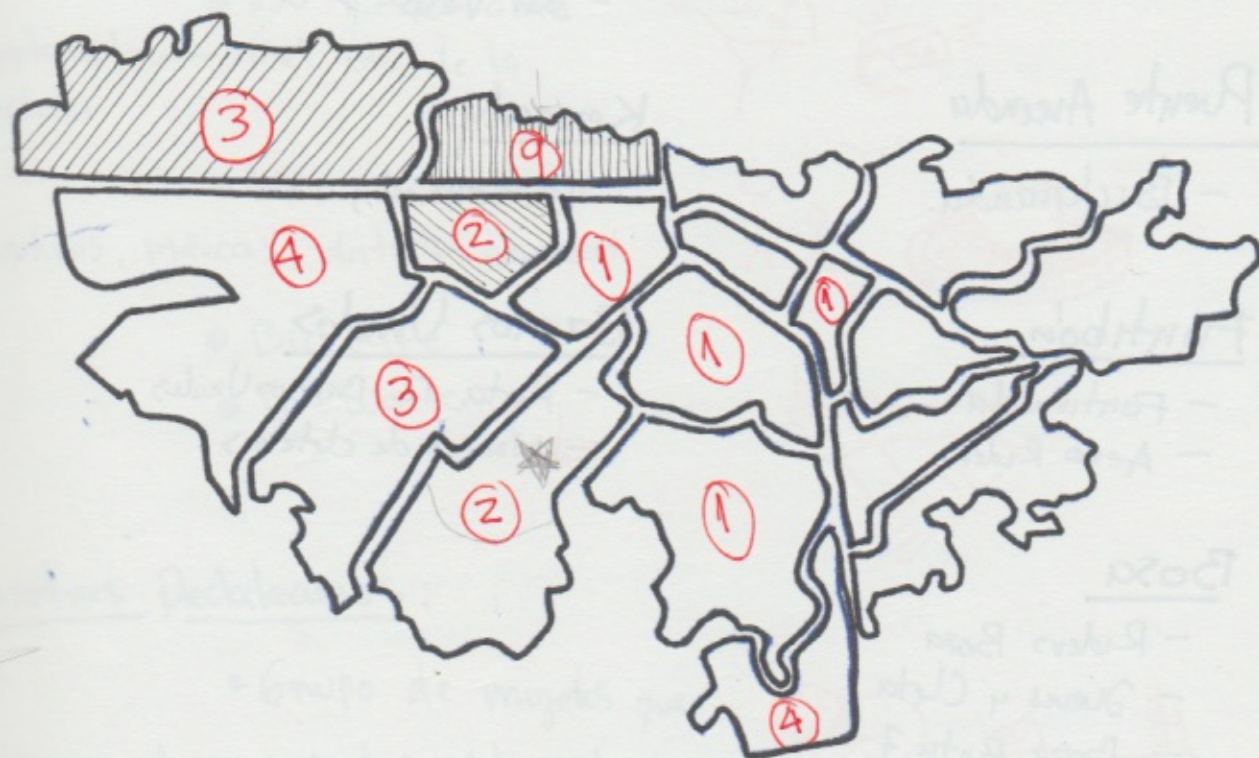
B - Mapa Bogotá → localización de grupos
de ciclistas urbanos

- Cada Barrio en la zona a entender que
hay para los ciclistas. - gráfico
servicios.

- Como funcionan como grupos? Como se
agrupan → comunidad urbano

C - investigar. Comunidad (Como generar vínculos
comunitarios (teoría))

- Jecacigüite + Clasificación informacion de los servicios existentes.



Usaquén

- Velo Norte
- Ciclo paseo de los miércoles
- Bicicla cultura usaquén.
- BCU conectar a los usuarios de la localidad con eventos artísticos y culturales

Suba

- Subase a la Bici
- A toda Cleta
- Coyotes
- Suba Cleta

Chapinero

- Conciencia Bicicla - uso responsable de la bicicleta y defensa del medio ambiente.
- Bonorriders
- Bici N Rola
- ciclocannabis
- Chapibici
- Two Ruedas
- Bike pola Bogotá
- Tesa Ruta
- ⇒ Nosotras pedaleamos

Engativá

- Su Cula
- Engatibike
- Falco Team.

Teusaquillo

- Teusaquillo Bici

Antonio Nariño

- Sur Velo

Puente Aranda

- Biclaranda.

Fontibón

- Fontivueda
- Aero Riders

Kennedy

- BiKennedy

Barrios Unidos

- Ruta 12 Barrios Unidos
- Noches de cletas

Bosa

- Riders Bosa
- Jueves y Cleta
- Bosa Ruta 7
- Bósate la Bici

Grupos Relevantes:



✱ Usaquén: Utilizan una app donde se puede encontrar programaciones artística y cultural en diferentes puntos de Bogotá. También cuenta con un mapa para ubicar talleres y biciciclovigilantes

Bici Cultura.

- Sincronizar con el calendario
- Contactos: Redes sociales, WhatsApp, email.
- iOS y Android.
- Podcast, documentos de interés, link a ensayos
- Salidas programadas

★ Chapinero:

Conciencia Biciate • Rodadas con fines sociales, ambientales, culturales y turísticos.



Referente Nacional de colectivo ciclista.

• Uso Responsable y estimulación del uso de la bicicleta



• Apoyo a pequeños colectivos, marcas, distrito, eventos



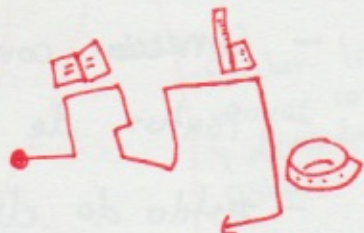
• Bici café

• Co-working



Nosotros Pedaleamos:

• Grupo de mujeres que promueve el uso de la bicicleta y la apropiación del espacio público en Bogotá.



• Superar miedos, derribar barreras, generar confianza y construir ciudadanía.



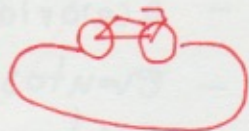
• Recorridos recreativos

• Proyectos educativos

★ Barrios Unidos

Noches de Cicleterras

• Cheques de mapas corredorios.



• Visibilización de la mujer en el ciclismo urbano y estimulación

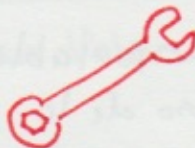
• Aprovechamiento del espacio público.

Servicios existentes para ciclistas.

Talleres

- Mantenimiento, armado
- Repuestos y piezas básicas
- Accesorios básicos

100%



Tienda especializada

- Armado de bicicleta
- Piezas especiales (variedad y pedidos esp)
- Marcas específicas
- Asesoría
- Conexión con marcas-colectivos
- Puntos de encuentro →
- Estilo de cliente/consumo esp.

Acompañamiento

BIRefriendly

- Espacio para consumo de alimentos
- Equipamiento para asegurar lubici
- Piezas especializadas / de diseño
- Asesorías - Cursos - charlas
- Eventos
- Público selecto / especializado
- Generalmente importan y/o sus productos son de más alta calidad / Renovable

Bicicafé

- Temática ciclista
- Equipamiento del sitio para recibir ciclistas.
- Charlas - Cursos - Asesorías.
- Preferencia a proveedores ciclistas.
- Selección de productos para venta.
- Productos exclusivos y especialidades.
- Punto de referencia para comunidades.
- incentivan el estilo de vida de la bici.
- Referente cultural y social.
- Promueven expresiones artísticas.
- Refuerzan el estilo de vida (actividad ciclista)
- Eventos temáticos

Visibilizar y valorar ante la comunidad

estimar el estilo de vida

- Recibir la mayor cantidad y diversidad de público.

Comunidades

- Visibilizan y fortalecen el uso de la bicicleta en los barrios
- Promueven acciones en pro de la comunidad
- Activan la economía → economía circular
- Estimulan la creación de lazos
- Fortalecen el trabajo en equipo y la empatía en la vía
- Fortalecen el tejido social.
- Entorno a un tipo de bicicleta específico

¿Sentidos? =

y donde se pone en escena ya como lo que promovemos a nivel de emprendimientos o a nivel cultural. Así mismo estamos intentando proponer diferentes proyectos que no se hayan realizado antes con el fin de llegar a diferentes públicos y generar un impacto más fuerte de cada vez que se hace

Espacios urbanos clave + Pedagogía

- Apropiación de espacios públicos
- Perseverancia
- Historia de la ciudad
- Reglas y normas en colegios
- Conocer al otro

Construcción de sociedad

Conocer de donde venimos para saber a donde vamos

educar nuevas generaciones
tejido social. ¿cómo?

Transporte principal + Serv. domicilia

- Domiciliares de paso → utilizar los votos de los ciclistas para entregar cosas
- Generación de empleos
- Delivery mientras voy camino a casa

Oportunidad + Incentivos

- Comparativas / socialización de normas
- explotar el nicho
- No sudar
- Menos tiempo en transporte + felicidad = + productividad
- Descarga física.

clarificar el público

Rutas + Turismo

- exploración de la ciudad
- gastronomía
- Historia
- Activar zonas
- Conocer alrededores de Bogotá

generar empleo

Parchar + Activaciones

- Publicidad
- Activaciones comerciales
- el movimiento genera vitalidad.
- Atraer nuevos públicos.

▷ Públicos futuro

Activaciones + Comercios

- Rutas y lugares de preferencia
- Motiva el estilo de vida
- "Nuevo" producto para ciclistas

Noche + Narrativa

- Seguridad
- Visibilización
- Indumentaria
- Historias

Noches literarias
x las calles

Accesorios + Servicios x App

- A la puerta de la oficina
- Comodidad
- Eficacia
- Aprovechamiento del tiempo.

Carrera + Alanzas

- Convenios
- Temática estimulante
- Beneficios xva mercedes.

Apropiación del territorio

Nicho de mercado

visibilización
Turismo comercial.

Círculo + Mapas/Rutas.

- Turismo
- Asociar marcas - Partnership.
- Recompensas x recorridos descubiertos
- Identificación de puntos clave en la ciudad.

¿Qué puntos son clave para la comunidad?

Comunidad + Design Thinking.

- Trabajo conjunto
- Aportes de la comunidad
- Hombre a hombre

App por que me la lleven o me la hagan.

mujeres
- Oficinistas
Como esto aca
me ayuda a generar
comunidad.

experiencia en la ofi.

- Economía Sostenible
- Como está constituido.
- Cuales son los beneficios xra ciclista.
- Fontibón - Historia ✓

- Recursos
- cultura
- viabilidad

- Halla donde quien crear
7 estética

- "Centros Comunitarios"

- urbanas antes/después

→ Servas xra la comunidad de
fontibón.

Entrega: - emprendimiento
- proyecto similar - interacción
- práctica de enseñanza

● Ideas - contextualización

Nude - Toma de decisiones

- Herramientas para acercarse a la comunidad.

Desplazamiento - Condesores.

Referentes - Visuales de como me gustaría intervenir Fonti
- cultura popular.

- Populero de lujo - Artistas
- Diseñadores

theProcess.co. - Podcast

thecreativeindependent.com

Walter García: Fontivueda.

Lider del colectivo

¿Hace cuánto tiempo la lideras?

- Desde el 8 de Agosto del 2013

¿Cómo defines la comunidad?

- Se inicia como un colectivo de amigos que les gusta montar bicicleta con el fin de motivar a más personas a que lo hagan y partiendo de la localidad, por eso el nombre: Fonti-Rueda para apersonarse de la localidad y no tratar de dispersarnos a otras cosas sino ser muy locales por eso la intension inicial era así: Fomentar el uso de la bicicleta por medio de las rodadas y las actividades que hace Fontivueda mes a mes o que se programan todos los jueves, a las 7pm es la cita y arrancamos a las 8 de Maloka y hacemos diferentes actividades al mes, por ejemplo este mes está la del 22 de septiembre, que es el día sin carne y hacemos una rodada familiar casi una vez al mes.

¿Por donde son las rodadas?

- Las de los jueves son siempre rutas nuevas, por ejemplo este septiembre una es allí el mirador del Hs, como hacer donde se sube a Choachi y las otras son al sur, a Bosa y hacer 8 días por Ciudad Verde

¿Qué hacen los miembros de la comunidad para mantenerse integrados?

- Yo como líder lo que trato de hacer es integrarlos, no solo en Fontivueda los jueves sino, en otras actividades, por ejemplo acá en la casa, (la Walida) ayer hicimos hamburguesas asadas, hacemos reuniones los miércoles en la noche donde todos hablan, todos opinan: que quieren hacer, les gusta mucho buscar una ruta nueva. Generalmente todo es con tiempo para que la gente se pueda programar y pueda ahorrarse, los que no trabajan, ese es un problema en el colectivo: Hay chicos que no trabajan entonces ellos que? de donde sacan dinero para la empanada de fontivueda los jueves

¿Cómo es la relación con los miembros del colectivo?

- Ellos se apoyan mucho en mí por la experiencia y siempre he estado ahí en el colectivo liderando, persistiendo. Ya uno no puede botar por emociones la vida y es donde uno evalúa todo como colectivo. En sí "Fonti" es un ciclo pasado, pero los chicos que van tienen nivel, y cuando llega una persona de bajo nivel se identifica y se le baja el ritmo. El grupo se caracteriza por saber quienes somos, Yo que lidero, el gregario que apoya con la cabina, anacoreta en su playara, entonces no van tan valpido y personas que se identifican como miembros y ayudan a cuidar al grupo, está el profe mano que se han hecho rodados con los chicos en el colegio. El mecánico que hace promociones, quienes tienen el sticker del colectivo. Ayudando así a crear una comunidad.

El profe Mano:

- Es el Rector del colegio en Medellán y está con fonti desde hace 3-4 años. Él siempre ha venido a fonti y se da cuenta de lo que pasa y de lo que se puede hacer; el primero creó el bio parqueadero, luego le daba agua de panela con pan a los que llegaban en bici, los fue consiguiendo y con el tiempo empezó a hacer las rodadas
1-3 primarias es en frente del colegio, en una bahía
4 y 5 los llevan a la biblioteca del tunpeltito a 6 km
había una boxeica que montaba los niños con sus padres, unos iban en patines

¿Con entidades del barrio?

- No nosotros empezamos hace años con la casa de la juventud y no hemos vuelto a hacer nada con ellos, solo quedó el primer evento que hacemos el año que se llama pedaleando Montaña, es una rodada ambiental, una posmoderna y una histórica
- No volvíamos a trabajar mucho con ellos por que no hay fotos, uno va a muchas reuniones y no sale nada. Allí hay algo de participación de jóvenes, el espacio para la juventud, los grupos de danza, los grafiteros

pero no sale nada, cada uno hace por su cuenta, en la casa se aprovecha el espacio y los talleres que hacen pero mas que todo pagos. Pero son espacios que están abiertos a quien lo solicite.

En bombas hacemos el consejo local de la bicicleta de Fonti, se puede en este lugar mas participaci3n, pero en realidad esos procesos no avanzan por decisi3n politica. Igual uno cumple con su deber ciudadano de proponer y ya, igual si no sale lo hemos hecho siempre solos, lo hacemos nosotros.

- Fontinada se dedica a lo local y de paseos es con Mejor en Bici En Bici es Mejor y en la primera oportunidad fue ese mismo a3o que nos convocaron una gente de Kennedy, Quiviva y los de Fonti, ibamos unos 20 ahí fuimos a Boyacá. de Historico esta Pedalando HINTIBA, eso fue en Boyacá Humana por ahí en 2015 HINTIBA.

- Dentro del barrio ya no tanto, le dedicamos un tiempo, ahora es algunas subades, con el ciclo paseo familiar, era en fonti, lo mas lejos ha sido Simón Bolívar y hace tres años fuimos hasta la Universidad Nacional

- No mas lejos porque son niños por que no aguantan

- Eso es chevere (la subades familiares) por que ya los grandes se comportan, son mas ordenados, normas de tránsito y ayudan unos miembros del grupo llevan los hijos, llevan los abuelos. Los que van son los mismos de siempre por que no tenemos publicidad, no invitamos, llegan los que alcanzan a ver la publicidad por ahí, se acuerdan, se interesan y se motivan en especial el familiar porque saben que es para niños y es mas suave

- En cambio el del paro es otra veuacha y es mas duro, es de noche y llegamos a media noche, es algo para adultos.

- Eso es lo que tiene Fonti, que llega gente de varios lados, por que saben las notas, saben la experiencia y saben que es puntual

- Al centro hemos ido a llevar refrijones, hemos llevado galletas, sopa con los coyotes

Recursos:

- Chaza
- Parlante
- Venta de empanadas
- Contactos con Colegios de Matelena
- la casa de la juventud
- Otros colectivos - Mejor en Bici
- Familias Fonti

Rotar

¿Cuál es el problema que trato de resolver?

- Fortalecer la identidad Comunidad - Fonti - Fontevada
Pertenencia

- Fortalecer el tejido social a escala Barrio-Localidad
como una parte vital de la ciudad

* Pregunta de Diseño.

¿Cómo puedo fortalecer la comunidad?

¿Cómo potencio la identidad del Barrio? / Ciudad?

desde la comunicación.

- Identificar y fortalecer
- No tienen → G-shonor.

Impacto final.

- Quiero que todos los miembros de la comunidad se sientan orgullosos de ser miembros y que quieran pertenecer.
- Fortalecer la identidad de la comunidad, mejorar su relación entre sus integrantes y fuera de ellos = ¿cómo se están moviendo?
 - Líneas de acciones.
 - Relaciones entre personajes. Desde la comunicación.
- Mejorar el nivel de vida^(?) por medio de la estimulación deportiva e histórica.
- Potenciar los colectivos ciclistas de los barrios como referente de cultura y respeto.

¿Cuáles son las posibles soluciones al problema?

- Integración con otros grupos existentes
- Mejorar la comunicación del colectivo
- Vincularse con entidades que apoyen las iniciativas
- Proponer del colectivo a problemáticas de la comunidad

Referentes de Comunicaciones.

Potenciar Proponer.

Desde las estrategias de comunicación como ^{abordar} encanos el proyecto

de fonti: - Texturas
- Dices
- Colores
- Arte.

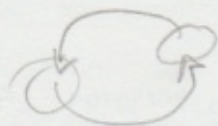
> Categorías

- Paleta de colores
- Textura
- lo que rodea la bicicleta
- como circulan el colectivo
- el común.
- Tipografía

Interacción

Que
- Mercados
Hay?

Como hacer para hacer que se valore los puntos fuertes de Fontibón para otros barrios - USUARIOS



→ Analisis urbano - Arquitectura
- Hortivores
- Urbanismo

Cultura - el grupo que identifica que es valioso para su comunidad.

¿A donde llevaria un extranjero a comer?
¿porchar?

Visualizar acciones innatas
y proponer otras

⊕ Perfil de Usuarios del Grupo. - Jueves.

- Puntos de notas - Debajos

- Mapas para llevarlos

(2)

- Razones de las Rutas.
- Ponde perciben las fronteras.

Cómo volver SuperCool Fontibón.

ProyectoK deam. - Cambiar el chip a partir de la comunicación.
16

Web. 16

Popular de hoy.

Productos

Polanear la identidad

↓
Queer mas si hay.

Identificar la IDENTIDAD

↳ Potenciarla.

- ⊕ Búsqueda de identidad de Fonti
- Chaceón
 - Que es
 - De donde sale
 - Cuendo n uno
 - Primeras casas.

①

Fontibón

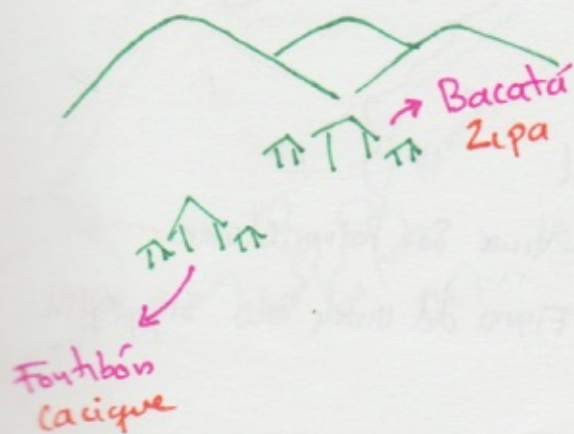
Nombre del Pueblo misica en Col.

- Sabana Chibcha → Nación de más de un millón de hab.

- Artesanía
- Agricultura
- Elaboración de Sal
- Orfebrería
- Cerámica.

Fontibón era una de las poblaciones que rodeaba y protegía la ciudad capital de Bacatá, sede del gobierno (central) del Zipa

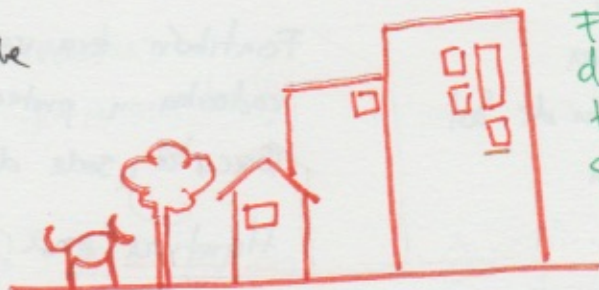
Huntiva era el nombre de su cacique que bajo su cargo tenía más de 1800 indígonas.



- ↳ Randerío de chozas apastosas
- ↳ Capitania
- ↳ Repartimiento
- ↳ Nuevo Pueblo de Indios 1538
- ↳ Parroquia de Blancos
- ↳ Distrito parroquial
- ↳ Municipio
- ↳ Localidad de Santa Fe

Cont 91

- Originalmente 9 haciendas que solo queda el Meandro del Say
- Se gestaron en la colonia varias reuniones que terminarian generando el movimiento revolucionario que llevo a la libertad del Pais
- En la Republica, despues del 9 de Abril del '48 empezo a recibir gente de todo el pais que llegaba huyendo de la violencia de los años 50. Asi perdio su calidad de pueblo apacible asabanero y se convirtio en un hibrido entre espacio urbano y rural que hacia 1954 ó 1955 termino convirtiendose en un nuevo Barrio de Bogotá.



"La vida de Fontibón era vida de pueblo, donde todas las gentes se conocian y se trataban"

- Hacienda Meandro de Say
- Estacion de Tren de Occidente
- Quintas
- Iglesia de Santiago Apostol - 1670 - ^{Catedral} - Virgen San Pedro Claver
- Puente Viejo - Puente de San Antonio - Figura del virrey Solis Sig. XVIII
- la Casa del Cacique
- Camino Salamanca
- Casa de Hospedes Hostes → Casa Wui
- Mausoleo →

Puntos Claves Actuales

- Aeropuerto y Terminal TT
- El Tiempo y el Espacio
- Maloka, CC Hayuelos y Salitre

→ Cuando llegas a Bogotá, llegas a Fonti!
→ Destino - "Lindas Postales"

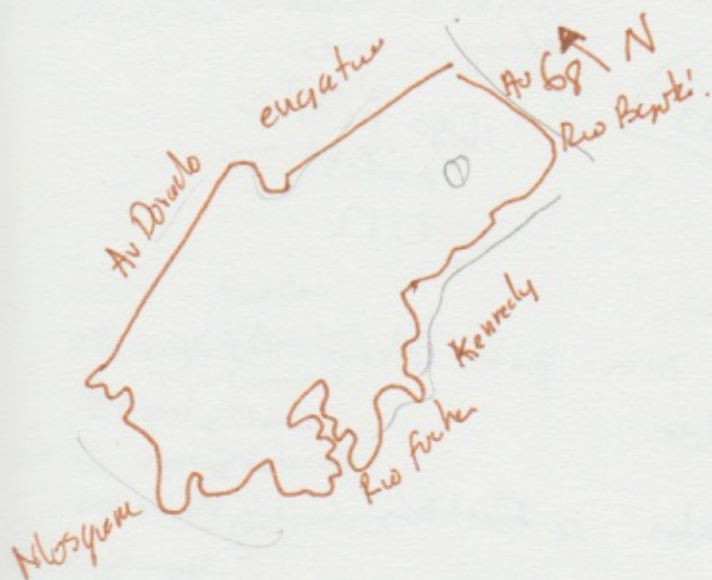
- Rios Bogotá y Fucha.

- Biblioteca la Giraldu
- Museo Aeroespacial.

43 Bienes de interés cultural #2 en Bogotá.

Vocación campesina (migraciones 50's) a Industrial

350.000 habitantes Actualmente



Tarea : categorizar de fotos - deconstrucción estética

Tipologías de
info.

- Tipografía
 - íconos
 - Texturas
 - Símbolos y signos.
 - lo que llevan en
 - bici
 - casaca
 - sitios
- > propósito
utilidad (1)

* Tareas en el grupo
→ Créditos ←

* Actas
- Acuerdos
- Tareas

Settings

position 551 360

scale 67

→ Miembros del grupo → Nequenos familiares

→ Micro entrevistas.

- Historias Viejas i. Nuevas

Ana López
pintora.



Dto historia
Andes
UN.

Cosas Maravillosas

de Fonti

Imágenes
Aerías

→ Mapas con puntos clave clasificados
x color.

→ Entrevistas a Fonti.

- colegios
- Sitos de reunión
- Mercados.
- No Soy del
- Porques
- Grupos culturales

No soy del campo, No soy
de la ciudad, Soy de Fontibón.

Fotos → IG @SoyFontibon

Objetivo: Mostrar a Fontibón como una localidad muy cool,
Por medio de imágenes y puntos de vista de locales
y quienes empiezan a conocer el Barrio

+ Tipografías - Avisos de Negocios
- Letras en muros
- Carteles
- Anuncios

+ Paletas - Colores de Casas
- Comidas
- Naturaleza

+ Texturas - Paredes
- Vehículos
- Comidas
- Vías
- Materiales
- Naturaleza

+ Símbolos y Signos - Religiosos
- Históricos
- Comercios
- Lugares
- Rituales
- Vitrinas

- Recuerdos
- Textura - Urbana
- Letras
- Avisos
- Historia
- Patrones

- Fontibón
- Paisaje
- Turismo
- Cultura
- Gastronomía
- Deporte
- Lugares mágicos.

- Caminos
- Calles



Fontibón

- Brus

- Accesorios

- Peregrinos de Negocios
- Vehículos
- Personajes

Personas para videos

- Viejo
- Adulto.
- Joven
- Compesino
- Trabajador /obero.

No olvidar las Notas!

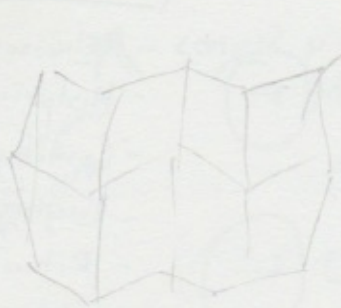
1. Fácil,ón empezar a conocerse

+ Como mostrar - Promociona la nota - crear una necesidad

+ elegir los circuitos > apoyen la idea del PG.

+ leyendas urbanas

A través de ya material la gente conoce la historia



PLAPA

Cebollitas

"Historias"

Beneficios laborales

<u>Pasado</u>	Mapa → antes. Poder.	Futuro Libro / cachito.
- Audios → Persona. - videos → - ilustración → - textos → Escuela. ↓ - Hitos Fontibón		↓ - Para niños.

→ cleavitas → puntos claves del recorrido (escogidos).

¿Un juego es Fontibón? ≡

- 3 paletas de color
- Tipografía con 2 y fontibón.
- Positivis - lenguaje?
- Texto descripción del proyecto. ≡

Varias propuestas

- Afiches

- Narrar como ha sido el proyecto.
- momentos clave

Alano Tercero

- Que estoy de acuerdo - y quien mas lo dicen - Afirmar - Refutar.
- Salud
- Apropiación
- Identidad
- Construcción de Ciudadanía Civilizada.
- (Crecimiento de megaproyectos + más autos = Pérdida del tiempo y estrés laboral)

- Se busca que Fomento sea más vital, sostenible, amigable y sano
- Disminuir los niveles de ruido y contaminación
- Mejorar la salud.

ley 1811 "Se otorgará medio día laboral libre remunerado por cada 30 veces que certifiquen haber llegado a trabajar en bicicleta."

empresas privadas, mixtas, industriales y comerciales del Estado y otros establecimientos por el derecho propio

- "Podrán adoptar el presente esquema de incentivos con arreglo a sus propias especificaciones empresariales."

Fases del proyecto.

- intereses x el ciclo [Acercamiento e intereses
- Comunidad
- Interacción

[Identificación del territorio

- mapa
- Características de grupos existentes
- entrevistas con personas clave.
- Identificación de tendencias
- Cómo se mueven?

[Selección de ideas

- Colección de mapas
- Colección en fuente 

[Aproximación del caso de estudio

- Investigación
- contextualización.

- Riquezas

[Propietas del proyecto.

- Que necesito para =

+ Seguridad - valores de los locales

- Frecuencia Redes.
- Actividades normales.
- Cantidad. usuarios.



- Mirada del local identificación de los logros.
- agono.

investigación.

↓
Melisa
Elsa.

Tellens. identificación de Narrativas:

- Metodologías de investigación.

identificación orgánica



identificación de logros.

clave por categorías

- Barbano
- Lynch.

→ categorías x colores

e identificación en el mapa x parte de los habitantes.

A Pelar a lo
Emocional.

andar a Barbano al proyecto x conceptos.

Visualizar los conceptos.

Juan Carlos Pergolis.

Darle el lugar
y por eso

desde la gente
viven
las cosas.

Cuanta gente necesita

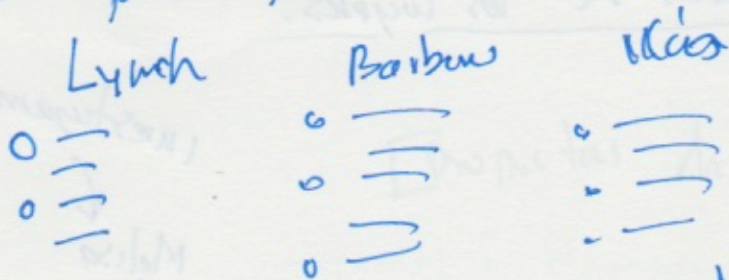
→ como saco la muestra
de la gente

- cuantitativa %

- cualitativa ♥

↓
Percepciones de Fontibón.

de qué categorías hablo



como hago un taller xra identificar en foto con los grupos clave.
↓ como escopo la gente?

lynch.

Imagen ambiental → el observador escoge, organiza y dota de significado lo que ve

identidad → ¿qué sitios son tienen una identidad separable individual y unitaria de fondo?

estructura → su relación con otros objetos

significado → prácticas o emotivos

imaginabilidad → suscita una imagen vigorosa en cualquier observador fortaleciendo la imagen mediante artificios simbólicos mediante la reducción del que percibe o remodelando el entorno

Sendas: la gente observa la ciudad mientras va a través de ella y conforme a esas sendas se organizan y conectan los demás elementos ambientales.

Sendas con orígenes claros y destinos claros y bien conocidos

: Identidad vigorosa y contribuyen a mantener ligada la ciudad y dan la sensación de la posesión del observador.

Bordes: límites entre dos fases o rupturas lineales de la continuidad. Elementos lineales que el observador no usa o no considera sendas.

Nodes: Se constituyen en focos de un barrio sobre el que irradian su influencia y se yerguen como Simbolos. Son puntos pequeños en la imagen de la ciudad, pueden ser grandes manzanas o incluso hornos enteros.

Mojones: Puntos de referencia donde el espectador no entra en el, sino que es exterior. Un objeto físico definido con bastante señalización.

Mojones locales: Son visibles en localidades restringidas y desde determinados accesos: letreros, frente de tiendas, árboles, detalles de arquitectura urbana.

JMB

Nómadas del
espacio

Los jóvenes no están preocupados por construir
↑ NO es su oficio

El espacio ha dejado de ser el territorio
porque desde la niñez y la gente joven habita
el mundo.

Hoy los jóvenes tienen su propia geografía que
tiene que ver con la música que les gusta, personajes
del cine... geografía ligada al presente

Apuesta por una espacialidad que se
convierte en territorio a medida que la gente
empieza a estar juntos sin necesidad de
estar en la misma sala.

experiencia social

Cualitativo

- casos reales en info.

D. Memoria

- historias de la localidad.
- Ve
- coka
- mele

: Marc Augé - Antropólogo
Urbano.

- lugares Antrop.

- No lugares.

Fontición

↓
descripciones a través de los
sentidos

- Colectivo FR
- Comunidad

← Muestra
estratificada
cual.

Qualitative Research and
evaluation Methods
Michael Q. Ped.
cap - Sampling.

Historias de vida.

Hitos - momentos de
coyuntura.

-clenex

[E Beltrán]

no fe
-elsa.

muestra saturada - y o no hay elementos nuevos.

indagans de lugares hitos
tipología detonantes

Coyuntura - emocional.

-cotidianidad
-utilidad

detonantes clave
de las tipografías

Comprobaciones de entrevistas

- Grabar el Dominio
- Imprimir imágenes
- Formularios de confidencialidad
- Formatos de conceptos en entrevistas.

Valor de la Memoria

Repositorio de las Memorias de Fentibán
Orígenes de

Reconocerse como local de F. a través de
las maneras de relacionarse.

Adultos		Jovens		identidad de F como se identifica
---------	--	--------	--	--------------------------------------

¿Qué le preguntas a la gente de Fontibón?

Hitos

emocional
utilidad
cotidianidad.

- tiempo de unión al grupo.

- Que lo hizo unirse

- Por que va?

- Para lo que es Fontibón?

- Momento más duro en el colectivo

- Recuerdo más vivo en el Barrio

- ¿Qué te huele Fontibón

- Como suena FB.

- ~~Que~~ sientes

- Como sientes que la gente reconoce cuando
mensuras que vives en FB

-

Casos típicos:

- Usa todos los días la bici
- quien tenga negocio u ofrezca algún servicio
- Son del colectivo y no viven en F.
- Son del colectivo y viven en F.
- Gente que no vive en F - Bici usuario
-

Transcripciones Bici Pasado.

La asistencia fue muy baja de parte de los convocados, ~~especialmente~~ por ser gente, la mayor asistencia fue por los miembros del colectivo.



Simbas y novatos/os de miembros del colectivo

Asistentes 15

Ente 7 Castilla 4 Siba 1
3(?)

¿Español.

• ¿Hace cuánto estás en FR.?

- Hace dos años

• ¿Cómo te viste al FR.?

- Siempre me gustó montar bici, yo los había escuchado y los había visto por ahí porchar, hasta que un día empecé a ir a las rodadas y fui conociendo a los muchachos, entonces un día llegué al parque donde hacen los reuniones, unos me reconocieron y ahí me fui animando. Ahora doy ideas y opino sobre lo que se planea hacer.

• ¿Por qué vas a FR.?

- Por que es una chumba, me gustan mucho los bici y rodar por todo lado, además acá conocí mucha gente chevere y muy diferente, yo de persona viví en el Barrio, mi papá tiene una panadería y siempre que estoy por acá paso a saludar o a tomar algo.

este porche siempre me ha gustado porque la gente quiere lo mejor para todos las personas que van a las rodadas, siempre tratar de entenderlos e integrarlos en las actividades, lo de las rodadas familiares, los pocos temáticos o a los afueras de Bogotá. Además se reunon y pueden van otros colectivos, lo que se bien hacen porque se hacen grupos grandes y se queda más seguro en los Barrios familiares siempre trato de llevar a mi hijo y a mi mujer para que conozcan más y vean con quienes me la paso...

• ¿Qué es Fontibón?

- Fonti. es el sitio que me más crece, aquí tienen las casa mis papas y se negocia de toda la vida, siempre que vengo me trae muchos recuerdos desde que voy por las cuadras.

Aquí fue donde tuve mi primer empleo, pero como era tan cerca y yo quería andar más en la ciudad me busqué uno más lejos (risas). Aquí uno encuentra de todo si sabe preguntar, trabajo, comida, trabajo. lo que más me parece bueno es que Fonti. es muy diverso y hay mucho tipo de personas.

• A que te huele F.?

- Es la primera vez que pienso en eso. Yo creo que F. huele mucho a ~~campo~~, como a humo de carros y ~~humo de campo~~, aunque es lo que me pone a mí, porque, por ahí mucha hay gente m nada de eso, es bon raro. También me huele a la panadería de mi papa, yo sé que todas las panes huelen muy pascadas, pero siento que la panadería de papa es especial en su olor, esa creo que también es una de las razones por las que me gusta venir a visitados, También me huele a sabana cuando hacemos estas salidas, respirar este aire y con esta compañía, mi familia y mis amigos de todos son lo que más me gusta, poder traer a mi hijo y que conozca estos paisajes es muy choco.

• A qué se refiere #?

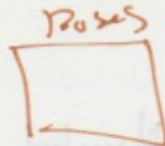
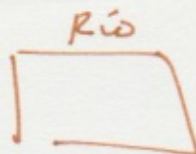
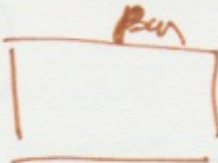
- Res depende mucho del lugar donde esté, porque hay zonas donde lo que suenan son las basuras, otro donde suenan los gritos de los vendedores, y otro los niños o silencio, bueno el silencio que puede existir dentro de la ciudad, siempre es muy variable entre un sitio y otro, además por acá casi siempre llueve, ese ruido es un sonido bastante especial, además porque como soy culata me toca parar a escaupar y me animo a ver la lluvia, ese además es un dar bastante particular.

El sonido de las basuras y carros ~~viejos~~ viejos siempre está por ahí porque hay muchas talleres crecientemente, además el año viejo huele siempre igual, eso es lo que huele de andar en lluvia, uno no hace ruido, no contamina y hace ejercicio.

• ^{cómo} ~~que~~ sientes que reaccionan las personas cuando dices que estas en FR? (F)

- Todo el mundo levanta los ojos y dice o insinúa "uy que loco" pero eso es algo que a veces pasa, cuando solo lo piensan, pero la verdad en Bogotá no se sienten las distancias porque uno va muy rápido. A veces también preguntan que tan integrado es, pero no es más inseguro que muchos lugares de Bogotá.

✓ A que hace



Iconos generales de foros.

- Mapa - Reconoce los lugares señalados.

- Dentro de los lugares históricos cual es el más importante para él.

- De los lugares — cual le parece increíble.
Dar pistas



- Que sonidos asociar con Fortalecimiento Directamente:
Sonido 1. Sonido 2..

✓ Carta de consentimiento informado.

Señales de preguntas

1. Parte del Colectivo

2. Percepción de F.

3. Que lo hace sentirse pertenecer a F.
porci be

Señales que me atan al lugar.



Nombre _____

Edad _____

① localidad y Barrio de residencia _____

② Hace cuanto tiempo montas en bicicleta? _____

③ Cómo te uniste a Fonti Rueda (FR)? _____

④ Que cosas que te hace volver al colectivo? _____

⑤ Para ti que es Fontibón? _____

⑥ Que sientes cuando estas en Fontibón? _____

⑦ crees que Fontibón tiene un olor y sonidos únicos? cuales? _____

⑧ Como sientes que reaccionan las personas cuando dices que perteneces a un colectivo en Fontibón? _____

Guide Tour → Mapa F.)

⑨ Que sientes que te conecta con Fontibón? _____

Sientes que tus emociones y _____

⑩ Como crees que perteneces a Fontibón? porque?
Como?

⑪ ~~conoces algún/los lugar histórico de Fontibón?~~

de los lugares históricos de Fontibón cual crees que es el más importante.

⑫

Emociones y Recuerdos.

- Recuerdos de la

niñez - Bruleto

- Barrio

→ Papi → Familia

Valores

- Trabajo en equipo

- Amistad

- Percepciones Sensoriales

-olor?
sonido?

- Sensación de seguridad

Ways importantes.

- Plaza Ponderacional.

Reservas naturales n/a

- Dos medidas de transporte
Bicicleta y Moto

- la bicicleta la uso desde que tengo memoria hace 20-22 años

↑
Salía a andar
con mi padre

→ la 20 Emocional
con la bici

- el plan familiar de los domingos era salir a caminar

Familia + lo que marca su vínculo con la bici

- la bici lo tengo hace dos años, es la mejor inversión que uno puede hacer

- Yo me muevo x toda la ciudad y conozco ciclistas y deportistas y principalmente
uso la bicicleta debido a la inseguridad que hay en la ciudad primero
que todo y segundo el mal estado de las vías

FR

- Ando muy bien y un día pase x mi casa y la vi ahí reunidos y
empecé a andar con ellos, estaban superando los ciclistas en Bogotá y
no estaba todo tan estructurado, eran cosas más como por diversión, pero desde
como un mes, y seguí montando bici por ahí, después del 3 años

recuerdo todo lo que era salir, compartir, recorrer sitios de la ciudad a los
que no antes acostumbrado a ir, como la circular y ver Bogotá de noche
con los amigos en bici, son sitios muy lindos, que antes frecuentemente pero
no te fijabas muy bien en ellos, en cambio esas cosas más y observas
algo diferente, desde este punto empecé a andar con FR todos los
días.

- la bici es lo que nos hace a todos volver a sentir. el amor a ella,
lo segundo es el ambiente, yo creo que es el porche más bonito de todos,
ahí nunca te van a hacer el feo por nada tengas el problema que tengas,
por lo que está pasando...

Valores

la unión y la amistad, esos son los más importantes; hemos estado en rodadas en las que tu vas muy lejos, una vez por hasta Memecabo con FR, y vienen como dos días de viaje, a la de vuelta de la nada se me reunió la llanta y un compañero de FR, Avanto, corrió y me la arregló y gracias al man pude regresar. Ese grupo es como una hermandad, no deja botado a nadie

→ Habla de esto en toda la entrevista

→ Relaciones con Familia

- Yo me siento lleno de orgullo, no cualquiera va a la catedral en ciclo y ya tú sabes que perteneces a un parche, entonces tú te sientes, grande por dentro al ver todo eso que logaste, ~~de~~ y también sientes parte del grupo porque con ellos practicas, reuochas, y la pasas bueno

→ Por los logros y lugares que has llegado

Fb

- Fb tiene recuerdos grandes con mi padre en el parque de Fonti, me acuerdo que cerca vendían unos sandwiches en la tolada y él sabía que me gustaban mucho y él me llevaba sandwiches todos los días de allá.

→ Familia

Recuerdo cuando estaba allá con tu familia, pero muchos recuerdos más que todo en el parque en la plaza central de F. eso me transmita a mi influencia a mi niñez

- la verdad ahora no ~~veo~~ voy mucho a F ahora, pero sí tengo una gran conexión con F. muchos recuerdos

→ Dependiendo del tipo de persona, hay gente que no sabe, les explico y algunas son indiferentes, otras, se emocionan y entre algunas dicen como que ya es muy bueno porque ya es algo que ya está muy estructurado, muy bien armado, ya sabes que todos los jueces encuentran otra familia, entonces la gente trabaja muy bien, ya sabes que es de ese parche y es un parche de bien que vas a hacer deporte,

estar con los amigos, a pasarbacano, el que sabe recreona bien,

Plaza
Fundacional.

historias

- Conoce varios, pero yo creo que el más representativo es el parque de F. para mí es el parque de F. ahí está toda la historia de F. y ahí es donde se desarrolla la mayor parte de F.

¿dónde se reúnen?

- Ahí, vamos al parque principal de F. porque ahí está la iglesia, están toda la almalenes, está el comercio, dentro del parque hay mucho comercio, concentras de todo en ese parque, desde almacen de ropa, hasta bares, la iglesia, el parque para jugar. Yo creo que de F esa es la parte de más afluencia de la gente

Familia Niñez Recuerdos.

Sabr a rodar

Conocer sitios

Compartir con amigos

Contención

la Unión

la Amistad.

Parque Fundacional

Va por las calles en bici

Tipo de preguntas:

Uso de la Bici /

Relación con FR.

Postion up

Valores

/ Lugares.

Ver Números y
Datos.

Filtrar cada palabra clave.

excel

Bitacora →

- Pregunta aspiracional de FR

Cómo es el Bici que más chueca?

- ¿Que no funciona? = cómo lo resuelve.

Exhibitor a Elsa

- hacer preguntas sobre el Mapa

-

Presentación : A302

3-6

A Dico.

10 min esd. d.

5 mm Joradas

Algunos medios

entregables

describir la situación

Propuesta de octub

Componentes y temas

Resumen de la memoria → y como me lo imagino

1
minuto
puedo
describir

> Algunos Formatos.

→ Que va a lograr FR
en Visibilidad,
¿cuál es el impacto real?

Que quiero lograr para el
Colectivo.

Comparto en 16 xva Fotos.

ESCRIBIR
Soy Fortibás.

Entrega 4 Dic.

inicio

modo

desarrolla

Describir las características de la situación específica trabajada del contexto de uso y aplicación de la propuesta

- propuesta de estrategia

- mediaciones iniciales del proyecto
→ Componentes y relaciones entre ellos)

- instrumento de evaluación de la propuesta con indicadores coherentes con la misma

Inicio - cuenta la problemática
contexto
usuario
Actividad

¿Cuál es el impacto que queremos tener el proyecto en FR.

Objetivo: lograr mayor visibilidad y reconocimiento del colectivo FR en la localidad de Fontibón.

inicio

→ ...

* Crear la problemática (1)

Fortalecimiento de la imagen de un colectivo de biciusuarios de Bogotá
a través de la comunicación

Identificación de colectivos de Biciusuarios en Bogotá
X Localidades.

que sea
20 grupos. 6 + (2)

- Presencia en redes
- Antigüedad
- Proximidad al colectivo
- Identidad gráfica (?) propia
- Potencial de la localidad

(3) Categorías de selección de la localidad

- * Historia de la localidad
- * Diversidad de espacios
- * Cantidad de otros grupos/colectivos
- * "Familiaridad" de la localidad.

~~Características propias del colectivo~~

* Selección de localidad (4)

Fontibón → 3 bici colectivos

- Teja Roto
- Aeno Rideus
- Fontibón

- Presencia en redes
- Antigüedad
- Proximidad al colectivo
- Identidad gráfica
- Portafolio de servicios

Fortalezas propias de FR.

- Convocatoria
- Red activa en F.
- Miembros con actividades comerciales en F.
- Reconocimiento en la localidad.
- Integración hacia la familia
- Integración con otras localidades/colectivos.

⑥ Soy Fontibón

Que es?

Estrategia que resalta los valores y
(lugares) - tesoros propios de F como los lugares
que mejor representan a la localidad y generan
una conexión a través de las generaciones
(emocional)

del uso de la bicicleta

⑦

¿Para qué?

lograr mayor reconocimiento y visibilidad
del colectivo FR dentro de la localidad

Colectivo Sostenible

Acceder a
convocatorias

ser referente
para los demás colectivos

⑧ ¿Cómo?

análisis gráfico (visual)

- Paisaje

- Color

- Tipografía

① ¿Cómo? investigación cualitativa.

Basado en Lynch, Barbo, Michael Quinn

/
Ciudad

↓
Nombres
del espacio

— Preguntas que se comparan con otras (¿cómo se comparan?)

Propuesta - Estructura

- Estrategia de comunicación que se a fortalecer la identidad visual del colectivo de adultos en Fontibón.
- Estrategia de comunicaciones - Multicanales - que busca la estimulación cultural y apropiación de la localidad de Fontibón. Basados en meditaciones y actividades propias del ~~del~~ colectivo y la localidad.

¿Cómo?

- Los medios de productos y actividades del colectivo que donde se pueda evidenciar el trabajo comunitario, desde la ideación de los productos, su materialización y producción y comercialización.

web + Productos
APP

- Emocionales
- Locales
- Aporten al aFR (Rentables)
- Identidad de FR

web
APP

→

¿Qué es eso?

La página web responsive para todos los dispositivos, permite que la experiencia de los usuarios sea óptima en cada navegación.

- ¿Qué va a tener?

- Definir qué es FR - ¿Quiénes somos y propósito (misión - vision)
- Galería
- Calendario de actividades
- Venta de productos
- Publicidad.

Productos

- Postales - Fotos y mensaje emocional
- Calendarios - Fotos y mensaje emocional
- Datos históricos.
- Carteles / mapas - Vectores sintéticos de la localidad

Manual de imágenes.
X/ NO DISTINGUIRLOS.

- ¿Cómo llamo la atención de extranjeros?

// Definir estrategias - internas - externas. > Feedback.
// que necesito para que funcione

* Herramientas de aprendizaje didácticas.

- Analógico
- Digital.

Paso 1.
2.
3.

- No programar
o personalizadas.

* Que herramientas usan. → Canva

- Proveedores y puntos de contacto.
- [?] Software de diseño.
- Canales
-

- Crear copys de piezas.

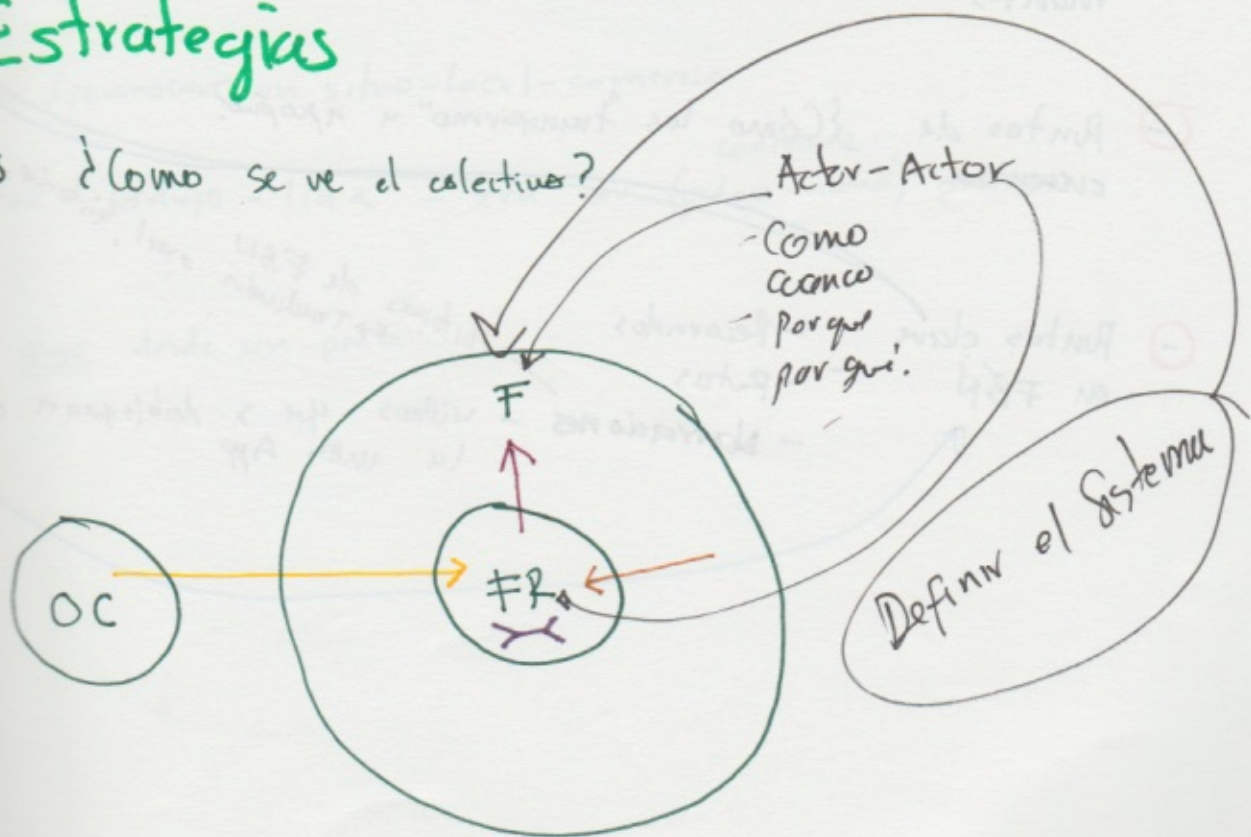
Recolector piezas de FK.

- Recursos
- Líneas compositivas
- Tipos de piezas $\rightarrow$ Distribución

líneas ^{estáticas} transversales de productos
y propias de cada producto.

Estrategias

Internas ¿Cómo se ve el colectivo?



lo que ya tienen

- Calcomanías - proveedor? cada cuanto? Para que más sirven?
- Jerseys - ¿quien los diseña? ¿que concepto? programa?
- Música - ¿que tipo? ¿quien la escoge??

⊖ Banderines - Como son? cuanto los llevan?

- Redes ^{-FB}_{-IG} > Estilo? ¿que tipo de publicaciones?

⊖ Olor - Escribir un olor para el colectivo

- ejercicio de likes

- Aumentar presencia en redes apoyados en el core del colectivo

↓ Estrategia en puntos de encuentro para conseguir más seguidores

- Entregables - Volantes - ¿quien los diseña? como los imprimen - distribuyen?

⊖ Puntos de encuentro - ¿Cómo los transformo y apropio?

⊖ Puntos clave en FBN

- Recuerdos
- Retos

- Narraciones - videos que se desbloquean en la web App

Historias de FBN
→ Traducción oral, historias, vivencias

¿Qué productos ofrecen?

- Rodadas fuera de Bogotá - Turismo.

- Familiares - Rutas e historias ^{lugares claves.} - para niños

- Temáticas { Días y fechas especiales
Ruta de la fecha/cuento.

- Sociales -

- Lugares clave (históricos - turísticos - Ambientales) en Bogotá. Dentro y fuera de la localidad.

Vinculaciones

Candelaria - Fontibón.

¿Que hacer en los sitios?

- Recolectar la basura

- Comprar / reconocer un sitio - local - comercio

⊖ Marca - código - link - xra ver ^{contenido} (video - audio) online.

- "ver algo desde un punto".

Colectivo

Digital →
Web App
Redes

¿ónde? ¿qué? ¿cómo?
Sitio

Como se ve
el colectivo

- uniformes
- sonidos - obras
- Colores
- Día / Noche

Análogo

- Impresos
- Postales
- Portales
- Mapa
- Volantes

Digital

- Página web
- Videos
 - Textos
 - Productos
 - Narraciones

Actividades

- Rutinas
- Familiares
- Tradiciones
- Ritos clave
- Fechas clave.

Narraciones de FBÍN

Empaques.

- Mockup
- Antlogo
- canvas.

- Tipologías de Narrativas.

Tipos clave — xva • Rintos o zonas de las rutas • Iconos

↓
Que me dieron los
mapas (entrevistas)

Tipos de Narraciones

- Postales • Imagen
+ Texto emocional
- Recorridos • Historias de
- Fontibón
- FR.
- Historias Sensibles.
• Rutas peligrosas
• historias

Tipos de historias

Fontibón en movimiento

¿Qué voy a contar?

La historia del transporte

• Transporte

• Movimiento

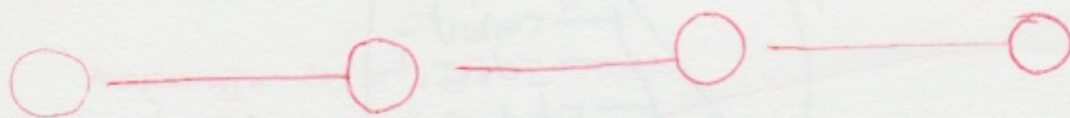
• Dinamismo

• Cambiar - llegar a.

→ Tema central "movilidad"

historia que tengan que ver con el transporte / movilidad / desplazamiento.

Historia



• Abuelos / habitantes mayores

↳ la historia de cómo era moverse,

¿Qué le contaban sus papás/abuelos?

• Personaje histórico

↳ Puente de San Antonio

→ Plaza Central

→ ¿Por qué se construyó?

→ ¿Qué lo hace importante?

• Padres de Familia

↳ Su relación con el barrio, el lugar donde aprendieron a andar.

→ lo que comporten y muestran a sus hijos

• Ciclistas del Colectivo

↳ ~~Antes~~ Historia de conformación

→ lugares donde les ha pasado algo trascendental
dentro de Fontibón

→ Historias y experiencias al descubrir
sitios dentro de la localidad.

una historia contada
en varias partes

varias historias que
se conectan por algún lado

• Emocional

• Espacial

① tema

② ¿Qué tipo de relato es?

Objetivo
del proyecto.

Historia

Audio visual en web

Texto en sitio

Impreso libro

Código en sitio

Relatos: ① - Objetivo del proyecto!

1 - Tema

2 - Tipo de relatos

- eugenés
- situacionales
- Fundacional.

3 - De donde sale el relato

4 - Quién ^{quiere} que lean los receptores ^(un proyecto)

Dispositivos Narrativos.

los espacios desde la población.
Lo que quite pasa x los esp.

Moscos
Cosa de la memoria

Lo que tengo enfoca en el colectivo

Objetivo del proyecto:

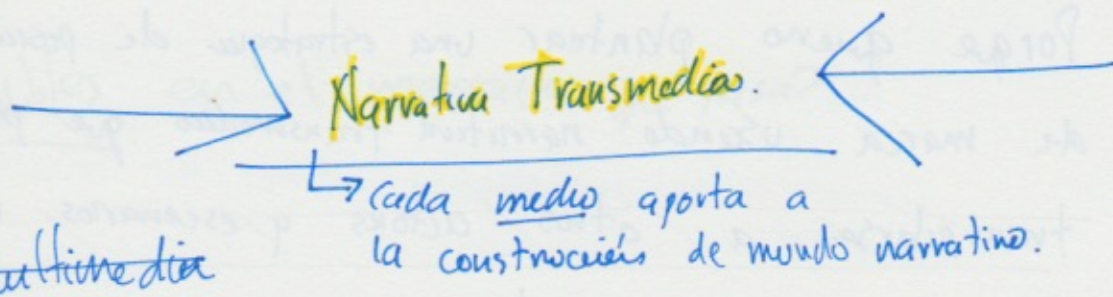
Estrategia de comunicación para el

fortalecimiento de la imagen del (de un)

Colectivo de ciclistas hacia dentro y

para de su localidad. con el objetivo de
~~objetos~~ sostenible. asegurar su sostenibilidad?

Diseño de un sistema de comunicación
integrado a una estrategia de



Sistema multimedia

0- estrategia de comunicación

- Sistema

- Posicionamiento ^{/presencia} de marca.

- Apropiación del territorio

... mediante la narrativa transmedia

• ¿Qué voy a hacer? →

• ¿Cómo lo voy a hacer? ↓

Recolectando historias, experiencias y emociones ^{Por medio de entrevistas semiestructuradas.} de los miembros del colectivo y habitantes de la localidad ^{usando una investigación cualitativa.} con el propósito de localizar e identificar la narrativa que va a conectar las mediaciones

• ¿Por qué lo voy a hacer? ^{Problemas de no ser viable.}

Porque quiero plantear una estrategia de posicionamiento de marca usando narrativa transmedia ~~que pueda transpirarse a otros actores y escenarios usando los mismos componentes.~~

Quiero aumentar la visibilidad ~~del~~ - para competir con otros colectivos

Cuándo

Entre 2018-11 y 2019-1 se hace la investigación, prototipado de experiencia, y se transfiere el proyecto al colectivo para que lo manejen por su cuenta desde 2019-11 en adelante.

• ¿Para qué lo voy a hacer?

Para que el colectivo sea sostenible tanto de manera económica como en el tiempo. y sea reconocido dentro y fuera de la localidad.

Tema de las narraciones

• Experiencias de transporte

¿Son visibles en el mercado qué pasa?

¿Qué?

Estrategia de comunicación para posicionar

un colectivo de ciclistas en una de las localidades de Bogotá, con el propósito de aumentar

su visibilidad ^{ante el público objetivo} y así comercializar sus productos

y servicios dentro y fuera de la localidad.

→ ¿Cómo lo voy a medir?

Objetivo

FR

- Motivar a las personas de la localidad
- ~~Contar~~ ^{Transformar} los productos e historias del colectivo en merchand
- ^{sumar} Visibilizar.

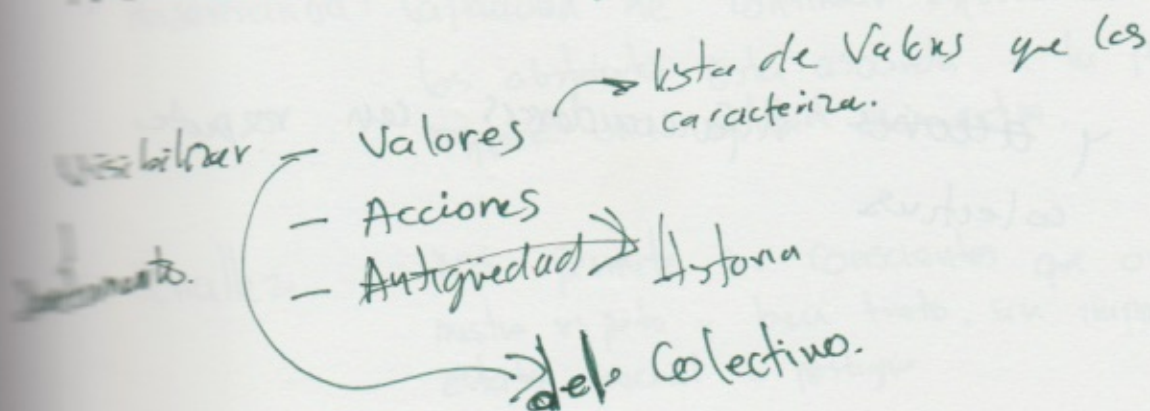
¿Quién quiero que escuche mi relato?

Hombres y mujeres de 18 a 35 años de la localidad que monten bicicleta.

- Como voy a medir? ^{visibilidad}
a como se mide.

- Nombre
- Edad
- Historia

Punto donde están hoy - Percepción



30 Abril

31 de Mayo

todo hecho y
medido

hacia dentro - Aspiracional

hacia fuera -

Que ganar ellos siendo más visibles

→ Recurrente en las historias e investigación

→ Valores y ~~acciones~~ diferenciadoras con respecto
a otros colectivos.

7

(Altruismo)

- **Generosidad**: Búsqueda desinteresada de la felicidad del otro.

- **Colaboración**: Participar de esfuerzos colectivos sin tener en cuenta el beneficio personal e individual sino el beneficio para todo el grupo o la comunidad.

- **Empatía**: Capacidad de comprender los sentimientos y pensamientos ajenos, la situación por la que pasan otras personas aunque sea diferente a la propia.

- **Persistencia**: Capacidad de continuar esforzándose a pesar de los obstáculos. Esta asociada a la paciencia, pero requiere una actitud más activa.

- **Señaléz**: Nos permite ser conscientes que otros merecen nuestro respeto y buen trato, sin importar nuestro estatus social o prestigio.

- **Solidaridad**: Implica involucrarse en problemas de otros, colaborando con la solución.

- **Voluntad**: Actitud de intentar hacer determinadas cosas o lograr determinados objetivos.

- **Respeto**: Capacidad de aceptar la dignidad de otros.

Coatitlan.

Survey Monkey.

Habitantes de Funtibón 424000 $\rightarrow$ 45.1% < 25
191.224 hab.



Preguntas tipo Likert.

• Afirmación en primera persona.

Identificar la percepción del colectivo

- Reconoce actualmente algún colectivo de colectas en la localidad
- Tengo acceso sobre actividades culturales de la localidad
- Actividades cívicas.

• Invitar a la comunidad a que se unan a sus actividades.

• Criterios de identidad visual.

• Comunicación y vinculación de roles
 $\rightarrow$ estructura.

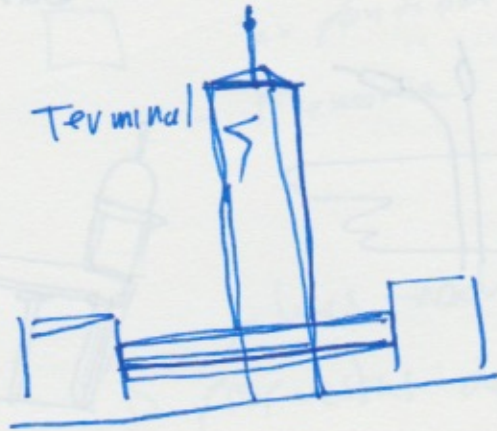
- Regular
- Píxeles
- Oportunos

Peras. - concept

Mabka



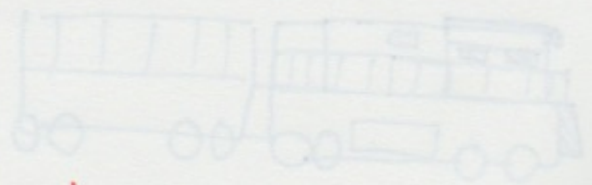
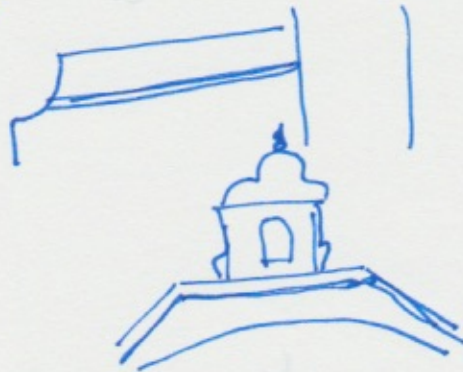
Terminal



Aeropuerto



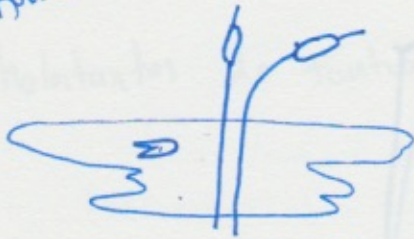
Puente San Antonio



71

+ extensions.
Paseo

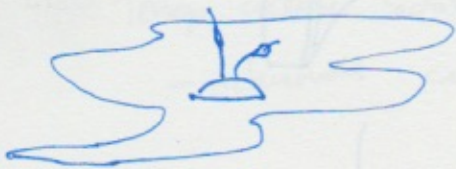
Humedal de capellanía



Basilica



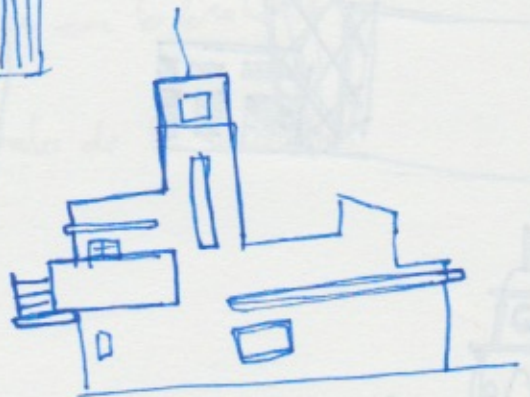
Meandro



Arbo

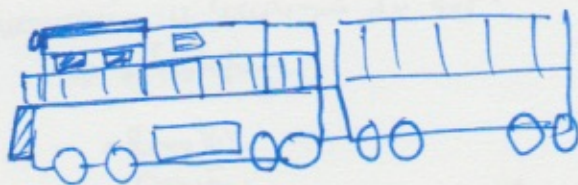


Estaiuós



Tren

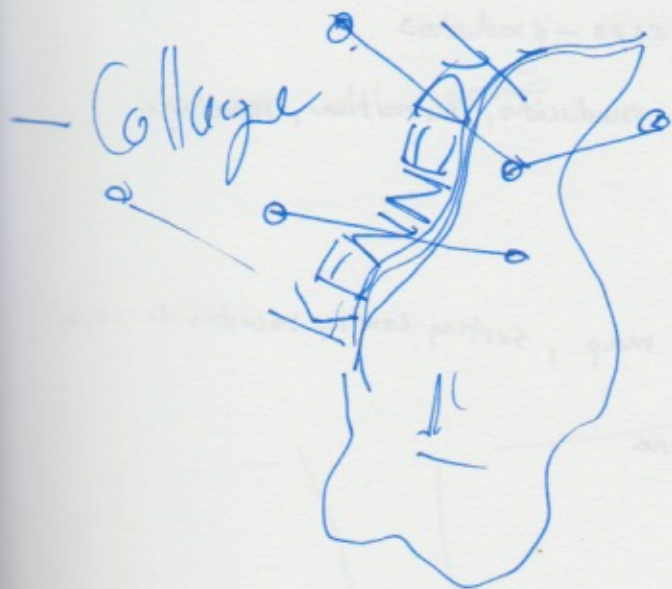
? w/f



Que otra info?

- Tallers.
- redes - Services
- circuits.

Que Significa
Ser pontific
- Memoria



lunes - noche.
5 propuestas de locos. → auto
metal

1 Estética mapa vacío, ?
adentro.
[afuera?]
↓
Mental → narrata.

Memoria
y herencia.

↓
referentes
↓
diferentes
meditaciones.
tengo:
nostalgia
padres.
hijos.

Portafolio

1) Afiches ~~mintic~~

2) Publicaciones OIM

3) Resume

4) Diverso de eventos

- Clean - Eventos - Carrera - expo - productos

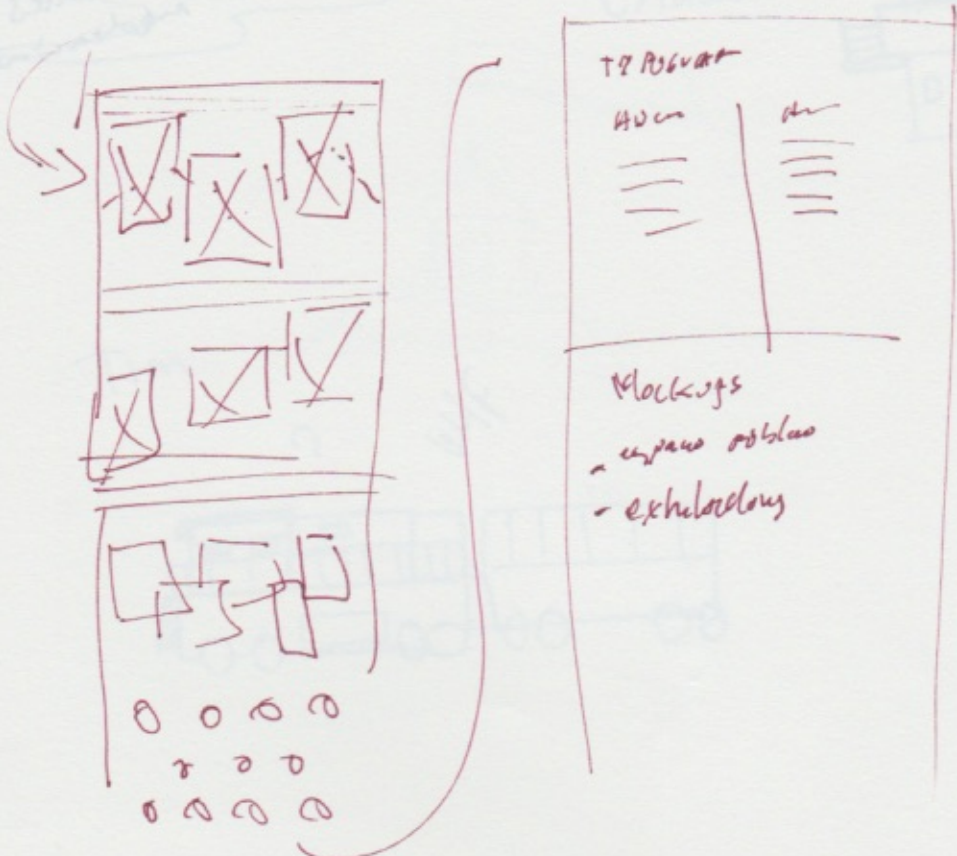
- Alemania + Concepto, producidos, Narrativa, montaje

5) Productos Centro de diseño

- e Bienestar - Journey map, sorting cards, recortes de papel

- Productan - esto response

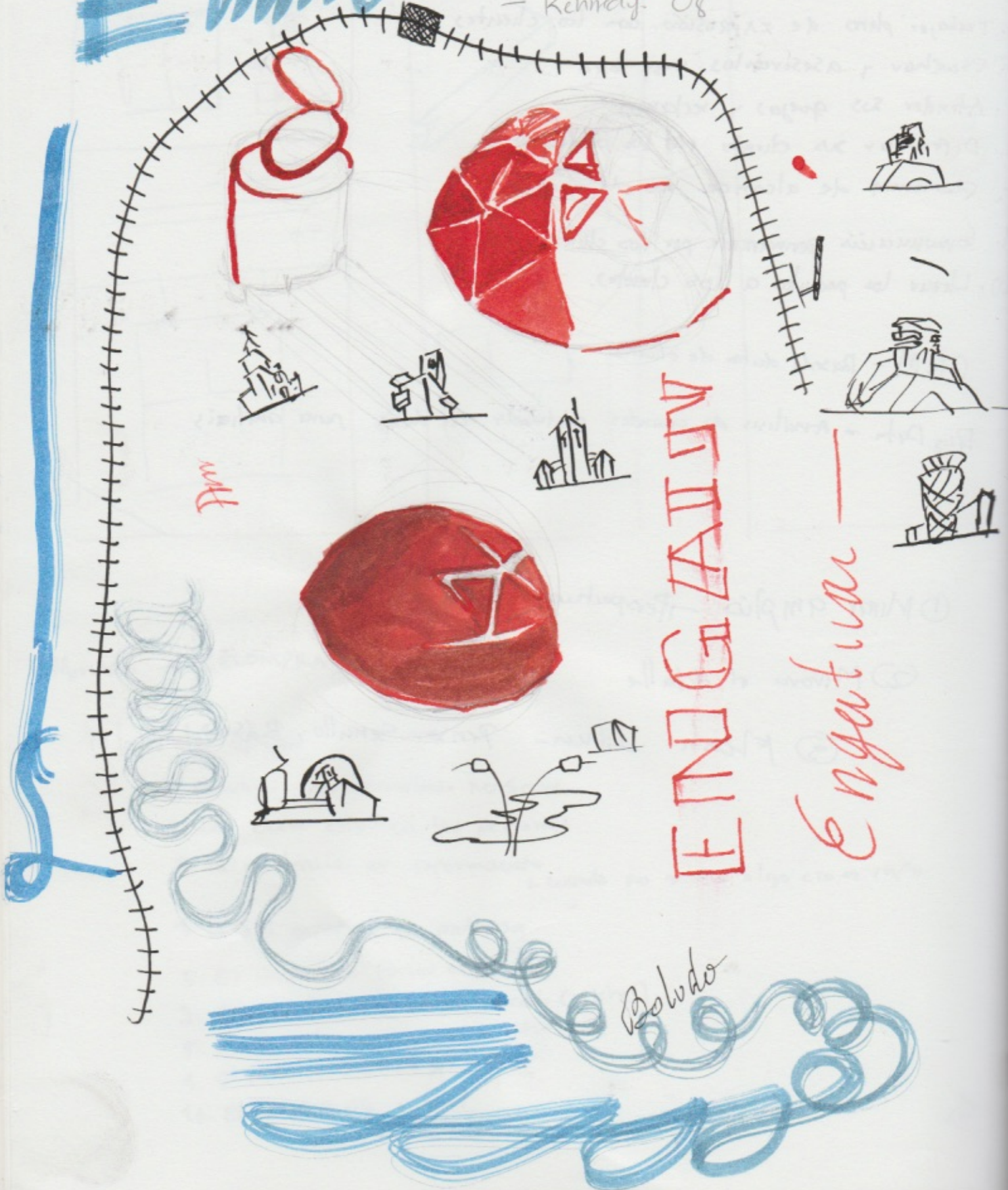
* Herramienta. Sketch.



- Engativa 10
- Teusagillo 13
- Puente Aranda 16
- Kennedy 08

Fonti 9

Engativa



localidad 10

ENGATIVA

ENGATIVÁ A A A
N N N

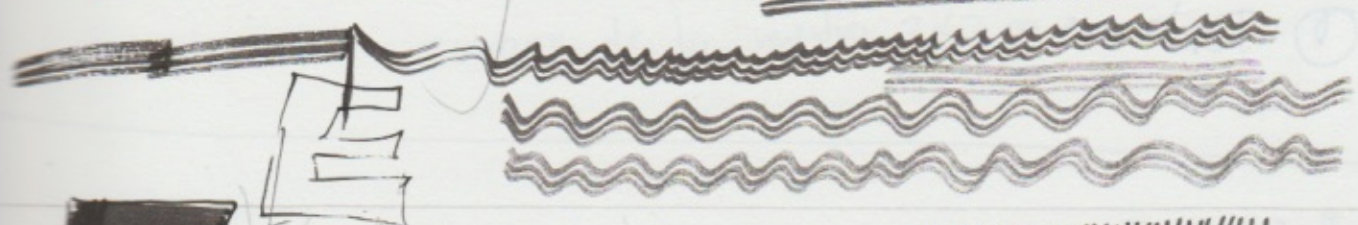
ENGATIVÁ

Engativá ENGATIVÁ

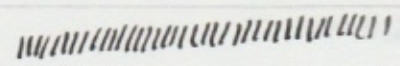
Engativá

ENGATIVÁ

ENGATIVÁ



ENGATIVA



Collage
Collage
Collage

Pa
Mmmmm
60-

Cuentas paradas — estructurar.

Memorias

① Saber las paradas prudentes. — que debería ir en cada momento

- institucionales
- histórico
- emocional.

> emocional
Recuerdo - Memoria.

②

Logística de las paradas.

- intervención del espacio

Presentación

- Desarrollo gráfico

- Narrativa

- Circuito

- 1 - Narrativa,

- 2 -

- 3 -

- Síntesis del Semestre Pasado.

- Resolver gráficamente las frases.

① - Texturas

Resumen —

-Araderia

-Mascota

-Mecánico

-Tienda

-Parques.

• Paradas

logística del lugar.

Tipografía

gunk Kss

Alantela

Akey

Ky

Steel war 25

Natural Ma Kew

EA. 45% = 190.800 jóvenes menores de 25

45.400 media poblacion 76.320

Nivel de Confianza 95%

Margende error 5%

Tamaño de la muestra 383 px

- Que soluciones plásticas va a tener mi proyecto.

- App Web

- Desktop
- Móvil

un solo landing

- Scroll

- Estética xra los demás plazas.

Contenido

- Quiénes somos

- lo que hacemos

- Interacción (Mava y AR)

- lo que dicen los FR

- Historias del Recuerdo

- Carrito

- Servicios de FR

- Talleres aliados

- Bicimonstrajería

- Comercios aliados

- Redes.

- Mapa

- Tabloide

- Historias

Un viaje y un regreso

- Fundacional FR

- Como nuncio, lo que los identifica ✓

- Rutas Emocionales FBN

- Mi abuelo me contaba... el tiempo...

- Historia de la gente de FBN - la señora de los frutos.

- Historia FR - Aprendí a montar bicicleta en estas calles.

- Billar.

La historia dice que estamos hechos de lo más fino y lo fino jamás se

- Portales

AR

↗
Vinculados con
el mapa.

Historias

1 minuto.

- Videos del sitio con la voz de narradores

- Fotografía

- Narración de
Una historia

- Textura

- Sonido del
sitio

• Dibujo

- Modelado.

- Contar para escuchar.

- Palabras con las emociones de la H

- Hacer el Mapa
- Palabra independiente
- Detalles de Brochuras
- Palabras de la historia

1 Recorrido
1 historia 5 Paradas

• Conectar con los lugares de FBN

- Maloka - FR^L Lugar principal (Antel de Fontibón)
- Plaza Camilo
- Tren - mi papa me contaba...
- Panadería - El sabía que a mí me gustaban los pasteles de ahí
- Ciclista a deshoras

• Maloka
Emblemática FR - Nacen [Nuestra historia: Nuestra historia merece ser contada...]

• Historia en la Plaza -
Aprender a montar bici
crecimos así:

• Panadería
Nuestra familia:

• Tren:
Nuestra Herencia

• Tienda de Comida Rápida
Nuestra localidad

Diagrama de Recorrido

- Introducción

- Punto 1. Maloka - Horarios - Cere es - Costos -

A - Textura del domo.

B - Intervención "en el espacio" digital - Inicio de Sesión xva AR.

C - Acetatos del panche - Siluetas y donde los colocaremos.

D - Video del sitio con narración

- Punto 2. Plaza Fontibon. - Fundación - Área - edificios vecinos importantes.

A - Foto-collage.

B - Fragmentos con historias

Punto de la plaza y el rodeo - casas, negocios.

"Ruta en la plaza" y en puntos veo/escucho/leo - una historia

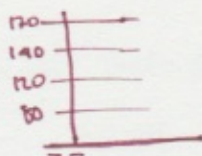
C - Comparto mi historia de niñez
- Grupo audio

- Punto 3. Panadería - ~~Horarios~~ Horarios - especialidades. - Historias

A - Textura del Pan



B - "Ruta del Pan" Video a diferentes alturas x recorrido



C - Foto del Sitio + intervención gráfica (collage + dibujo digital).
Pop - VP.

Parada 4

- Estación
Historia

Finalemb

Arro de
Pucallpa

conexión.

- A- Recuerdos a partir de lo visual
- Collage con las "cosas del tren"
 - lo que se vende
 - los pedidos
 - "Paquetes de cosas"

B - AR del tren + mucho del globo - Geo acesable

C - Descargable - Imagen tren Fontibón.

Parada 5

- Venta de empanadas

- Horario - especiales - Dura.
Historia



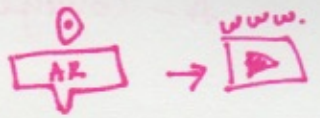
A - Postal del Setio - ilustrador

B - Foto de la Señora e historia

C - Textura nelson empanada.

Punto 1

1 - Textura - Textura del domo de Maloka - Impreso



3 - Intervención Digital - Aviso digital + montaje en el espacio

- link del video historia "Génesis" de FR.

C - Foto con filtro del parche

- Silueta para usar con filtro y tomar foto de donde los parchería

- Geo restringido.

- Textura de domo

- Horarios, precios e info gral maloka

- Textos introductorios - contexto.

- Diseño de AR

- Video Génesis FR :- Arsthorca ✓
 - video de la org durante maloka
 - lo que van a mostrar

- Siluetas de parches (2-3 personas) → acceso a la cámara. y GPS.

Punto 2

A - Collage - Fotos de la plaza y alrededores.

B - Puntos de desarrollo de la historia

- Voz contando lo que va pasando (niño)

- Puntos de la plaza

- Iglesia - video de meditas

- Alcaldia - Recogiendo las palabras

- Algun otro --- sin meditas

- Ruta para contar la historia. - grabar.

Ruta plaza

C - grabar historia - uno de los puntos ↑

- Info gral - Fundacion, Area, habitantes de la localidad

- Esquema del collage x ver los ángulos

- Fotos de los sitios

- Voces - guión

- Mapa de los puntos en la plaza (mini ruta).

- Video de loco con meditas

- Video de poemas.

- Videos andando solo

- espacio xva grabar. (en la web app).

- Mapa de la plaza.

Bole 3

A - Textura - Textura del pan Foto

B - Ruta del Pan

- Geopuntos que liberan puntos del video a diferentes celulas
- el ultimo punto puntea todos los videos

C - Pop-up - Pop-up niño y madre + Símbolos

- Bici
- Cerveza
- Panes
- Cusco Bici
- Te amo mamá

• Info de la panadería Horarios - especiales - Rindición

• Foto de pan fresco

• Video abriendo el pan

• Recorrido con 3 alturas

- 80

- 120

- 140

- 170 - una los videos

• Cerca a la escuela de tu

• Mapa del recorrido. (mini ruta).

• Mecanismo del Pop-up

• Grupos del Pop-up.

Punto 1

- A - Collage - Elementos del contexto - Comidas
- Golosinas
- Prendas
- Productos

- B - AP - Animación con historia
- historia ✓
- animación - modelado
Animado
Renderizado.
- Scanner de la AR.
- Narración de la historia.

- C - Imagen
Soy
Touchscreen
- Vectores - imagen del tren
Soy tren Pontifex
- descargable.

• Info Red'scan - Fundación - Ruta/destino

- Imágenes del contexto
 - dulces populares
 - Prendas viejas
 - Salsa de pimientos
 - Cajas

• Mecanismo de la animación (loop)

• Grabar texto

• Logo del tren Pontifex

Punto 5

A. Póster
empañado

- Dibujo con estética calle.

B. Foto del
Sitio / Área.

- Collage foto del Sitio, persona, empañado
resina.

C. Foto

- Textura empañado.



Punto 1. Moloka:

Reunión
Creación
Inicio
Noche
Descubrir
Amistad
Ciencia
Volar

Realidad
Compartir
Aprender
Diversión
Cine
Familia

Punto 2. Pastelería:

Sabores
Niñez
Chocolate
Pan caliente
Vecino
Colegio
Mamá

Crecer
Azúcar
Tortas
Pasteles
Churros
Ruta
Pan

Punto 4 Tren:

Carretera
Ferrocarril
Estación
Antiguo
Tren

Recuerdos
Memorias
Viaje
Tradición
Abierto
Historia
Despedidas
Llegar
Embarcación

Punto 3. Parque

Aprender
Compartir
Convivir
Crecer
Tradición
Familia
Descubrir
Padre
nuchitas
Domingos.

algunos de azúcar
Parque
Arboles
Aire libre
Palomas

Punto 5: la Casa de la Empanada.

Sabor
Empanada
Aji
Energía
Casa
Doña Rosa
Pasteles
Gaseosas
Liquitos
Desayuno
recarga

Pollo
Carne
Papa
arroz

San Fontibón

Trabajo duro

Salir

Familia

Señales

Resión

San

Elidad

miércoles emoción

Personas

Compartir

"Fontirueda" "Fonti Rueda"

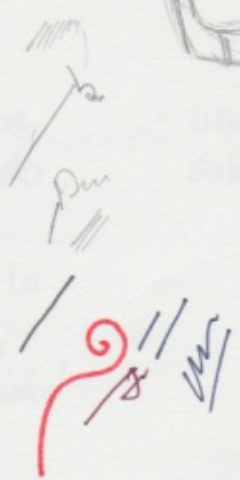
¿Cómo suena la piedra?

nos vemos
colaboración
compromiso

Bleistift

en pinados
la casa de la empreda

Memo
mechanich pencil





Monday 24 Abril

Producto: lo que realmente hace

Beneficio: lo que ~~hace~~ hace por ti

— **Tipos**: Características específicas • tangible o intangible.

Tipos: Características

- Precio
- empaque
- edilectos
- diseño
- calidad
- Marca - distribución
- imagen corp.
- Servicio

Beneficio: uso que le da el usuario

— Relevante, diferente, creíble.

Promosa

Propuesta: comunicar la promosa.
El como lo voy a hacer.

Creíble
Comprensible
Atractiva
Relevante
Diferenciadora.

¿Qué es?

— **Beneficio** como debe sentirse
el cliente final cuando
interactúa con el producto.

Debe transmitir como la
marca, producto o servicio

resuelve el problema o necesidad
de estos clientes.

— Cuenta al cliente por que
debe elegirnos

— **Propuesta** claramente un
beneficio (funcional/emocional).

Debe transmitir que

justifica debe esperar el

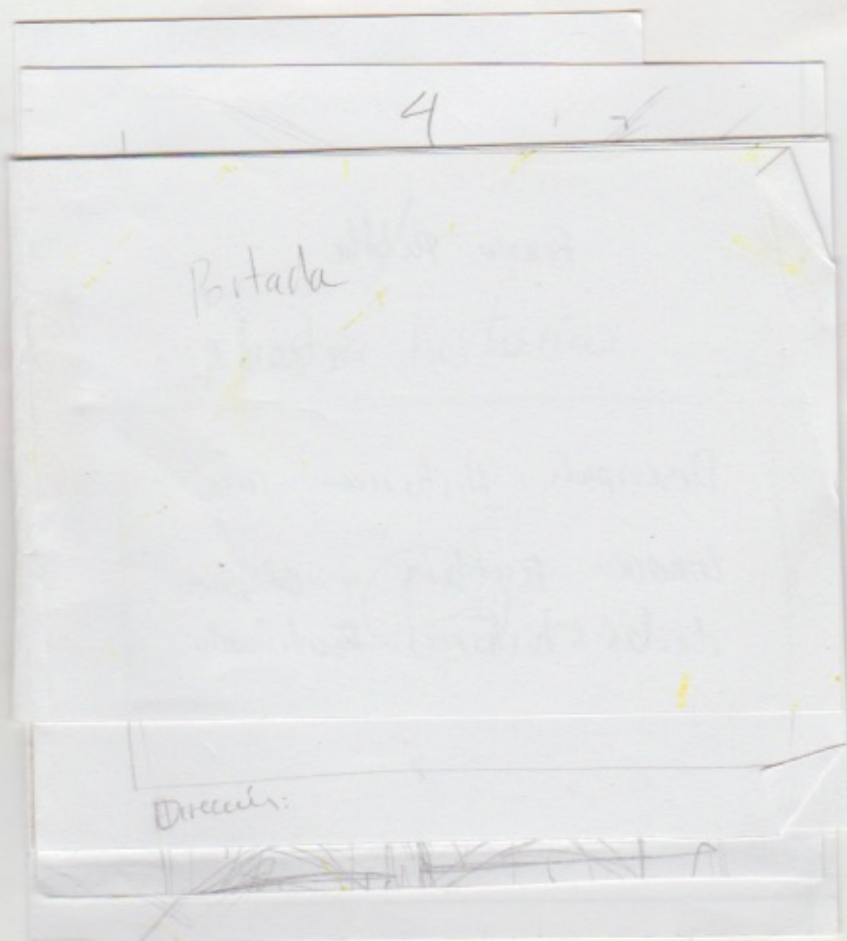
cliente de nuestro ser.

Nlaquetá

Soy fontibón

#1

↙ Varios tamaños =
diversidad de Fontibón.



muchos tamaños
poco sentido

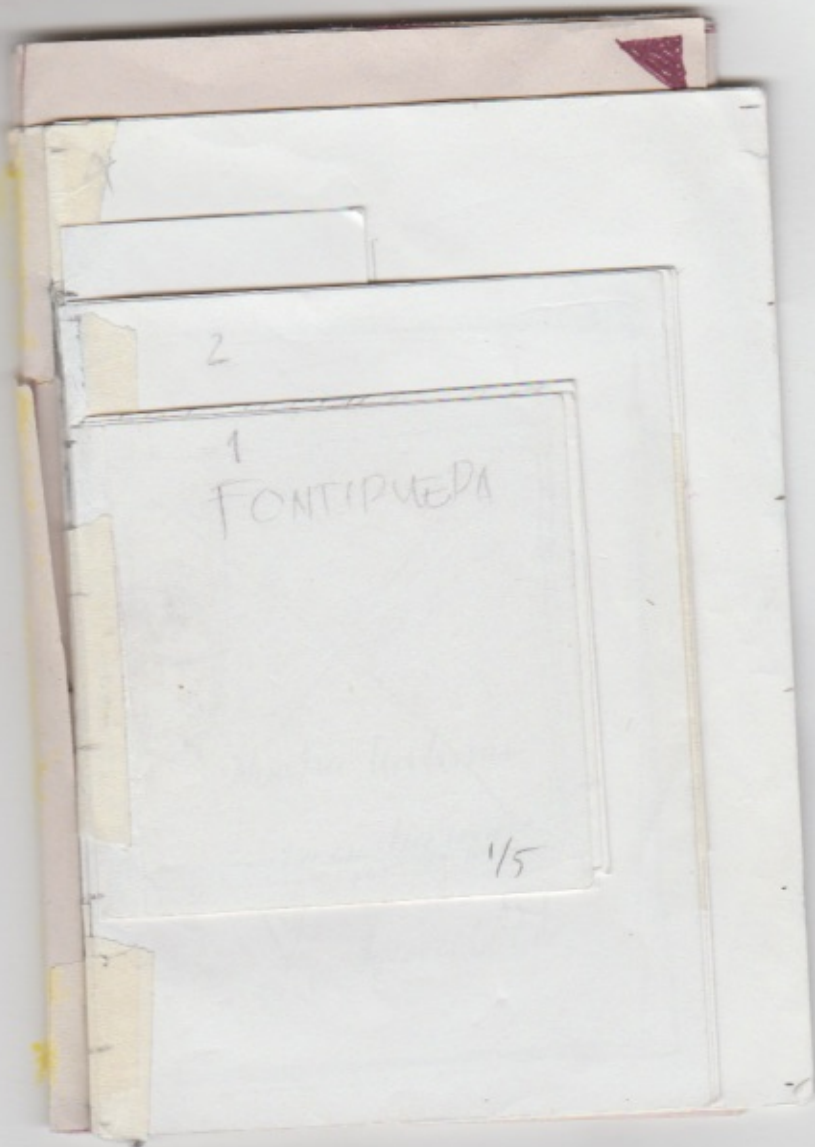
Maqueta
#2

Tamaño ordenados

Contar tamaño - "emoais"

el mapa
siguiente

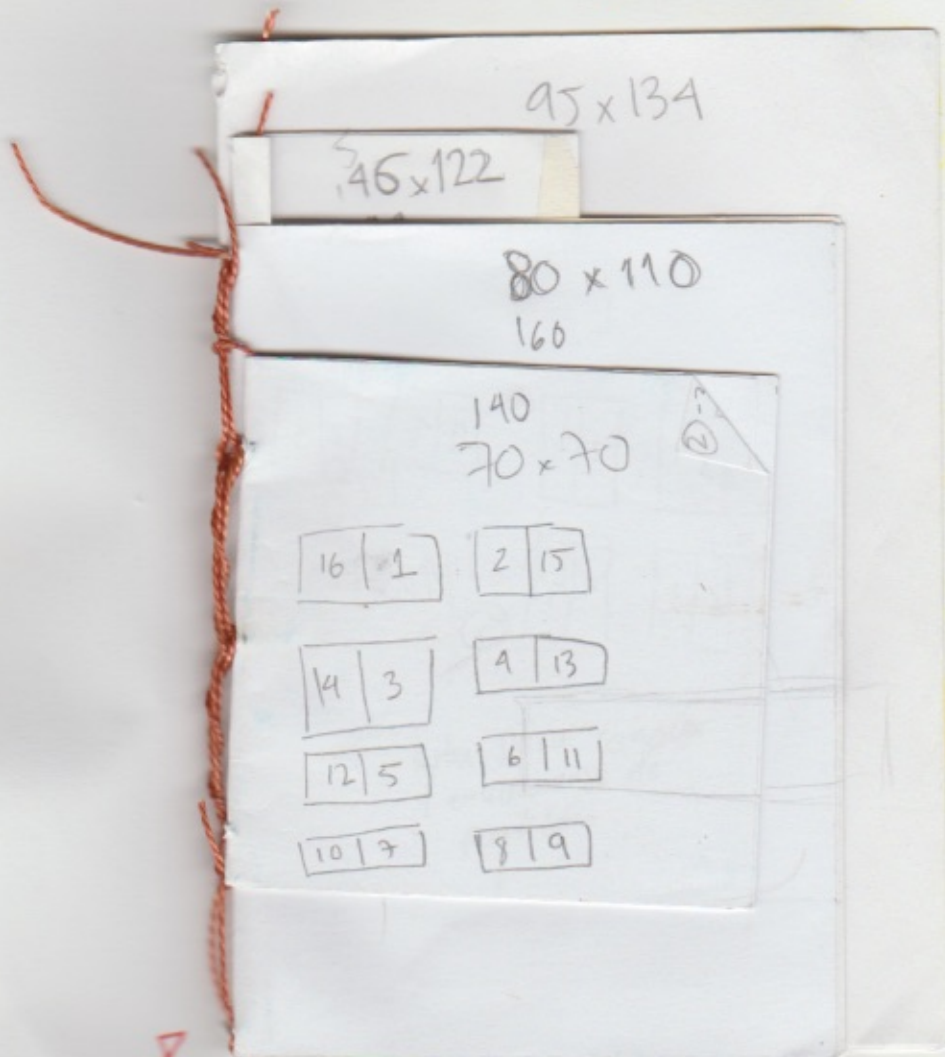
↓
Descartado
por que se
pueda romper



el mapa está "integrado"
- pruebas de doblez
- ¿que papeles pudo imprimir?

Maqueta
#3

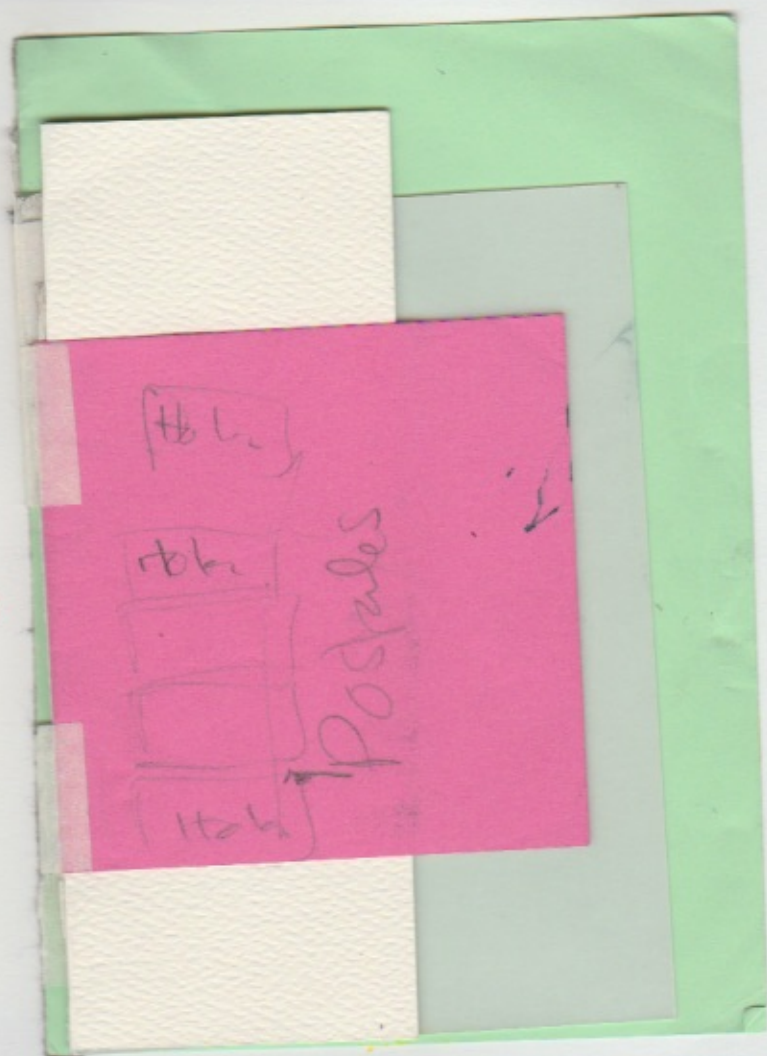
el orden de los tamaños cobra sentido.



prueba de costura y encuadernado

Mapa
#4

Prueba de colons de la
investigación en colons del papel



los resultados
de la captura
no eran los esperados
y se deja descansar
esa parte...
por un tiempo

Colones y tambores
Variedad de Pontalís.

Magento
5

Pruebas y correcciones de diagramación



Pruebas de
Costura francesa
Mucho hilo a la
costura
in

Op con los perfiles de
Color !!!

Photo tipo

Cada sección esta diagramada
con la anterior

→
Cosido
cadeneta



← Producto
final
+
mapa
en la
facultad.

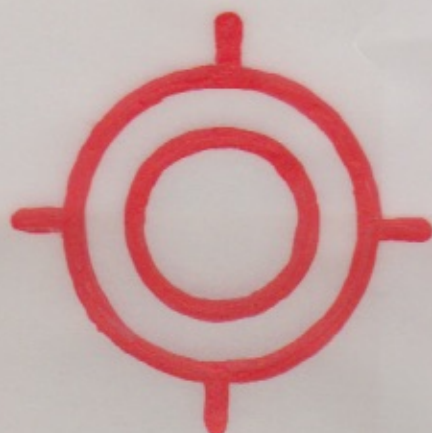
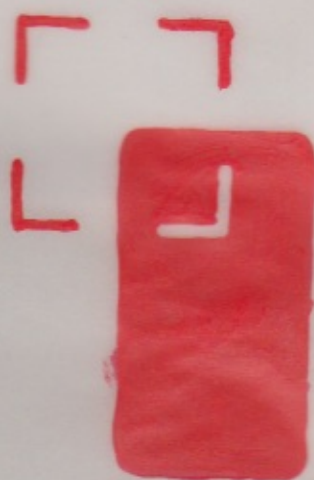
SOY SOY

SOY FONTIBÓN

SOY

FONTIBÓN

UN VIAJE Y UN REGRESO



LA CASA DE LA EMPANADA

PLAZA FUNDACIONAL

ESTACIÓN DE TREN

PASTELERÍA TOLEDO

PASTELERÍA TOLEDO

LA CASA DE LA EMPANADA

ESTACION DE TREN

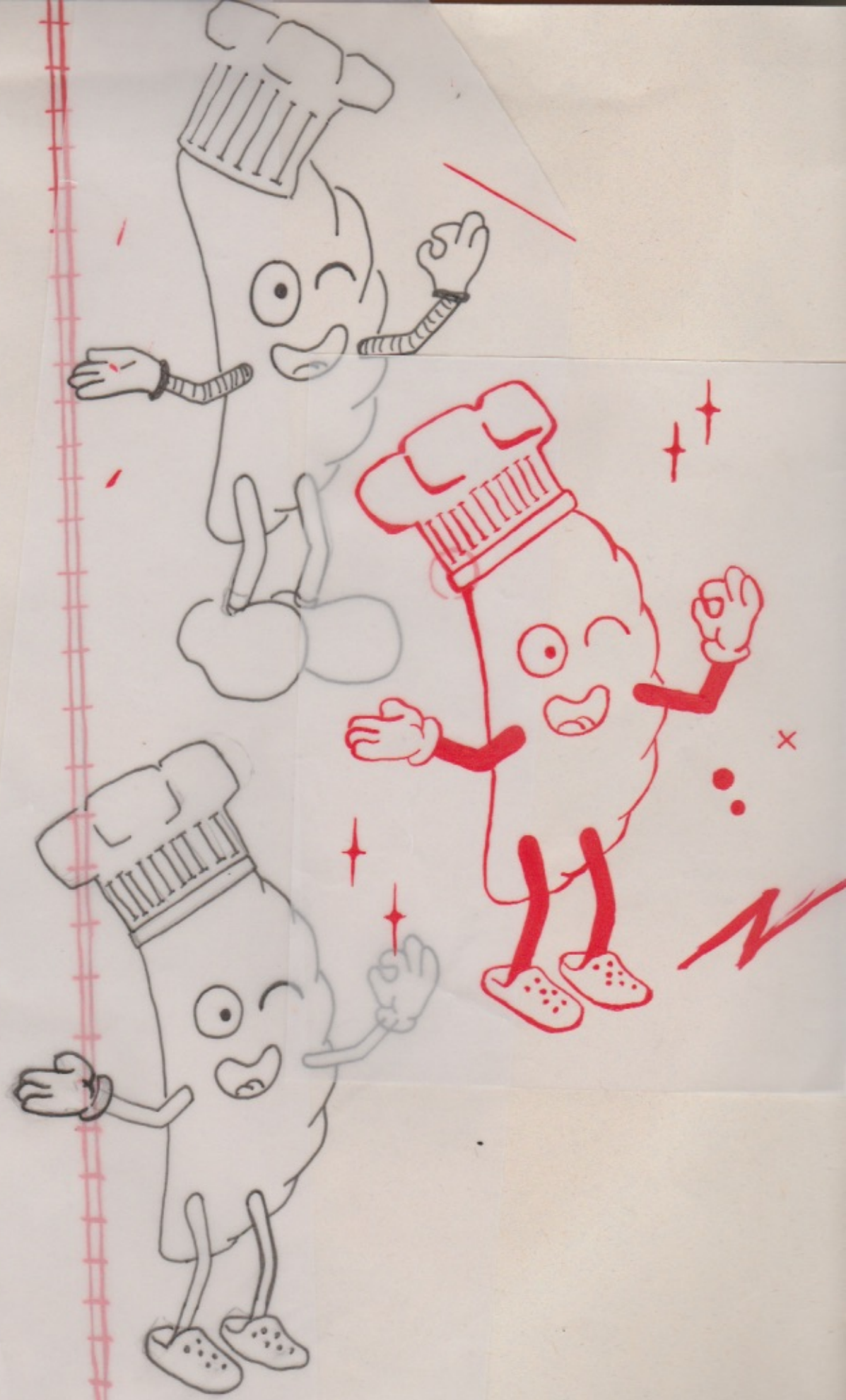
PLAZA FUNDACIONAL

PASTELERÍA TOLEDO

MALOKA

MALOKA

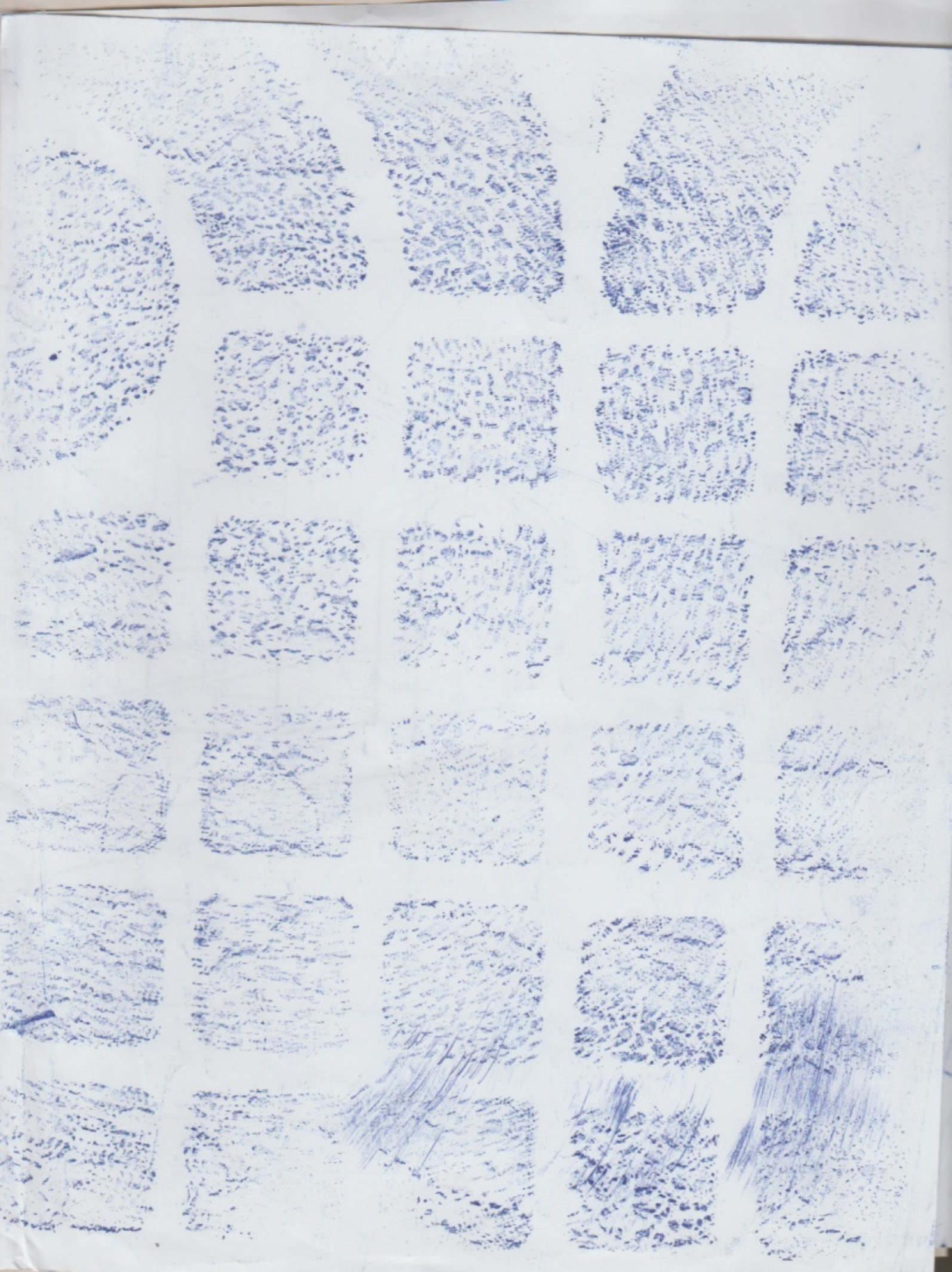
MALOKA

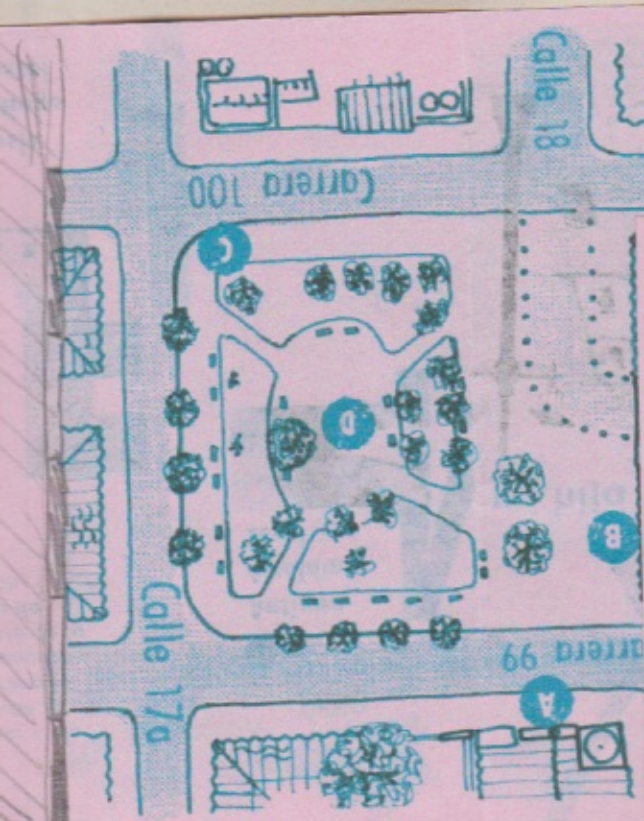
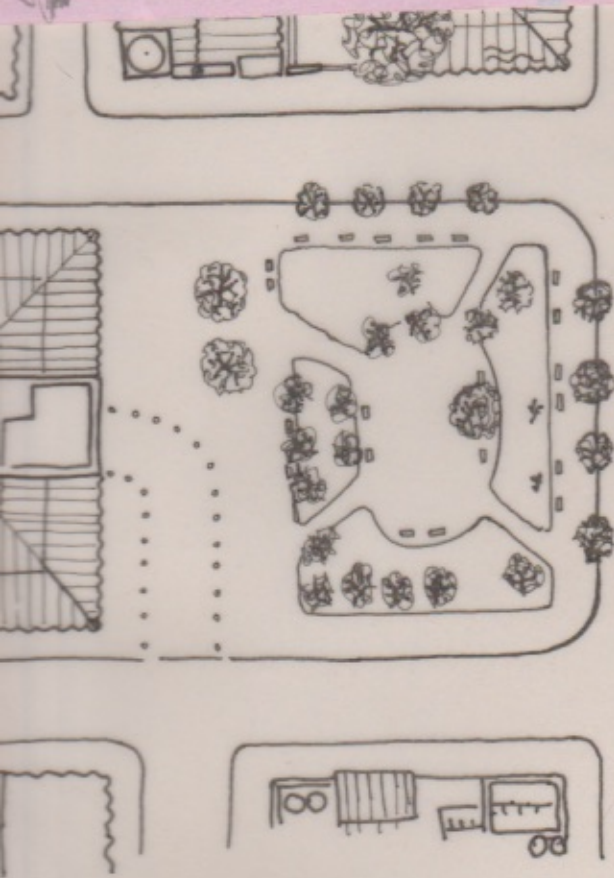


trilera
rocarril
tación
tigüo
en
cuerdos
emorias
labor
empanada
güí
energía
casa
Doña Rosa
pasteles
gaseosas

tradición
abuelo
abuelitos
historias
despedidas
llegadas
empezar de
nuevo
trabajador
juguitos
descanso
recarga

mamá
colegio
vecino
pan caliente
chocolate
ninez
sabores
familia
cine
diversión
compartir
aprender
aventura
virtual
realidad





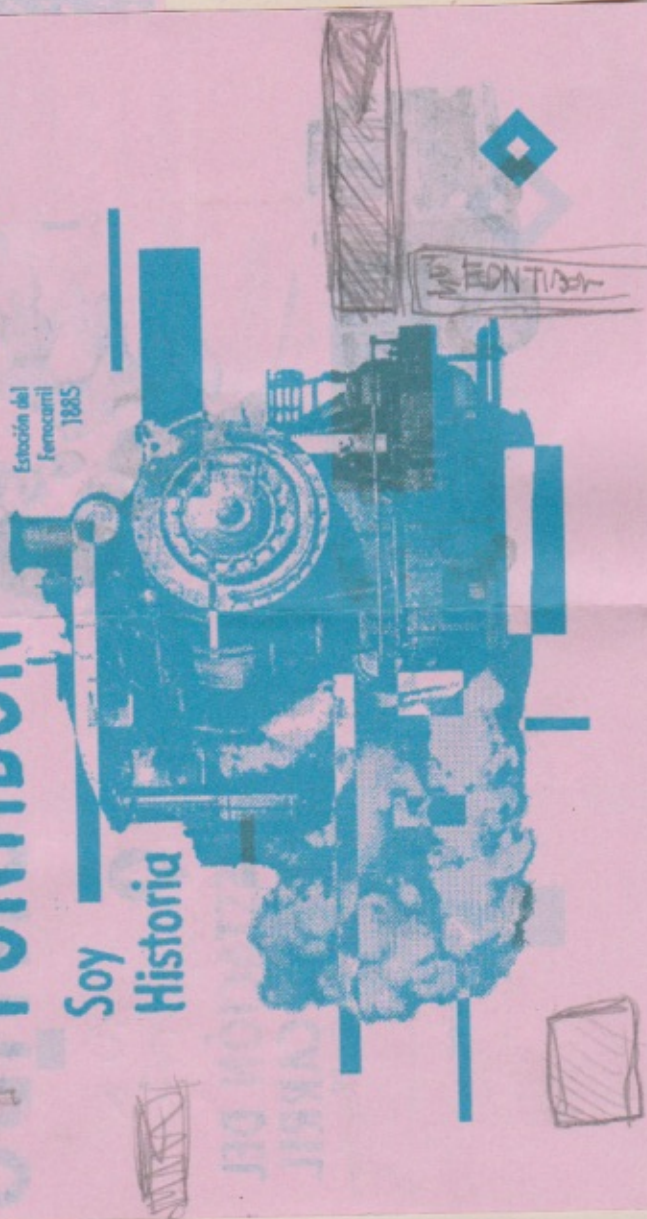
FNT

SOY FONTIBÓN

Soy Historia

Estación del Ferrocarril 1885

Esta imagen la encontrarás en los descargables con mas materiales para estampar e imprimir





SOY FONTIBÓN

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod



5 LA CASA DE LA EMPANADA

Cra. 75 #23-50

Fundada en 2003

Lunes a jueves 8 am - 10 pm

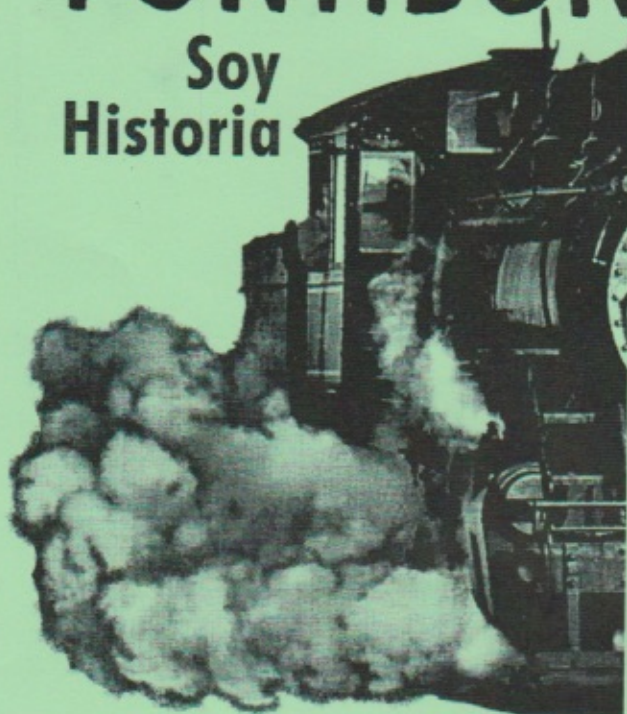
Viernes, sábados, domingos y festivos 8 am - 11 pm

Atendida por su dueña: Doña Rosita



FONTIBUN

Soy Historia



Doña Rosita es un amor

El que llega en bicicleta en día soleado, le da
recarga de gaseosa





Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Nicolás Ascanio Noreña, de la Universidad El Bosque. La meta de este estudio es determinar características que den cuenta de la identidad de la localidad de Fontibón como su relación emocional con los sujetos del estudio y miembros del colectivo Fontirueda

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los archivos con las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Nicolás Ascanio Noreña. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es determinar características que den cuenta de la identidad de la localidad de Fontibón como su relación emocional con los sujetos del estudio y miembros del colectivo Fontirueda

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 20 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Nicolás Ascanio al teléfono 317 795 8637.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Nicolás Ascanio al teléfono anteriormente mencionado.

Walter García

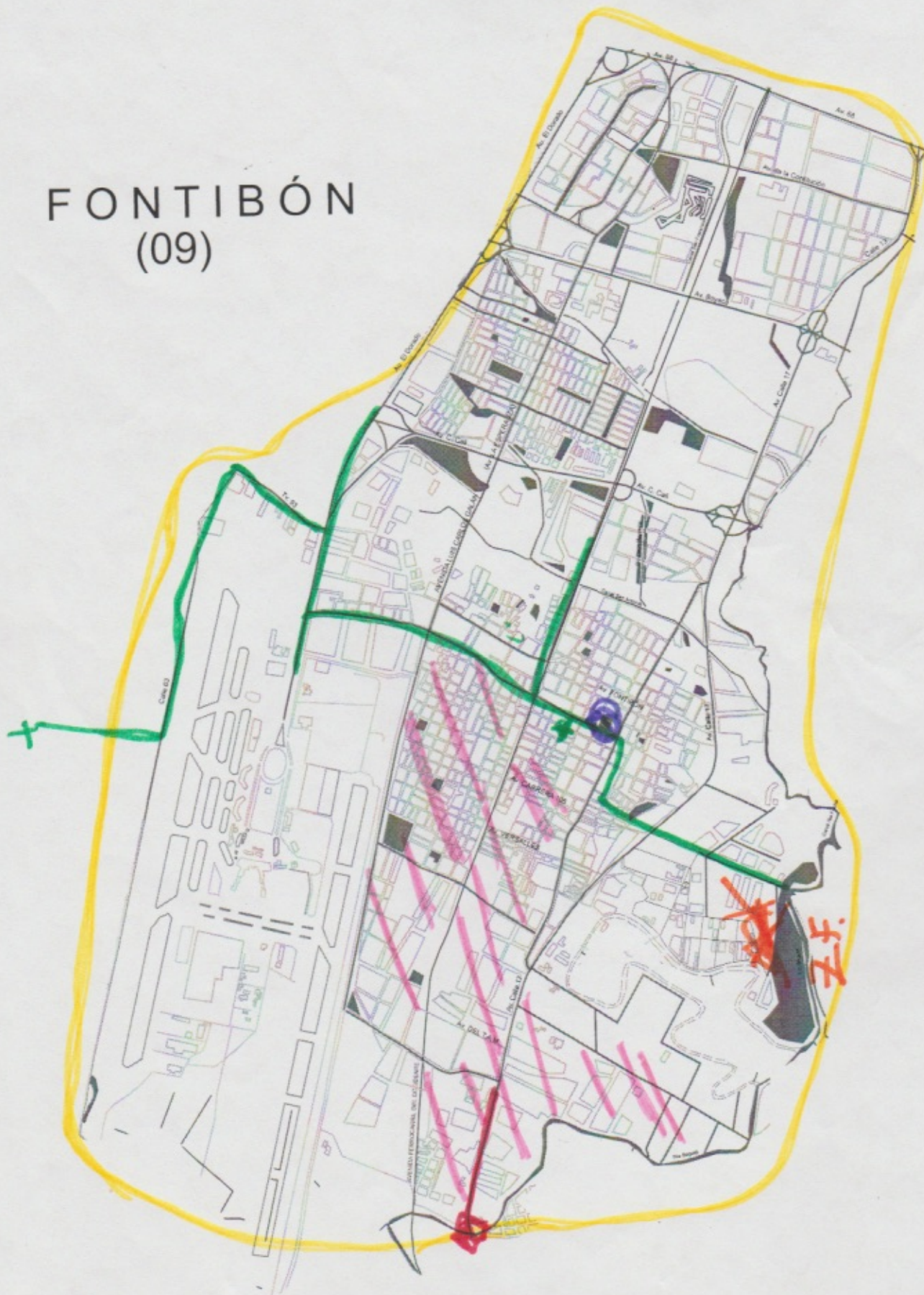
Nombre del Participante
(en letras de imprenta)

Walter García

Firma del Participante

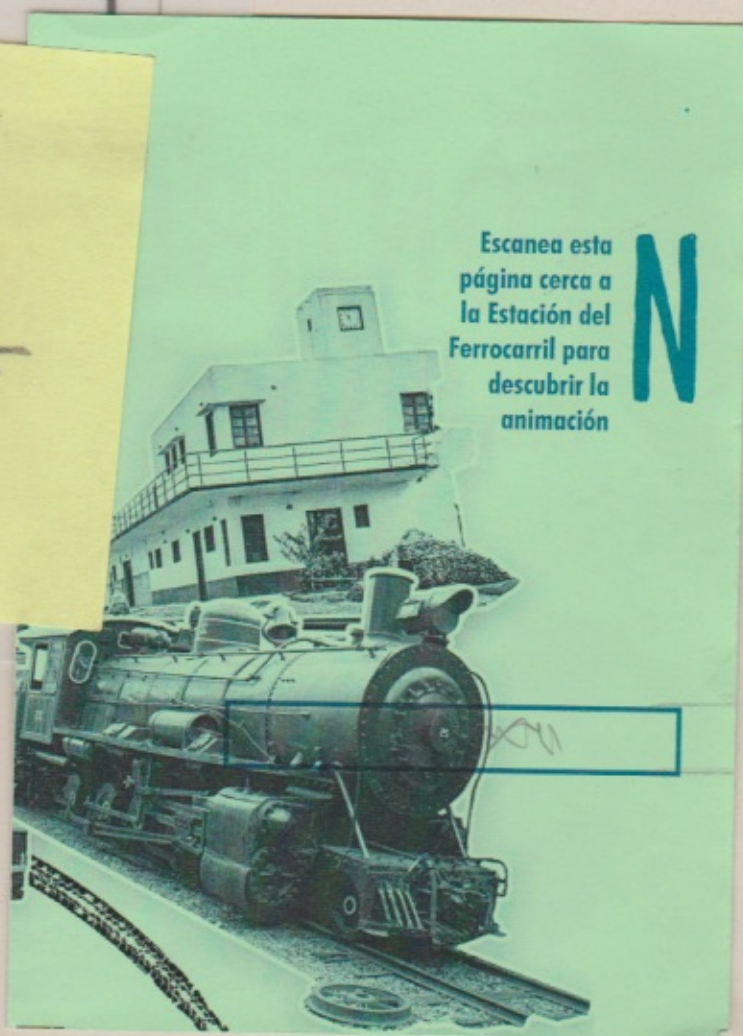
Fecha

FONTIBÓN (09)



Walter Guri

TULEDU



Escanea esta
página cerca a
la Estación del
Ferrocarril para
descubrir la
animación

N

SOY FONTIBÓN

1 MALOKA
Cra 68 #24a-51

2 PASTERÍA TOIEDO
Cra 150 #24-49

3 PLAZA FUNDACIONAL
Cra 18 con Cra 100

4 ESTACIÓN DEL FERROCARRIL
Av 111 22 con Cra 99

5 LA CASA DE LA EMPANADA
Cra 75 #23-90

tiempo 45:00
kilómetros 8.7
calorías 900

tiempo 70 min
kilómetros 9.33
calorías 346

libro de aves
intercambio
Ar de papas

por el lado superior
de la zona

por el lado inferior
de la zona

mini tipo de cráter
de rivas
los canchales

construye exp
Vermillo