



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO

MODALIDAD:
INVESTIGACIÓN

Autores:

Adriana Valentina Cubillos Acosta
Shara Valentina Hillón Rodríguez
Manuel Steven Peñuela Farias

Director(a):

Amalia de los Ángeles Pachón Mejía

Título del trabajo de grado:

Fomento de la Cultura Turística a través de una estrategia transmedia en los estudiantes de grado Once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal
Bogotá D.C.

Fecha: 16 de noviembre de 2022

Fomento de la Cultura Turística a través de una estrategia transmedia en los estudiantes de grado Once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal

Adriana Valentina Cubillos Acosta
Shara Valentina Hillón Rodríguez
Manuel Steven Peñuela Farias

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ, D.C., 16 de noviembre de 2022

Fomento de la Cultura Turística a través de una estrategia transmedia en los estudiantes de grado Once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal

Adriana Valentina Cubillos Acosta

Shara Valentina Hillón Rodríguez

Manuel Steven Peñuela Farias

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TITULO DE:
PROFESIONAL EN TURISMO

MODALIDAD:
INVESTIGACIÓN

DIRECTOR: Amalia de los Ángeles Pachón Mejía

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ, D.C., 16 de noviembre de 2022

Fomento de la Cultura Turística a través de una estrategia transmedia en los estudiantes de grado Once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal.

Adriana Valentina Cubillos Acosta

Sara Valentina Hillón Rodríguez

Manuel Steven Peñuela Farias

Tutor: Amalia de los Ángeles Pachón Mejía

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Turismo

Bogotá D.C.

2022

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación logrado con esfuerzo y perseverancia, lo queremos dedicar a esos seres que han estado siempre presentes de manera incondicional en cada paso que hemos dado en nuestras vidas.

Quiero dedicar mi trabajo a las personas que han luchado para hacer mis sueños realidad, a mis padres, Maximiliano y Adriana, que cada día me motivan a materializar mis sueños y han sido el apoyo más grande durante toda esta etapa. A mi fiel amigo, Otto, que, aunque hoy no está conmigo, me acompañó cada noche de desveló, me enseñó otra clase de amor inimaginable, gracias mi compañero de vida, mi peludo de 4 patas. Por último, pero no menos importante, a mis compañeros que estuvieron presentes en el proceso de este trabajo, sin ustedes no hubiera sido posible.

Adriana Valentina Cubillos Acosta

A mis padres, Walter e Indira, por ser la razón de mi formación personal y profesional. A mí hermano, Santiago, de quién recibí su voz de aliento constante. A mis hermanos, Juliana y Juan Diego, quienes me impulsan a ser mejor cada día, espero les sirva de ejemplo de que todo se puede lograr. A mis abuelas, Lucila y Mercedes, por su ejemplo de lucha y perseverancia. A mis abuelos, Jorge y Guillermo, por motivarme a seguir hacia adelante. A mi familia, por su apoyo, cariño y voz de aliento. A mi amiga del alma, Dayra, por no soltar mi mano en todo este camino. Para cada uno de ellos mi amor y mis más sinceros agradecimientos, porque sin ellos, no lo habría logrado.

Shara Valentina Hillón Rodríguez

A Dios, por mostrarme el camino indicado y permitir que llegara a este punto. A mi guía, mi madre, la señora Luz Dary Farias, quién ha sido mi inspiración y también mi apoyo incondicional, realmente dudo que hubiese cumplido esta meta sin el apoyo de ella. Finalmente quiero dedicar este logro a Pedro Farias, que, aunque hoy no está conmigo, fue la persona que me motivó a estudiar y quien me acompañó en un inicio, fue mi figura paterna y sé que desde los cielos está completamente orgulloso de lo que he logrado. A ellos mis más sinceros agradecimientos y mi más profundo cariño.

Manuel Steven Peñuela Farias

Agradecimientos

Para el desarrollo de este trabajo se unen personas extraordinarias, que hacen posible darle significado a cada aprendizaje. Es por esto por lo que queremos expresar nuestros más sinceros agradecimientos:

A Dios por darnos salud, una familia que nos apoya y pone en nuestro camino a seres que con su sabiduría alimentan nuestro conocimiento y espíritu.

A nuestra tutora, Amalia Pachón, por su dedicación y paciencia, que sin sus palabras no lo hubiéramos logrado, por su guía y todos sus consejos, los llevaremos grabados siempre en nuestra memoria.

Al docente, Jesús Barón, que ha sido parte de nuestro crecimiento profesional, queremos agradecerle por transmitirnos los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí.

A nosotros mismos, por ser amigos, cómplices y compañeros, gracias por todas las horas y días compartidos, los trabajos y exposiciones realizados en conjunto y por las historias vividas.

Por último, agradecemos a la universidad por darnos las herramientas necesarias para seguir nuestro camino, por darnos buenos momentos y por dejarnos nuevas experiencias.

Resumen

En el desarrollo de la presente investigación, se aplicó una estrategia transmedia con el fin de promover la cultura llanera y así fomentar la cultura turística en los estudiantes de grado once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal, Casanare. Para el desarrollo de esta estrategia se utilizaron plataformas como TikTok y Facebook en donde se compartió contenido interactivo sobre cultura llanera. De acuerdo con lo anterior, se adoptó para la investigación, el enfoque mixto, los cuales favorecen el estudio del problema de investigación, así mismo, se utilizó la herramienta de engagement para evaluar el impacto de la estrategia aplicada. El resultado fue que los estudiantes no están interesados por aprender sobre cultura llanera, así mismo, el impacto de la estrategia aplicada fue bueno, se concluyó que la red social más útil para esta estrategia es TikTok.

Palabras clave: Cultura llanera, estrategia, red social, apropiación, engagement.

Abstract

In the development of the present investigation, a transmedia strategy was applied in order to promote the llanera culture and thus promote the tourist culture in the eleventh grade students of the Llano Lindo Business Technical Educational Institution (ITELL) and the Business Technical Institute " el Yopal" (ITEY) of the Municipality of Yopal, Casanare. For the development of this strategy, platforms such as TikTok and Facebook were used, where interactive content on llanera culture was shared. According to the above, the mixed approach will be reduced for research, which will favor the study of the research problem, likewise, the commitment tool will be improved to evaluate the impact of the applied strategy. The result was that the students are not interested in learning about llanera culture, likewise, the impact of the applied strategy was good, it was concluded that the most useful social network for this strategy is TikTok.

Keywords: Plains culture, strategy, social network, appropriation, engagement.

Objetivo General

Fomentar la cultura turística en los estudiantes de grado Once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal utilizando una estrategia transmedia.

Objetivos Específicos

1. Identificar el nivel de apropiación cultural en los estudiantes de las instituciones educativas en Yopal.
2. Contrastar la participación que cada institución tiene frente al aprendizaje, enseñanza y promoción de la cultura llanera en los estudiantes de grado once.
3. Evaluar el impacto de las estrategias transmedia en las redes sociales para el fomento de la cultura llanera a través del engagement.

Introducción

El presente trabajo de investigación se basa en el fomento de la cultura turística en los estudiantes de grado once de las instituciones educativas de Yopal. La cultura es adquirida por cada persona a través de diferentes medios, ya sean sociales o tecnológicos, las instituciones se encuentran involucradas en la divulgación de dichos conocimientos y prácticas culturales, sin embargo, la influencia de otras culturas que se muestran por distintos medios logra desviar la atención de los estudiantes y hacen que no se interesen por la de ellos mismos.

En este caso son estas generaciones las que se ven afectadas, logrando un debilitamiento en el conocimiento y práctica de su cultura. Partiendo de esto, cómo primera instancia, se mide el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes frente a su cultura, para esto se realizó una encuesta la cual daría a conocer si los estudiantes conocen o no acerca de diferentes temas que los caracteriza cómo región.

En este sentido, se empieza a trabajar en una estrategia transmedia para fomentar la cultura, esto llevó a realizar una segunda encuesta en la cual se identificaron cuáles son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes y desde ahí, empezar a trabajar en el diseño de contenido que será expuesto en la estrategia. Finalmente, se realiza una evaluación del impacto que tuvo la estrategia transmedia frente al fomento de la cultura turística en los jóvenes.

De este modo, en la primera parte se encuentra toda la observación y diagnóstico que da origen a la realización del trabajo. Cabe aclarar que al inicio se nombran 5 instituciones con las cuales se trabajaría, sin embargo, solo dos de estas dieron el aval para trabajar. En la segunda parte del trabajo se evidencian los fundamentos teóricos que sirven como hilo conductor para la realización de la investigación y de igual manera los antecedentes. Finalmente, en la última parte del trabajo se lleva a cabo el respectivo análisis de la estrategia que fue realizada.

Planteamiento del Problema

La ciudad de Yopal, ubicada en el departamento de Casanare, se caracteriza por su cultura llanera y sus costumbres que recogen siglos de tradiciones, estas son el legado de los pueblos originarios, configurando un destino muy atractivo, lleno de recursos culturales y naturales aprovechables para el turismo. La apropiación del patrimonio aporta a la cultura

llanera e históricamente comprende una diversidad de costumbres como las tradiciones orales, bailes, música, creencias y leyendas propias de la idiosincrasia de una región. Resalta la importancia de la cultura turística que comprende recolectar las características que un lugar con vocación turística debería tener para sostener el peso de albergar todo lo que comprende la aparición del turismo, es una herramienta para que tanto turistas como lugareños, empresarios y autoridades, en un trabajo conjunto y de repartición de tareas, haga posible una equilibrada y beneficiosa práctica turística para todas y todos.

La cultura llanera es un rasgo característico de los yopaleños y es un recurso turístico clave para la promoción del municipio; sin embargo, como los estudiantes no se apropian de su cultura, tampoco se imaginan involucrarse con el turismo. Por esto es importante que los jóvenes conozcan más sobre sus raíces yopaleñas, de tal manera que se fomente la cultura turística cuando los jóvenes aprendan de ella y se sientan orgullosos de eso.

Para determinar el problema se realiza una encuesta mixta dirigida a los estudiantes de las instituciones del municipio de Yopal, con el fin de identificar qué tanta apropiación tienen de su cultura y a partir de esto se aplicó la técnica de grupos de discusión para recolección de datos de las opiniones e interacción de los estudiantes respecto al tema de cultura llanera, cultura turística, redes sociales y en cómo esto ayuda a promover el turismo en el municipio en dónde se utilizó los diarios de campo como instrumento de recolección de información y análisis de datos. Por último, se empleó la herramienta de Engagement para evaluar el impacto de la estrategia transmedia en redes sociales aplicada para el fomento de la cultura.

Este trabajo de grado tiene como objetivo promover la cultura en los estudiantes de grado once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del municipio de Yopal haciendo uso de las nuevas tecnologías.

A partir de esto, la pregunta problema que se establece es: ¿Cómo fomentar la cultura turística a través de una estrategia transmedia en los estudiantes de grado once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del Municipio de Yopal?

Justificación

Se aplica una encuesta abierta a una población indiscriminada para identificar cuál era el problema en la comunidad, con esta se buscaba reconocer si se tiene apropiación y conocimiento de la cultura llanera en los estudiantes de grado once de las instituciones educativas de Yopal, con la finalidad de determinar, si se puede fomentar la cultura turística en dicha población.

La apropiación cultural se ha venido trabajando como la identidad de una persona, grupo o sociedad que recoge costumbres, ideologías y elementos propios de alguna cultura. Un ejemplo de ello son las comunidades indígenas, según Araya Fuentes y Beatriz Macarena (2020) “Actualmente, podemos observar una tendencia importante al gusto por las culturas indígenas y su patrimonio. Esto lo podemos ver en el uso que se le da en palabras y símbolos de restaurantes, actividades educativas, objetos o souvenirs.” (p. 6) De acuerdo con lo anterior, al apropiarse de esta cultura, los pueblos indígenas han podido compartir su conocimiento, su forma de vida, su espiritualidad y sus costumbres con el resto de las culturas y así mantener vivas sus raíces y fortalecer su comunidad.

El desarrollo de esta investigación aporta para la sociedad yopaleña y el turismo del municipio, puesto que para fomentar la cultura turística la comunidad debe conocer más sobre la cultura llanera. Una vez que la comunidad sepa más sobre esto, el turismo en el municipio se brindará de una mejor manera. Por lo tanto, con el fomento de la cultura turística en los colegios del territorio, se sensibiliza a los jóvenes con respecto al turismo, sus posibilidades y las oportunidades para generar empresas; por lo tanto, favorece el crecimiento de la actividad turística del sector. De manera que el departamento de Casanare y su capital sea visitada por su riqueza natural y su cultura.

2. Marco Referencial

2.1. Antecedentes de la Investigación

Los siguientes referentes ilustran el camino de los investigadores en el proceso de adquirir nuevos conocimientos relacionados con el tema objeto de este trabajo, para dar aportes en la construcción de saberes que permitan el fomento de la cultura turística en los estudiantes de las instituciones educativas de Yopal. Al hacer una búsqueda sobre las temáticas planteadas, se encontró que el objeto de investigación es un tema de relevancia

para varios investigadores en diferentes contextos: escolares, sociales, tecnología, de índole nacional e internacional, los cuales son expuestos a continuación:

2.1.1. Internacionales

En el rastreo realizado a proyectos de investigación de orden internacional se encontraron documentos que orientan acerca de la apropiación de la cultura y el turismo.

El trabajo de grado *Dueños de la cultura digital: la apropiación cultural y las interacciones de los jóvenes a partir del uso de las redes sociales* realizado por Aysa Lamaison y Noelia R. (2016) en la Universidad de la República (Uruguay) presenta un análisis de los procesos comunicativos generados por las redes sociales y las tecnologías de la información en jóvenes de 16 a 20 años para identificar cuáles son las redes más utilizadas y entender la cultura digital. Para los jóvenes las redes sociales son un medio fundamental para la interacción, en donde no existe una limitación de tiempo y espacio, mantiene una comunicación interpersonal, y la relación con la estrategia transmedia es directa, ya que busca el aprovechamiento del tiempo desde cualquier espacio. Dicho esto, la relación con la estrategia que los estudiantes de turismo proponen diseñar con el fin de que los estudiantes de los colegios de Yopal aprovechen el tiempo y aprendan más sobre su cultura en cualquier espacio; estén donde estén, tienen acceso a su cultura por medio de varias plataformas digitales.

El ensayo *Apropiación cultural en marketing y redes sociales* Covarrubias (2021) expresa cómo los especialistas en marketing buscan inspiración en eventos culturales y medios digitales. En el mundo digital se pueden mostrar y conocer diversas culturas, costumbres y comunidades sin necesidad de desplazarse, dándole importancia a las oportunidades para crear contenido culturalmente relevante y aprovechar las crecientes tendencias sociales para realizar nuevas ideas de marketing. Este ensayo fue importante para la investigación porque mostró que, sin necesidad de desplazarse, se puede aprender más sobre la cultura llanera por medio de la estrategia transmedia, aprovechando el público interesado y buscando atraer a los no interesados en el contenido.

En su tesis *Comunicación transmedia para potenciar la cultura en la provincia de El Oro* Villalta (2018) Universidad Casa Grande de Guayaquil, Ecuador. Plantea el uso de una estrategia transmedia dirigida a personas interesadas en difundir y potencializar las tradiciones que forman parte de la riqueza cultural de la provincia. Por medio de esta

estrategia se articulan plataformas digitales en donde se sube contenido para que los usuarios puedan estar más enterados y conozcan sobre las tradiciones de la provincia El Oro. La estrategia transmedia fue diseñada para un público entendedor de las plataformas digitales, es así como con producciones transmedia se llegó a usuarios con hábitos fragmentados de consumo en dichas plataformas, permitiéndoles estar informados de diversos temas de riqueza cultural de la provincia por medio de distintos canales.

En el artículo *La comunicación transmedia en las ciudades: disfrutar y educar* elaborado por Ángeles Oliva Gimeno de la Universidad Abierta de Cataluña en España y Manuel Torres Mendoza de la Universidad Nacional de Educación en Ecuador (2017) se identifican las posibilidades para la expansión del patrimonio tangible e intangible en el ámbito de una comunicación cultural en la ciudad de Cuenca en Ecuador. Se utilizó una metodología cualitativa, que expone una bibliografía sobre el fenómeno transmedia resultado de un cambio tecnológico. Por consiguiente, la hipótesis establece que las narrativas transmedia contribuyen a potenciar la cultura popular del destino, conectando con el ciudadano, estudiante y visitante por medio de la participación y creación de un vínculo con el que se promueva el respeto por el patrimonio intangible del territorio.

Dicho lo anterior, estos investigadores proponen un proyecto transmedia en donde se involucre la comunidad local por medio de microrrelatos experiencias personales, historias y datos sobre la cultura del territorio. Con estos microrrelatos se crea una interacción con los usuarios, donde cada microrrelato tiene un acceso a otro producto del proyecto, ampliando así la experiencia. Por medio de estas historias no solo se invita a la comunidad a acceder a las plataformas digitales, sino también a participar contando su experiencia en el territorio, así mismo, se invitan a los usuarios a colaborar en la interactividad de las diferentes plataformas dando continuidad a los microrrelatos que se narran en cada uno y que tienen relación entre todas. Este proyecto transmedia se propone con el fin de potenciar la imagen de la ciudad de Cuenca por medio de relatos e historias de personas locales, así mismo se usa para explicar y transmitir la cultura popular de Cuenca a usuarios ajenos a la ciudad creando un vínculo a través de dichos relatos e historias.

Dicho artículo se relaciona con el presente trabajo de grado porque concuerda con el propósito de la investigación, que es el uso de estrategias transmedia para fomentar la cultura

turística de los estudiantes de Yopal, explicando y transmitiendo conocimiento del patrimonio cultural y natural del municipio a través de plataformas digitales.

El artículo *Narrativa transmedia y turismo experiencial: relatos sobre el patrimonio y la herencia judía en Aragón Sefarad* realizado por Pérez-Martínez y Motis Dolader de la Universidad San Jorge, Zaragoza, España (2019). Examina las narrativas históricas referentes al patrimonio material e inmaterial de las antiguas juderías de la Comunidad Autónoma de Aragón (España), dentro del contexto de las posibilidades de la narrativa transmedia y el turismo experiencial o emocional. El objetivo de esta investigación es identificar el legado y memoria del patrimonio y herencia judía en Aragón por medio de relatos que conforman la base de la creación de historias transmedia propuestas en un plan estratégico para la divulgación e impulso turístico de una red de juderías de Aragón. La metodología utilizada para este artículo fue la de estudio de caso mediante la revisión documental y bibliográfica, la aplicación de la herramienta DOFA, cuestionarios sobre patrimonio cultural judío, turismo y comunicación, y grupos de discusión sobre turismo y patrimonio material. Esto con el fin de diseñar las directrices para la creación de relatos en donde se integra toda la cultura judía y así subirlo a la red de juderías de Aragón. Como resultado de esta investigación, se plantearon rutas de patrimonio cultural judía, las cuales pretenden enriquecer y diversificar el perfil del visitante aprovechando la fascinación por el pasado.

En el desarrollo de su tesis doctoral *Diseño de narrativas transmedias para la trans-alfabetización* Rodríguez (2016) de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, propone cambiar la metodología tradicional utilizando la tecnología para realizar narrativas transmedias a través de diferentes plataformas, y aprovechando todo el tiempo que pasan en celulares y computadores los estudiantes de una institución pública. Se establecieron dos fases en la investigación: primero, realizar un diagnóstico general que permitió identificar las asignaturas con mayor potencial para aplicar el método de trans-alfabetización y con ello, dar paso a la segunda fase, la cual consiste en promover en las aulas los contenidos por medio de narrativas transmedia. En el desarrollo del trabajo se evidencia la importancia de trabajar con estudiantes y docentes. Como resultado, se logra que la población se relacione con el uso de narrativas transmedias promoviendo el aprendizaje dinámico en las aulas de clase.

El artículo *Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio Centro, Santa Clara, Cuba* González y Castro (2013) de la Universidad Autónoma de la Ciudad de Juárez, Chihuahua, México y Universidad Central de las Villas, Cuba. Propone el diseño y la implementación de una estrategia participativa para la formación de la cultura turística en el Barrio Centro de Santa Clara, esto con el fin de promover el turismo cultural comunitario desde una perspectiva educativa. Para esto se utilizó un enfoque metodológico cualitativo, en donde su metodología se basó en la revisión de teorías científicas sobre el objeto de investigación, la selección e integración de métodos, procedimientos y técnicas propias de las ciencias sociales, ambientales y de gestión turística. Se utilizó la investigación-acción para la elaboración e implementación de la estrategia participativa, en donde se filmaron videos, tomaron fotos, se moldearon situaciones y problemáticas educativas con el fin de promover la participación de la comunidad. Dando como resultado que la comunidad local sea beneficiaria en recibir la oportunidad de participar en estos proyectos en donde se fortalece no solo la cultura sino el vínculo de la comunidad.

En el artículo *La formación en cultura turística en instituciones educativas: un aporte del programa Colegios Amigos del Turismo en Colombia* Díaz y Machado, Rodrigo (2016) de la Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina. Profundizan en cultura turística, tratando distintas áreas de formación y los estándares básicos para fortalecer el aprendizaje, aplicando la acción participativa del programa Colegios Amigos del Turismo. La investigación permitió reconocer las áreas (ciencias sociales, artes y español) que contribuyen al desarrollo integral de los estudiantes desde la dimensión sociocultural y ambiental, dando a conocer que el desarrollo de la cultura turística se genera gracias al direccionamiento estratégico de la posibilidad de preservar y conservar los recursos culturales fundamentales para el desarrollo de la actividad turística.

Los anteriores aportes que realizan los antecedentes de investigación presentados al tema de este trabajo de grado brindan sustento en la medida que se muestran situaciones que se pueden relacionar con las vivencias y experiencias que se dan en las instituciones educativas en que se desarrolla el presente proyecto de investigación, tales como, la necesidad de que los estudiantes comprendan y aprendan sobre su cultura, que hagan uso de las plataformas digitales para aprender, el hecho de que conozcan de sus raíces pero no se

haga énfasis en fortalecer la cultura en las instituciones educativas. La importancia que es apropiarse sobre la cultura en el colegio desde pequeños.

2.1.2. Nacionales

En el orden nacional, el rastreo de las investigaciones realizadas se puede ver el interés por investigar lo referente al fomento de la cultura en los niños, niñas y adolescentes.

El artículo *Identidad y apropiación cultural en escolares del colegio Montessori* elaborado por La crónica del Quindío (2017) involucra a niños de colegios y refleja la participación de forma activa de la comunidad para la recuperación de la identidad y apropiación cultural. Expone la importancia de enseñar el valor de la cultura de los pueblos, sus costumbres y tradiciones, que hacen parte del patrimonio nacional. Concluye que la cultura no se puede enseñar de forma indirecta, lo ideal sería que se enseñe de una forma práctica. Lo anterior expuesto, evidencia la relevancia que tiene la enseñanza cultural de forma práctica y vivencial, situación que fomenta el interés de los estudiantes, para el caso de esta investigación, en jóvenes de secundaria de los colegios de Yopal.

En ese sentido, tiene estrecha relación con este trabajo de grado, ya que se plantea realizar actividades prácticas, como la estrategia transmedia, la cual permite en los estudiantes identificarse con su cultura yopaleña y llevando a esta investigación a contribuir en el aprendizaje de esta y mayor apropiación de ella. De ahí, que los investigadores consideren apropiado hacer, mostrar y compartir la información por medio de redes sociales en donde todo sea interactivo.

En el desarrollo de su trabajo de grado *Estrategias artísticas de aprendizaje para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del grado décimo (10 03) de básica secundaria de la institución educativa Félix Henao Botero Ortiz y Avellaneda* (2017) de la Fundación Universitaria los Libertadores, muestran los diferentes problemas en torno a la identidad cultural y cómo por medio de la educación en los colegios se busca el mejoramiento de la sociedad rescatando la diversidad cultural.

Al analizar los resultados de la anterior investigación, se infiere que es necesario adquirir más información para desarrollar programas que permitan el fortalecimiento de la identidad cultural. Así mismo, concluye que los partícipes en el proyecto se encuentran en un contexto vulnerado, provocando un impacto negativo en la consolidación de la identidad cultural. Por lo tanto, no era posible activar en las personas ese instinto de defender y

apropiarse de su cultura por la falta de métodos para reforzar el conocimiento. De igual forma, se mostró la parte positiva, evidenciando la importancia de robustecer la identidad cultural por medio de la expresión artística, y de esta manera, generar estrategias que fortifiquen la apropiación desde lo académico, empezando por los niños y jóvenes. Como resultado, se logra reconfortar sus actitudes y conocimiento frente a su historia y tradiciones.

Por lo tanto, se espera la cooperación de los docentes y estudiantes de las instituciones educativas de Yopal para fortalecer la identidad cultural, para este caso, por medio de redes sociales, utilizando la estrategia transmedia, pero desde un contexto académico como se realizó en el trabajo de referencia y que fortalezca el conocimiento de los estudiantes frente a su cultura de una forma dinámica.

El proyecto de grado *Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto* Sierra y Flórez (2018) de la Facultad de Ciencias de la Educación en la Universidad Libre, habla de la pérdida de identidad cultural en los niños y niñas de 9 a 10 años que se ha generado por las nuevas tendencias de la globalización. Debido a esto, los niños adoptan aspectos identitarios ajenos a su origen.

En busca del fortalecimiento de la identidad cultural, se opta por implementar textos literarios que proyecten la cultura, lengua y tradiciones. Por consiguiente, la principal herramienta en este trabajo de investigación que incluye a los estudiantes de grado once de los colegios de Yopal, se utiliza la estrategia transmedia para difundir información acerca de la cultura llanera y fomentar la cultura turística. Es importante decir, que se debe identificar una estrategia por la que se pueda compartir contenidos y así obtener el resultado esperado: fomento de la cultura turística.

En el artículo *Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela* Amador (2018) de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá, Colombia. Su objetivo es potenciar en los estudiantes habilidades de producción narrativa con tecnologías digitales y narrativas. En esta investigación se utilizó un enfoque cualitativo y la etnografía convencional y virtual, con el fin de saber los grados de interactividad alcanzados por grupos de estudiantes de distintas edades y cursos. Para esto se adecuó la etnografía convencional con el propósito de registrar los posicionamientos de los actores en sus espacios habituales con relación a experiencias pedagógicas que se originaron en ambientes virtuales. Fue necesario recurrir a los criterios y estrategias de la etnografía virtual.

Esta investigación tiene como resultado dos experiencias pedagógicas: la primera fue con estudiantes de segundo grado de un colegio oficial de Bogotá, en la cual se propusieron tres tipos de narrativas: 1. Se basó en que los niños debían escribir cuentos que mantuvieran aspectos de la trama narrativa pero que incorporan otros personajes, problemas y oficios. Esto se llevó a cabo a través de la aplicación Calameo en donde los estudiantes pudieron articular la escritura analógica con imágenes digitales que acompañan el relato; 2. Se realizó en formato video. En ésta los niños planearon, produjeron y editaron videos alternativos a la historia original de la primera narrativa; 3. Consistió en diseñar “monstruosidades”, en esta narrativa los niños hicieron uso de la aplicación Art Attack, diseñando a su imagen y semejanza uno de los personajes que aparecía en el cuento y/o en el video, pero que se había restringido a las imágenes prediseñadas en las plantillas de las aplicaciones.

La segunda experiencia se llevó a cabo con estudiantes de grado noveno de tres colegios de la ciudad, la cual se trató de generar una narrativa transmedia. Se desarrolló en 3 fases: la primera, en la que los estudiantes del primer colegio se encargaron de diseñar cuentos convencionales sobre la historia de vida de un compañero de clase bajo el seudónimo de “Eisner”.

En la segunda narrativa, desarrollada por estudiantes de otro colegio, diseñaron narrativas audiovisuales con base en los cuentos de la primera experiencia. Para esto se produjeron 12 videos en los que se especificaba la vida de Eisner, se realizaron imágenes y sonoridades que no solo daban cuenta del presente del protagonista, sino que también propone mundos posibles para su futuro. Y la tercera narrativa fue elaborada por los estudiantes del tercer colegio, que, con ayuda de un profesor de la materia de informática, crearon cinco animaciones digitales de manera colaborativa.

La autora de esta investigación comprueba que la educación interactiva es posible cuando se generan otros estilos comunicativos entre los actores. Es una educación que se puede extender cuando los contenidos de aprendizaje se trabajan de manera distinta, los estudiantes no sólo consumen, sino que intervienen y producen contenidos. De ahí que la experiencia ejecutada por los niños de segundo grado mostró que desde temprano los procesos lectoescritores pueden ser promovidos a partir de ejercicios sencillos de transmediación y en el caso de los estudiantes de secundaria se evidenció que la comunicación implementada replanteó la lógica de emisores y receptores para introducir

modos de comunicación predominantemente reticulares y rizomáticos. Los estudiantes lograron extender la narrativa, no solo con el formato video, sino también a través de la animación digital.

Para concluir, los diferentes aportes que realizan los antecedentes presentados al tema de investigación brindan sustento en la medida en que muestran el diseño e implementación de una estrategia transmedia. Así mismo, la importancia de una mayor participación de los estudiantes en el desarrollo de esta y sus contribuciones referidas en ideas, comentarios, opiniones o críticas sobre lo que se comparte de la estrategia.

2.2. Marco Teórico

El capítulo a continuación tiene por finalidad analizar diferentes planteamientos teóricos y conceptuales que orientan este proyecto investigativo: estrategia transmedia, cultura llanera y cultura turística.

2.2.1. Cultura

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f) (UNESCO) define la cultura como:

[...] el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Por otro lado, Tylor refiere a la cultura como “esa totalidad compleja que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Tylor, 1871: vol. I. p. 1, como se citó en Lévi-Strauss, 1992:368).

Coinciden en que la cultura es todo lo que incluye arte, modo de vida, costumbres, todas las capacidades y hábitos que caracterizan a una comunidad.

Esto para la investigación es importante, ya que, siendo la cultura los rasgos que distinguen a una sociedad, la comunidad yopaleña en específico los jóvenes de la ciudad deben tener conocimiento sobre estos rasgos, si no se tiene este conocimiento, la cultura poco a poco iría desapareciendo.

2.2.3. Cultura Llanera

De acuerdo con el Instituto Caro y Cuervo (s.f) (ICC)

La esencia de la cultura llanera gira en torno al sentir del llanero y todo lo que se circunscribe a su diario vivir. Las manifestaciones más características son el joropo (baile y música típicos), el poema llanero, las costumbres y saberes tradicionales, el coleo (deporte), su gastronomía y sus fiestas populares.

El Ministerio de Cultura (2019), en la revista Cantos de Trabajos de Llano, refiere que:

La cultura llanera gira en torno a la ganadería y a todas las actividades relacionadas. Así también, dice que si hay algo que distingue a la cultura llanera de otras presentes en Colombia es el adjetivo “llanero” que implica, ante todo, una ocupación. Sea la de aguatero, arriero, vaquero, becerrero o cualquiera de las muchas otras actividades que están asociadas a la ganadería, todas se definen como tareas propias del llanero. En los llanos orientales se es llanero de obra y no de palabra. (p. 14)

En ese orden de ideas, el Instituto Caro y Cuervo y el Ministerio de Cultura coinciden que la cultura llanera se concibe como la esencia propia de los llaneros y que trata sobre el quehacer de un llanero. Sin embargo, el Ministerio de Cultura menciona que la constitución de la cultura llanera se asocia con la ganadería, mientras que el Instituto Caro y Cuervo afirma que gira en torno al sentir y al diario vivir del llanero.

Para esta investigación, la cultura llanera es lo que constituye a un llanero, ya sea su quehacer, sus creencias, sus costumbres, sus tradiciones. Así mismo, se compone de todo lo que se conoce como el llano propio, economía, agricultura, el oficio de un llanero, todo. En este sentido, esta cultura es propia de los llanos orientales y es lo que se pretende fortalecer en los estudiantes de grado once de los colegios, con el fin de que conozcan estas manifestaciones culturales y puedan familiarizarse con ellas, de esta manera, compartan y vivan la experiencia que la cultura llanera ofrece.

2.2.4. Cultura Turística

Teniendo en cuenta lo anterior y el tema de investigación de este trabajo, se hace necesario conocer el concepto de cultura turística porque es un término que no ha sido apropiado en el contexto escolar y que lo define Calderón (2017) como “[...] el conocimiento que adquieren tanto los locales como los visitantes de un lugar, con la finalidad de dar reconocimiento a un destino y promover la actividad turística.”

Sánchez (2008) afirma que “[...] es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.”

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (s.f) plantea que la cultura turística

Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y Sánchez coinciden en que la cultura turística está relacionada con el buen trato al turista o visitante. Sin embargo, Sánchez se refiere exclusivamente a que dicho buen trato da identidad a la comunidad y reconocimiento a nivel local. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú se refiere a los conocimientos, valores, actitudes, identidad y protección del patrimonio.

Esta cultura es lo que se quiere fomentar en los estudiantes de grado once de los colegios de Yopal, y así sepan cómo tratar al turista o visitante, qué conocimientos pueden ofrecer y se apropien de su identidad llanera.

2.2.5. Estrategia

El término estrategia, Porter (2002) se refiere a esta como

Una combinación de metas o fines que busca una organización, y de medios (políticas) para tratar de alcanzarlos. La estrategia es como el puente entre las políticas o los objetivos más altos y las tácticas o acciones concretas para llegar a la meta. (Porter (1996, citado por Mintzberg et ál., 1998))

La meta de la presente investigación es usar una estrategia por medios de redes sociales para fomentar la cultura llanera en los estudiantes de los colegios de Yopal con el fin de que la comunidad estudiantil cuente con una cultura turística capaz de transmitir a los visitantes.

2.2.6. Transmedia

El concepto de transmedia. Samaniego (2018) “Transmedia es un proceso narrativo basado en el fraccionamiento intencionado del contenido y su disseminación a través múltiples plataformas, soportes y canales, con el fin de que cada medio cuente una parte específica y

complementaria de la historia”. La estrategia que se pretende usar por medios digitales se basa en el fraccionamiento de contenido entre dos plataformas digitales en donde, en una se contará de manera interactiva y dinámica historia sobre cultura llanera del territorio y en la otra se complementará esta historia con datos curiosos y demás. Es por esto, por lo que dicho término es fundamental para la investigación debido a que define con exactitud la dinámica de la estrategia.

2.2.7. Estrategia Transmedia

Por otro lado, Scolari (2013), en su libro *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan* la describe como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”.

Porter (2002) y Scolari (2013) coinciden en que la estrategia es el medio para alcanzar una meta o fin con un medio determinado. Ahora bien, Porter lo expone como las metas de una organización, mientras que Scolari la plantea como un tipo de relato en donde se hace uso de medios y plataformas de comunicación.

Teniendo en cuenta el objetivo de esta investigación, la estrategia transmedia se plantea como la solución al problema de investigación, ya que es una excelente forma de hacer un buen uso de las plataformas digitales con un fin beneficioso para todos como lo es el fomento de la cultura turística en los estudiantes de los colegios del municipio de Yopal.

2.3. Bases Legales

Las bases legales del presente proyecto de investigación se enfocan en las normativas necesarias como base para el desarrollo de dicha investigación. La cual estará sustentada por el Plan de Desarrollo Municipal de Aguazul 2020-2023 en donde habla de los objetivos del pacto región llanos-Orinoquía, la Ley 2068 de 2020 en la cual mencionan la revalorización de la identidad cultural de las comunidades, la Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial argumentada por la Ley 1185 de 2008 y el decreto reglamentario 2941 de 2009, en donde mencionan la ruptura generacional del patrimonio y el programa transversal del Viceministerio de Turismo “Colegios Amigos del Turismo” ya que uno de sus propósitos es generar cultura turística desde la infancia.

2.3.1. Plan de Desarrollo Municipal de Aguazul 2020-2023

En el numeral 1.3 del plan de desarrollo municipal de Aguazul para los años 2020-2023, habla sobre Pacto Región Llanos-Orinoquía: Conectar y Potenciar la despensa sostenible de la región con el país y el mundo en busca de desarrollar y aprovechar el potencial de los llanos conectándose con el país y el mundo, dicha región será reconocida por su modelo productivo sostenible en donde se balancea el recurso hídrico con la protección y conservación del ambiente. Este pacto propone unos objetivos, de los cuales el segundo objetivo es impulsar la productividad y mejorar la eficiencia de los clústeres y las cadenas de valores, entre ellas las cadenas turísticas; con el propósito de superar el bajo crecimiento y los problemas de sostenibilidad descritos mediante el uso sostenible de la biodiversidad y el turismo llanero.

Por otro lado, en el numeral 2.2.1.3 que corresponde al sector cultura, desde la secretaría de educación y cultural se propone realizar acciones que estén encaminadas a promover, difundir, proteger, recuperar, conservar y divulgar el patrimonio cultural del municipio a través de eventos artísticos y culturales generando intercambios en donde se difunde la cultura llanera.

Estos dos numerales tienen un punto en común; la llaneridad. El municipio de Aguazul está enfocado en promover, conservar y difundir la cultura llanera por medio de eventos artísticos y culturales logrando que esta ayude con los problemas del municipio de manera que entre más se promueva los eventos culturales de la cultura llanera habrá mayor crecimiento cultural en el territorio.

2.3.2. Ley 2068 de 2020

El objeto de dicha ley es fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos de conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos. En el numeral 8 del artículo dos del capítulo uno llamado “desarrollo social, económico y cultural” mencionan que el derecho a la recreación, al deporte y al aprovechamiento del tiempo libre de todas las personas es una manera de fomentar tanto el tiempo libre como la revalorización de la identidad cultural de las comunidades, la cual se desarrolla teniendo como base en que todo ser humano tiene derecho a una vida saludable y en armonía con la naturaleza

Este artículo es base legal para el presente proyecto de investigación debido a que uno de los propósitos del proyecto es aumentar la identidad cultural de los estudiantes de las dos instituciones de Yopal.

2.3.3. Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

Reglamentada por la Ley 1185 de 2008 conocida como la Ley del Patrimonio Cultural y el decreto 2491 de 2009 que constituye el eje básico de la legislación colombiana sobre Patrimonio Cultural Inmaterial y es el fundamento de la Política para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Dicha política tiene como propósito salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial del estado colombiano, sin embargo, una de las causas de la pérdida de este patrimonio que mencionan allí es la ruptura generacional de la cultura e identidad cultural, esto debido a que los jóvenes no valoran el aprendizaje y recreación de manifestaciones tradicionales, así mismo, los adultos que conocen, práctica y recrean estas manifestaciones no están interesados, y tampoco tienen incentivos o condiciones favorables para enseñarla.

Se toma esta política como base legal, ya que, a lo largo de la investigación se ha visto que los jóvenes están enfocados en otras actividades y culturas, y que los adultos que saben de ella no tienen interés en enseñarla.

2.3.4. Programa Transversal “Colegios Amigos del Turismo”

Tomamos como base legal el programa transversal Colegios Amigos del Turismo (CAT) debido a que para este proyecto el cual trabajara con dos instituciones en donde una de las instituciones que están participando en el proyecto está inscrita a dicho programa. También, porque el programa CAT tiene dos propósitos que son fundamentales e importantes para la investigación; generar cultura turística y fomentar la apropiación del territorio en estudiantes de instituciones educativas. Estos dos objetivos tienen relación con el propósito del proyecto de investigación, ya que, se busca fomentar la cultura turística en estudiantes de grado once, sin embargo, para lograr esto es necesario inculcar, enseñar y aprender sobre la cultura llanera del municipio, generando así que los estudiantes se apropien de su cultura e identidad cultural.

3. Metodología

El trabajo de investigación se centra en el uso, implementación y evaluación de estrategias transmedia en la que participan los estudiantes de dos colegios de Yopal, Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY), a través de imágenes y actividades interactivas enfocadas a temas relacionados con la cultura llanera, que se publican y comparten en dos redes sociales.

De acuerdo con lo que plantea Hernández et al. (2014) en su libro *Metodología de la investigación* se acoge la investigación mixta, ya que el propósito de esta es dar a conocer el quehacer de lo cotidiano teniendo en cuenta los pensamientos, sentimientos, oficios y cultura de grupos pequeños o personas, implicando la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

A pesar de ser investigación mixta, se le da mayor preponderancia al enfoque cualitativo ya que el objeto de este enfoque es social, acogiéndose al enfoque que se tiene como profesionales en turismo es por ello que se busca tener una percepción de los estudiantes, escuchando las opiniones y experiencias frente al objeto de estudio.

En el enfoque cualitativo Hernández et al. (2014), plantea que es necesario realizar recolección de datos para poder afinar las preguntas de investigación, también se busca proporcionar profundidad de los datos, por medio de experiencias, detalles únicos y reales para después lograr que el investigador genere creencias propias. En el desarrollo del trabajo, es importante escuchar las experiencias y opiniones de los estudiantes para poder confirmar la teoría bajo el concepto de los investigadores.

Para cumplir con el desarrollo de este enfoque, la herramienta que se utilizó fueron los grupos focales. en este caso se realizó para saber si los estudiantes conocen sobre cultura turística y cultura llanera, estos se sistematizan a través de encuentros que cuentan con: diarios de campo, grabaciones y transcripción de las sesiones.

En cuanto al enfoque cuantitativo Hernández et al. (2014) se plantea que es más objetiva, ya que pretende medir con precisión cualquier variable dentro del estudio, y establecer con exactitud el comportamiento de la población.

Las herramientas del desarrollo de la investigación propuestas por Hernández et al. (2014) son las encuestas que cumplen con el enfoque cuantitativo. Se realizaron 2 encuestas aplicadas a estudiantes donde la primera busca saber si los estudiantes tenían conocimiento e interés en la cultura llanera y poder definir el problema, y la segunda para determinar los temas a tratar, la red social y la estrategia transmedia que se va a implementar.

Por medio de una convocatoria en la ciudad de Yopal, se pidió la colaboración con la aplicación de una encuesta a los estudiantes de las instituciones educativas del municipio, de los 58 colegios solo 5 de ellos participaron para así determinar el problema de la investigación. Sin embargo, solo dos de ellas dieron la carta aval para seguir con la

investigación, las cuales fueron Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo-ITELL y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal”- ITEY. Siendo así, por medio de la fórmula de población finita se determinó que la muestra serían 34 estudiantes entre las dos instituciones educativas.

La herramienta que se utilizó para evaluar las estrategias transmedia fue el engagement. Según Helpful Technology (2012) es el proceso en el cual se usan herramientas digitales para movilizar, encontrar y escuchar a una comunidad alrededor de un bien común. Sin embargo, Paine (2011) dice que es la muestra de los comportamientos de los usuarios en diferentes intensidades, ya sean acciones simples como leer y ver o como darle me gusta, comentar, compartir o responder a una publicación (Barger y Labrecque, 2013). Para la mediación o evaluación del engagement por medio del análisis web, se basa en conocer la conducta que muestran los usuarios por medio de sus actividades en las plataformas digitales. Para esto, se obtienen unas métricas en donde se cuantifican variables como las visitas, el número de seguidores o me gusta, compartir y comentarios. Este tipo de recopilación de datos de las redes sociales son ampliamente analizadas para indicar el nivel de engagement de los usuarios (Chan-Olmsted et al., 2017).

Las fórmulas que usualmente se utilizan para evaluar el impacto del engagement de los usuarios suelen tomar la suma de likes, comentarios y comparticiones. Sin embargo, para evaluar el impacto de la estrategia transmedia de la presente investigación se toma como base la fórmula propuesta por Niciporuc (2014), la cual es la suma del número de me gusta, comentarios y las veces que la publicación se compartió sobre el número de seguidores (tabla 1).

Tabla 1. *Fórmula para evaluar el engagement según Niciporuc*

$$\frac{N^{\circ} \text{ Me gusta} + N^{\circ} \text{ comentarios} + N^{\circ} \text{ compartidos}}{N^{\circ} \text{ seguidores}}$$

Elaboración propia

Sin embargo, teniendo en cuenta que para evaluar el impacto de dicha estrategia se requiere que el resultado sea dando en porcentajes, y que para la evaluación de dicha herramienta es necesario establecer un nivel de alcance al que se quiere llegar, se propone la siguiente fórmula:

Tabla 2. *Fórmula de engagement propuesta por el grupo investigador*

interacciones x 100

Alcance

Elaboración propia

3.1. Limitaciones

Durante el proceso del presente trabajo surgieron algunas limitaciones a nivel académico y contextual que dirigieron esta investigación a escenarios como lo son:

El desplazamiento al territorio por parte de los investigadores debido a los horarios académicos y laborales de estos.

La falta de información sobre cultura llanera y cultura turística en el contexto colombiano, lo que refleja el poco interés e importancia frente al tema.

También se puede decir que en el grupo investigador se evidenció un hábito poco constante de mantenerse informado frente a temas relacionados con el tema de investigación, factor que influye en el desarrollo de dicho proceso.

La baja participación, colaboración e interés por parte de las instituciones educativas del municipio de Yopal obstaculiza cualquier innovación, interés y práctica de la formación en cultura llanera.

La falta de estrategias en el aprendizaje de cultura llanera al interior de los colegios del territorio facilita el desinterés e importancia por preservar la identidad cultural en los estudiantes.

Concluida la investigación, el grupo investigador hace uso de las estrategias transmedia para el fomento de la cultura turística en los estudiantes de grado once de las instituciones educativas del municipio de Yopal, logrando así, que estos aprendan más sobre cultura llanera y la transmitan a sus allegados.

4. Análisis de los Resultados de la Investigación

En este capítulo se describen las acciones realizadas a lo largo de la investigación, así como, el análisis de la información recolectada, para dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados y a la pregunta problema, la cual, fue la razón de ser de este trabajo de investigación. Del mismo modo, se encontrará el resultado de la implementación e impacto de la estrategia transmedia aplicada en redes sociales.

4.1. Identificación del Nivel de Conocimiento de la Cultura Llanera en los Estudiantes de las Instituciones Educativas en Yopal.

De las encuestas aplicadas se extrajeron respuestas que indicaron el nivel de conocimiento y apropiación por la cultura llanera que tienen los estudiantes de las instituciones educativas Manuela Beltrán, Braulio González, Jorge Eliecer Gaitán, Centro Social, ITELL, ITEY y Antonio Nariño sobre la cultura de Yopal. En donde la encuesta aplicada por medio de formularios de Google (ver anexo 1) arrojó resultados que se tuvieron que categorizar en archivo de Excel con el fin de posteriormente analizarlos por medio de gráficas. Se aplicó una encuesta mixta con preguntas abiertas y cerradas por medio de formularios de Google (ver anexo 1), debido a que la encuesta tenía preguntas abiertas se creó un archivo Excel para su revisión, seguidamente, se categorizaron las respuestas obtenidas para luego analizarlas por medio de gráficas.

El tamaño de la muestra para esta primera encuesta fueron 45 estudiantes, de los cuales 30 eran mujeres y 15 eran hombres

Figura 1. *Grado que cursan*

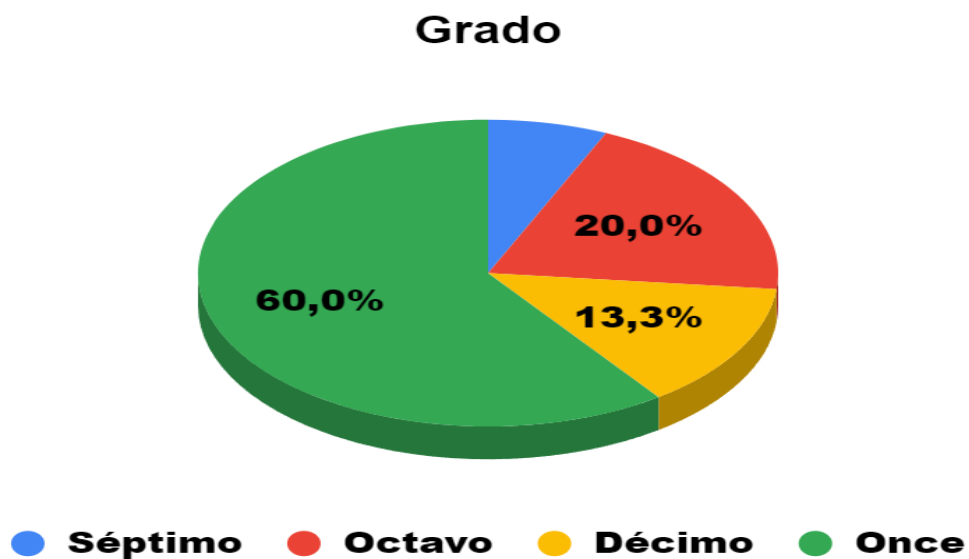
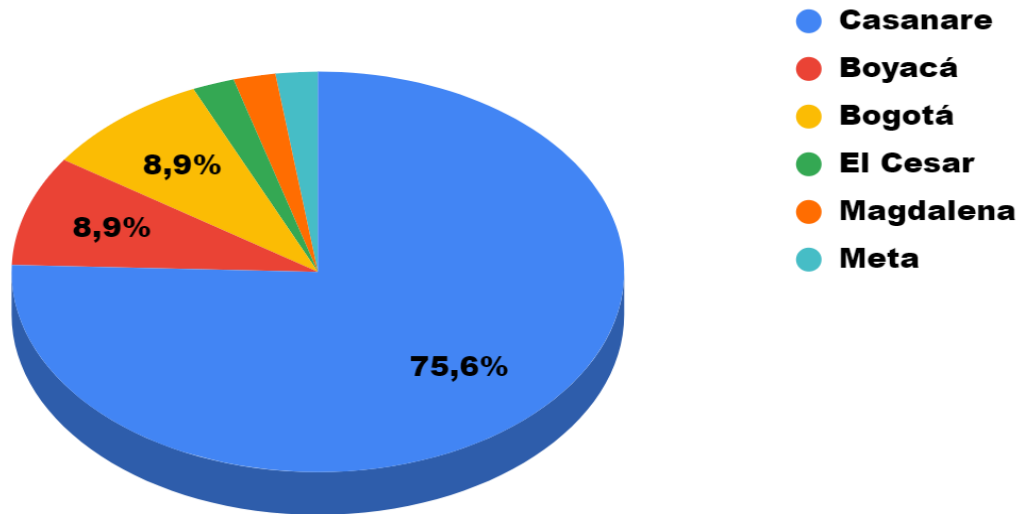


Figura 2. *Departamento en que nació*

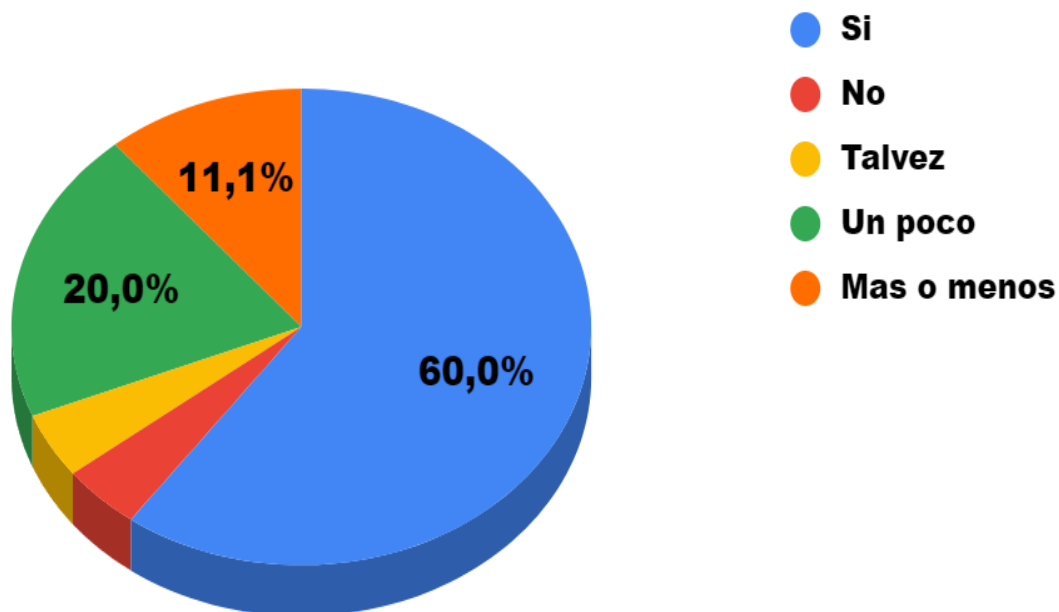
Departamento en que nació



Entre la población encuestada se encontró que 27 estudiantes son de grado once (60,0%) y 34 de ellos son de origen casanareño (75,6%) tal y como se muestran en la figura 1 y figura 2. Debido a esto se pudo determinar que la población y la muestra de la investigación iban a ser los estudiantes de grado once de las instituciones educativas de Yopal.

Figura 3. Conocimiento de la Cultura Llanera

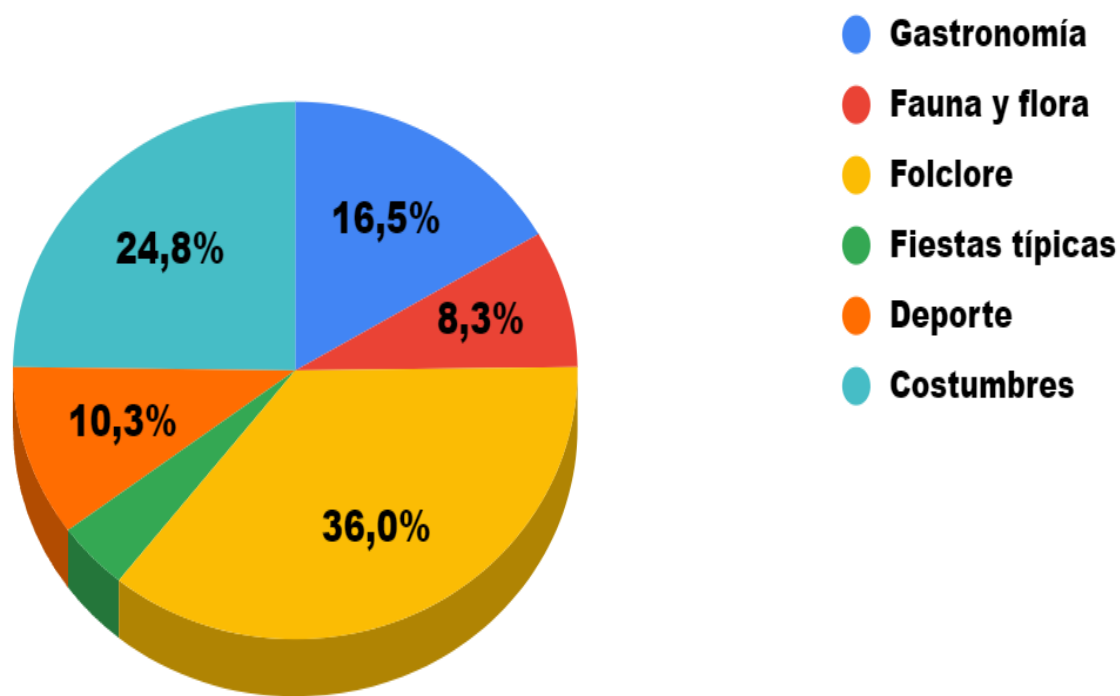
¿Conoce la cultura llanera?



En términos de conocimiento sobre cultura llanera se encontró que la mayor parte de los encuestados conocen que es cultura llanera (60,0%), sin embargo, hay un 31,1% que la conocen, pero no en su totalidad tal como lo muestra la figura 3. Esto para la investigación fundamenta el hecho de que hay que fortalecer y fomentar más la cultura llanera en los estudiantes.

Figura 4. Aspectos que conocen de la cultura llanera

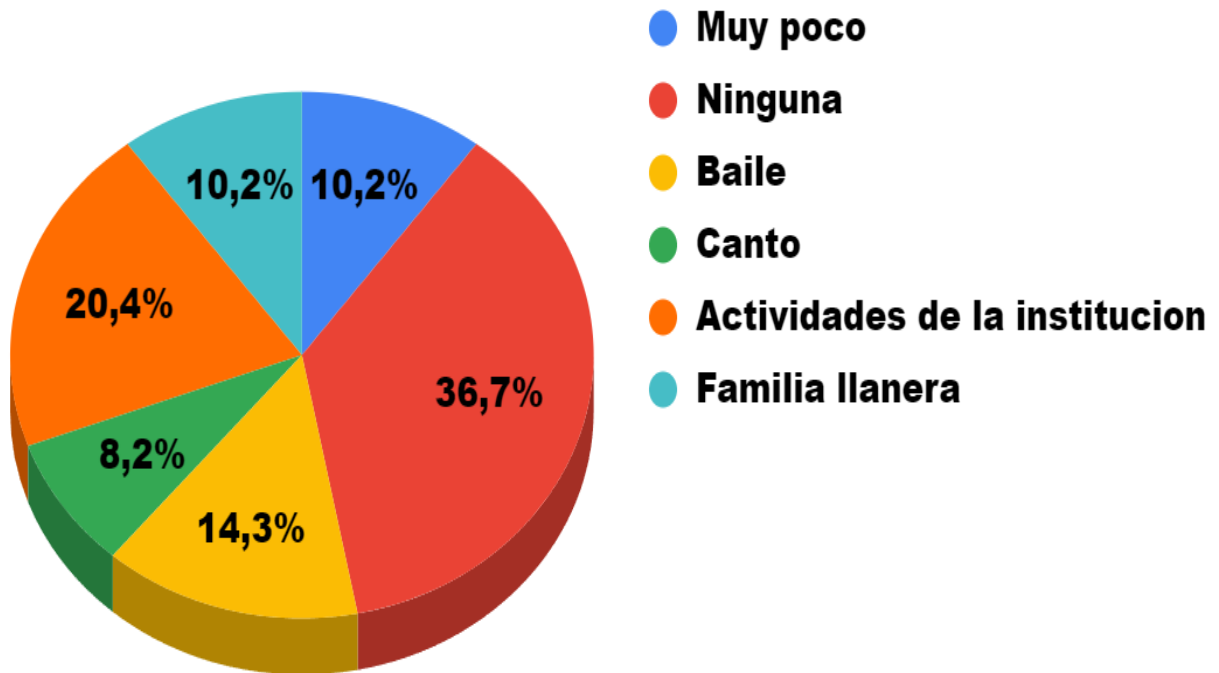
Aspectos que conocen de la cultura llanera



Seguido a esto, se preguntó qué aspectos de la cultura llanera conocían, los cuales se categorizaron en gastronomía, folclore, fiestas típicas, deporte, costumbre, fauna y flora tal y como se muestra en la figura 4, de esto se pudo evidenciar que 87 estudiantes conocen sobre su folclore, 60 de ellos conocen sobre las costumbres típicas del municipio y 40 de ellos conocen acerca de la gastronomía típica del territorio, siendo estos los aspectos más relevantes para los encuestados. Por otro lado, se evidencio que aspectos como el deporte, fauna y flora, y las fiestas típicas son los que se deben reforzar.

Figura 5. Relación con la cultura llanera

Relación con la cultura llanera

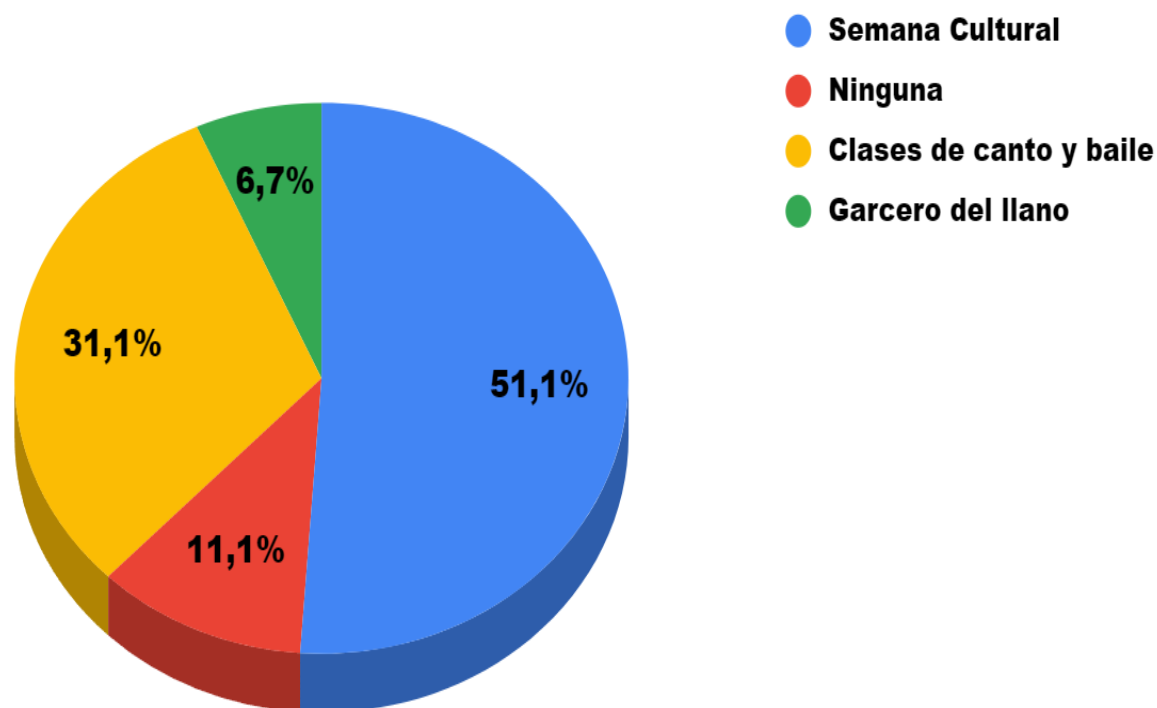


Se preguntó a la población encuestada cuál era la relación que tenían con la cultura llanera, es decir, si alguna vez habían participado en actividades relacionadas con la cultura llanera y cuáles eran estas, así mismo, se categorizó de la siguiente manera; baile, canto, actividades de la institución, familia llanera, muy poca participación y ninguna participación. Esto con el fin de determinar si los estudiantes tienen oportunidad de involucrarse en actividades llaneras. Según los resultados obtenidos, se evidenció que 18 de los estudiantes no tienen relación alguna con la cultura llanera, sin embargo, 10 de ellos aprovechan las actividades institucionales para participar y así tener una relación con la cultura llanera. También, se evidenció que 5 de los encuestados afirman tener familia llanera, pero esto no asegura que individualmente tengan relación con las costumbres y cultura, así mismo, 5 de los encuestados firman tener muy poca relación con la cultura, tal y como se muestra en la figura 5.

Así también, se les preguntó si conocían entidades que fortalecen la cultura llanera o programas que estuvieran relacionados con esta, 30 de los encuestados afirmaron que conocían entidades (66,7%) y 27 de ellos afirmaron conocer programas (60,0%) que fortalecen y tienen relación con la cultura.

Figura 6. *Actividades culturales que ofrece su institución*

¿Qué actividades culturales ofrece tu institución?

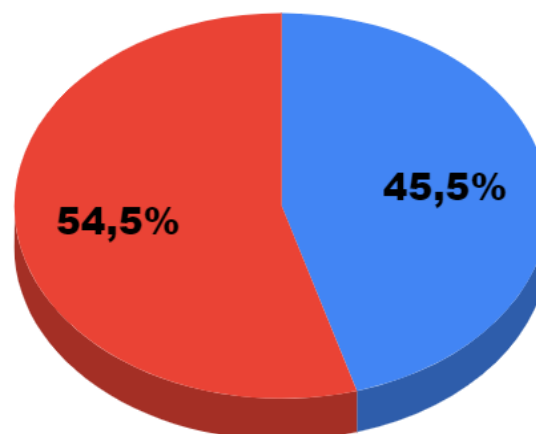


También se les preguntó qué actividades culturales ofrecían la institución educativa en la que estudian (figura 6), 23 de los encuestados afirmaron que en sus instituciones realizan semanas culturales dándoles la oportunidad a los estudiantes de participar en actividades relacionadas con la cultura llanera, así mismo, 14 de ellos afirman que las instituciones ofrecen a los estudiantes clases de canto y baile llanero dándoles la oportunidad de conocer más sobre los aspectos que constituyen la cultura llanera. Sin embargo, 3 de los encuestados afirman que las instituciones participan en el garcero del llano, programa diseñado para promover la cultura llanera.

Figura 7. *Afectación de las nuevas tecnologías a la cultura llanera*

Afectación de las nuevas tecnologías a la cultura llanera

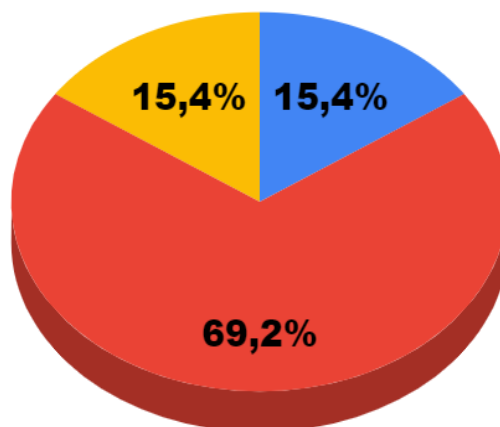
- Difusión de la Cultura
- Poco interés en la cultura



Sabiendo que los docentes son de importancia en la investigación, ya que son ellos los que tienen una perspectiva más amplia de la situación. Se les realizaron tres preguntas para conocer su punto de vista frente a la relación que tienen los estudiantes con la cultura y cómo las nuevas tecnologías han impactado en esto. La primera pregunta es ¿cómo las nuevas tecnologías han afectado a la cultura turística?, tal como se muestra en la figura 7 los docentes afirman que estas tecnologías han perjudicado a la cultura debido a que hay poco interés por parte de las instituciones educativas, estudiantes y entidades gubernamentales por promover y practicar la cultura. Así mismo, uno de los docentes afirma que *“los jóvenes y niños ya no quieren aprender de la cultura, especialmente en el campo, ya que se ocupan de celular, de redes sociales, videojuegos, y no están aprendiendo de faenas llaneras lo que conlleva a que la cultura vaya desapareciendo”*, esto para la investigación es de importancia debido a que se busca hacer uso de las redes sociales para fomentar la cultura llanera, es decir, además de que los estudiantes se interesen por conocer más acerca de esta, es incentivarlos a que las redes sociales también sirven para estar informados, conocer y aprender sobre temas que son relevantes para ellos como llaneros.

Figura 8. *Porque los jóvenes no se identifican con su cultura*

¿Por qué los jóvenes no se identifican con la cultura llanera?



- **Falta de conocimiento**
- **Falta de interés**
- **Interés por otras actividades y/o culturas**

Seguido a esto, se les preguntó si los jóvenes se identificaban con la cultura llanera y en dado caso de que respondiera con un tal vez o no, debían justificar por qué creían eso. De acuerdo con esto, gran parte de los encuestados creen que los jóvenes tal vez se identifiquen con esta, tal como se muestra en la figura 8, argumentaron que esto sucede debido a que los jóvenes no tienen interés por conocer sobre sus raíces, sino que están enfocados en aprender y participar en otras actividades culturales y culturas ajenas a la de ellos. Una docente afirma que a *“muchos jóvenes ya no les gusta practicar el baile o canto porque han sido invadidos por otras culturas, son muy pocos los padres que les siguen inculcando sobre nuestro folclor. Además, la tecnología ha hecho que muchos de sus pasatiempos sean los juegos cibernéticos. Creo que la cultura se debe seguir promoviendo desde los colegios, pero esos espacios se han perdido mucho también porque se exige cumplir con unos contenidos que no permiten realizar actividades culturales”*.

Esta respuesta de la docente es importante debido a que afirma tres puntos importantes para la presente investigación; 1. Los jóvenes no tienen interés en participar porque les llama la atención otras culturas, 2. Las tecnologías influyen en que los jóvenes tengan otros pasatiempos sin relación con la cultura y 3. Se han perdido los espacios para

promover la cultura deberían en las instituciones educativas. Estos puntos son de relevancia en la investigación debido a que esta busca demostrarle a los jóvenes e instituciones educativas que las redes sociales pueden ser útiles en cuanto al aprendizaje de la cultura llanera.

4.2. Contrastar la participación que cada institución tiene frente al aprendizaje, enseñanza y promoción de la cultura llanera en los estudiantes de grado once.

De acuerdo con las visitas hechas a cada institución se pudo evidenciar una serie de diferencias con las que cuenta cada una, entre estas, la participación frente al aprendizaje sobre cultura llanera que cada colegio ofrece, tal y como lo vemos en la tabla 3.

Tabla 3. *Diferencias entre instituciones educativas*

	Instituto Técnico Empresarial “El Yopal” - ITEY	Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo - ITELL
PROYECTOS TRANSVERSALES	1. AMBIENTALDERECHOS HUMANOS Y DEMOCRACIA “ <u>Gobierno Escolar y Democracia – ITEY</u> ” 2. PROGRAMA DE EDUCACIÓN PARA LA SEXUALIDAD Y CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA (PESCC) “ <u>Sexualidad mucho más que sexo</u> ” 3. EDUCACIÓN Y PREVENCIÓN DEL RIESGO “ <u>ITEY limpio y saludable</u> ” 4. ESTRATEGIA DE ESTILOS DE VIDA	HABILIDADES INSTITUCIONALES PARA LA VIDA 1. Prevención del consumo SPA 2. Proyecto piloto de llaneridad 3. Capacidades Centrales 4. Habilidades comportamentales <i>También se hace transversalización con las técnicas.</i>

	SALUDABLES Y UTILIZACIÓN DEL TIEMPO LIBRE <u>“Uso del tiempo libre”</u>	
PROYECTOS TRANSVERSALES QUE FORTALECEN LA CULTURA LLANERA	NO	SI
ESPECIALIDADES O TÉCNICAS	1. ESPECIALIDAD DE AUTOMATIZACIÓN 2. ESPECIALIDAD DE ELECTRICIDAD 3. ESPECIALIDAD DE GESTIÓN EMPRESARIAL 4. ESPECIALIDAD DE ELECTRÓNICA 5. ESPECIALIDAD DE INFORMÁTICA 6. ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	1. TÉCNICA EN GESTIÓN AMBIENTAL Y BIOÉTICA 2. TÉCNICA EN TURISMO 3. TÉCNICA EN INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS
ESPECIALIDADES O TÉCNICAS RELACIONADAS CON TURISMO Y CULTURA LLANERA	NO	SI

ACTIVIDADES INSTITUCIONALES ENFOCADAS EN CULTURA LLANERA	NO	1. SEMANA LLANERISTA 2. PROYECTO CULTURAL TALENTOS LLANERISTAS
---	----	---

Elaboración propia a partir de perspectiva y diálogos con maestros

Siendo así, se puede evidenciar que el colegio ITEY no cuenta con proyectos, técnicas y actividades culturales en donde se fortalezca la cultura llanera, sin embargo, el colegio ITELL es un gran fomentador de cultura llanera, en su currículo educativo cuenta con proyectos transversales pilotos para el fomento de la cultura llanera, así también, cuenta con técnicas certificadas que están enfocadas en cultura, turismo y fomento de la cultura llanera, sin dejar de lado la parte empresarial, así mismo, está vinculada al programa colegios amigos del turismo, lo que la hace ideal para poder fomentar la cultura turística en ellos.

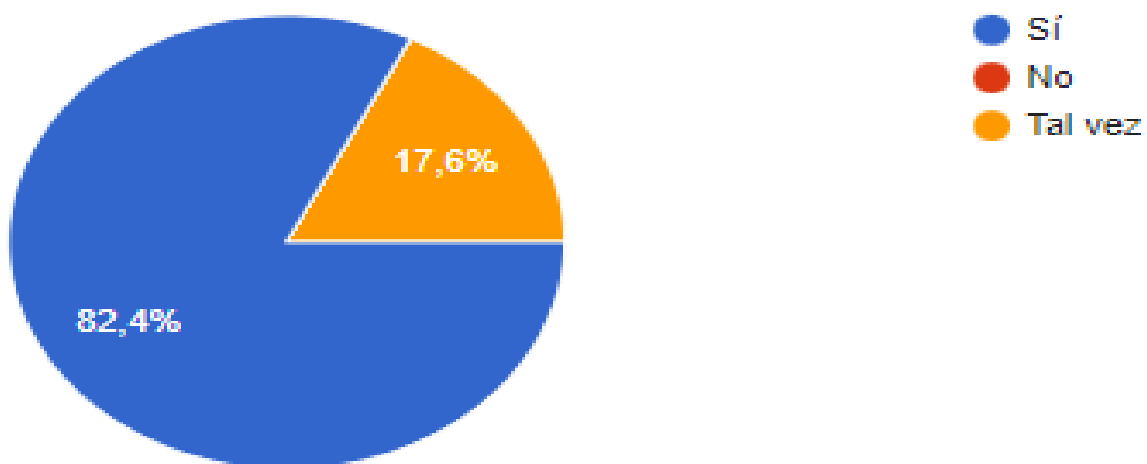
Sin embargo, el ITEY cuenta con programas enfocados al ámbito social y empresarial, está enfocado crear empresa, mientras que la ITELL está enfocado a fomentar el cuidado al medio ambiente, a crear empresa desde lo cultural y al aprendizaje del turismo en el territorio.

4.3. Evaluar el impacto de las estrategias transmedia en las redes sociales para el fomento de la cultura llanera a través del engagement.

Para determinar los temas y características más relevantes sobre cultura llanera, así como las estrategias transmedia más utilizadas por ellos, se aplicó una encuesta de tipo mixta (ver anexo 2), en las que se tuvo que crear un archivo de Excel para caracterizar y analizarlas por medio de gráficas.

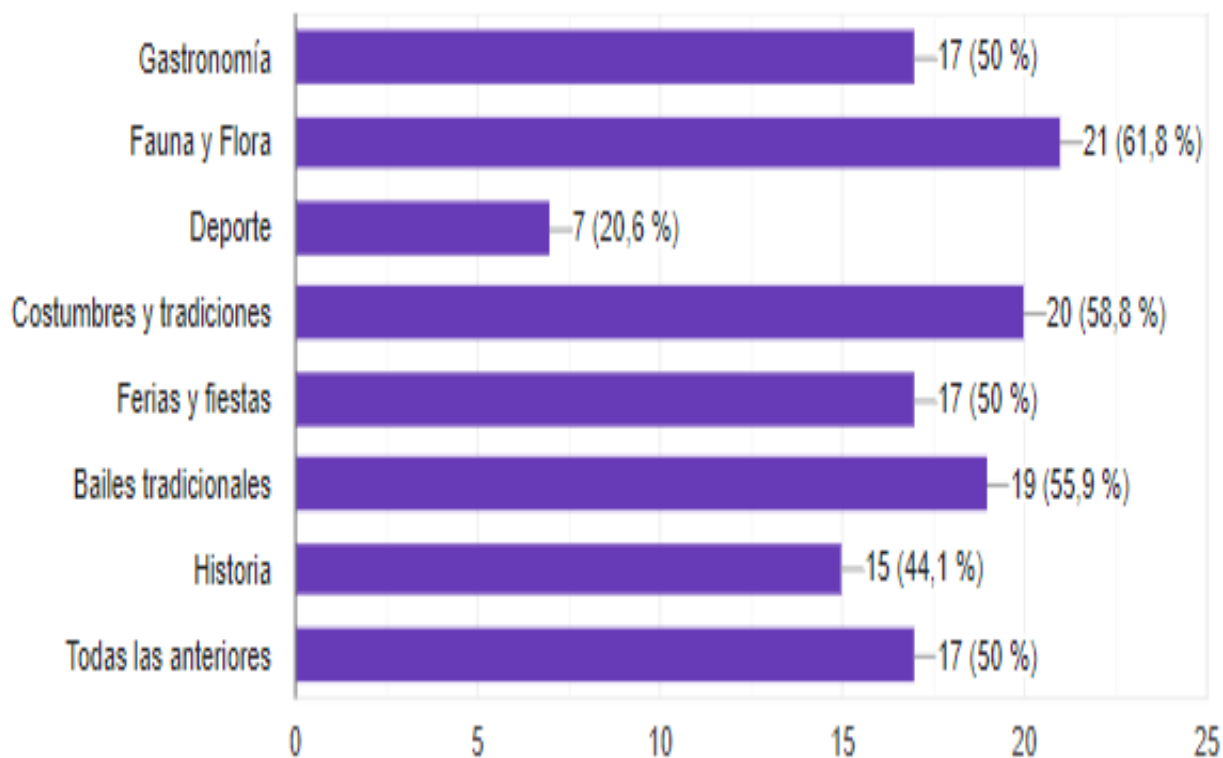
A continuación, se relacionan las preguntas que cumplen con los parámetros para evidenciar su conocimiento acerca de la cultura.

Figura 9. *Conocimiento del término Cultura Llanera*



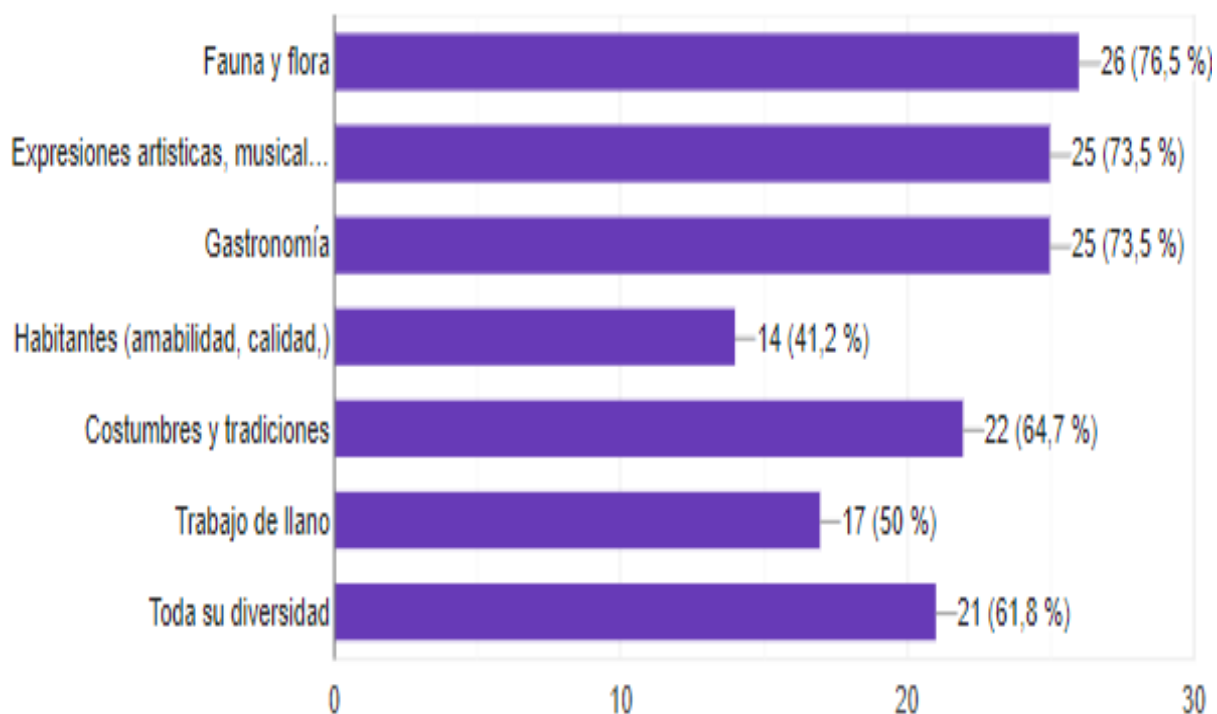
Primero, se les preguntó a los estudiantes si conocían que era la cultura llanera, a esto el 82.4% respondió que sí, ya que para ellos es fácil identificar cuáles son sus costumbres, tradiciones y algunas características representativas de su región, como se puede apreciar en la figura 9.

Figura 10. Aspectos pertenecientes la Cultura Llanera



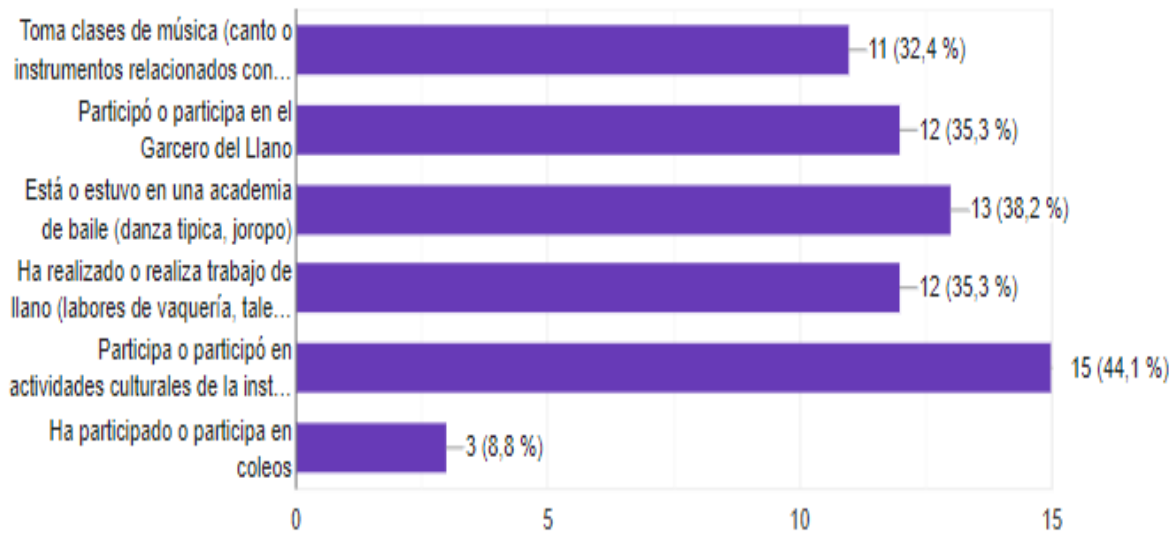
Para dar más profundidad al tema y evidenciar si los jóvenes realmente conocen acerca de su cultura, se realiza una pregunta la cual les permite decir que aspectos son pertenecientes a la cultura llanera para ellos, aspectos como: Gastronomía, fauna y flora, deporte, costumbres y tradiciones, ferias y fiestas, bailes tradicionales, historia. Con las respuestas proporcionadas por los estudiantes se identifica la poca importancia que le dan a su historia y al deporte, ya que muy pocos las consideran pertenecientes de su cultura (figura 10).

Figura 11. Aspectos que los hacen sentirse orgulloso de la cultura llanera



Más allá de saber qué aspectos piensan que hacen parte de su cultura, es de suma importancia saber cuáles de estos son los que hacen que ellos se sientan orgullosos de la cultura llanera, es de esta manera que se puede evidenciar a qué características de la cultura llanera le dan más importancia. Con las respuestas proporcionadas por los estudiantes se identifica que no sienten orgullo por actividades como el trabajo del llano y su diversidad, y muy probablemente es debido a esa falta de apropiación cultural, que, aunque los colegios realicen eventos para mostrar este tipo de actividades, ellos no lo ven como algo importante (Figura 11).

Figura 12. Participación en actividades y eventos.



Los estudiantes sienten orgullo por diferentes aspectos de la cultura, pero ¿Se han involucrado en actividades o eventos que promuevan su cultura? Para esto se pregunta si han participado en diferentes actividades culturales (Figura 12). Efectivamente los estudiantes sí han participado en diferentes actividades y eventos que promueven la cultura, en dónde el 44.1% se ha involucrado con las actividades propuestas por las instituciones educativas y el resto de las actividades han sido tomadas por gusto propio.

Figura 13. Entidades que fortalecen y promueven la cultura llanera en el municipio de Yopal.

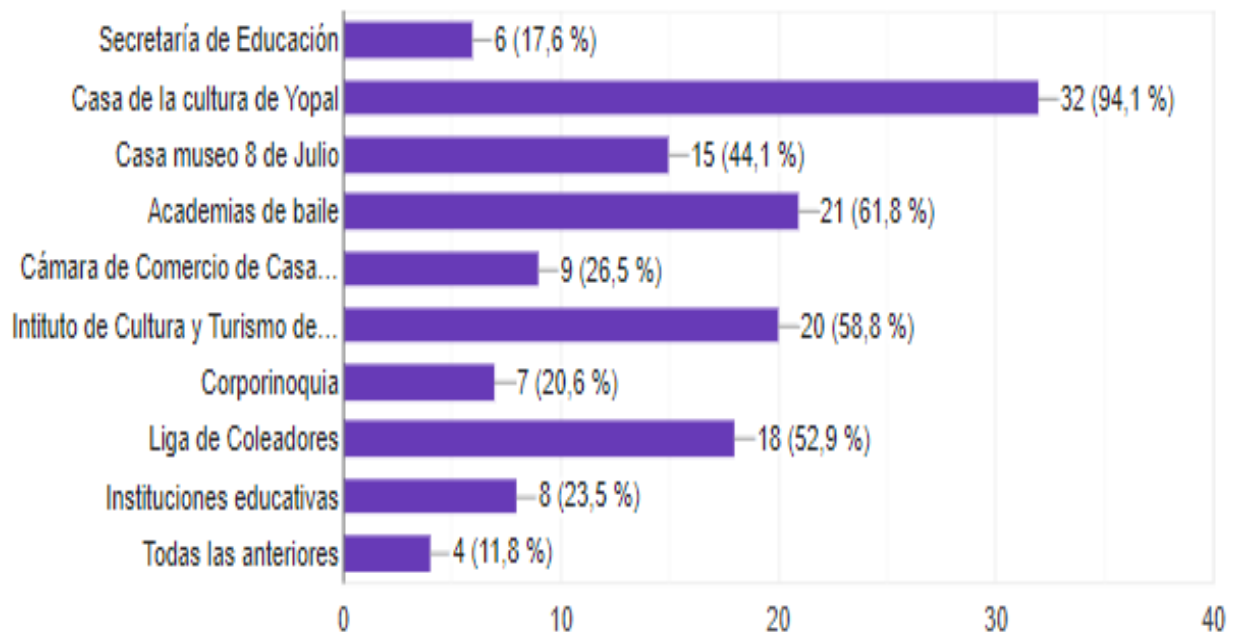
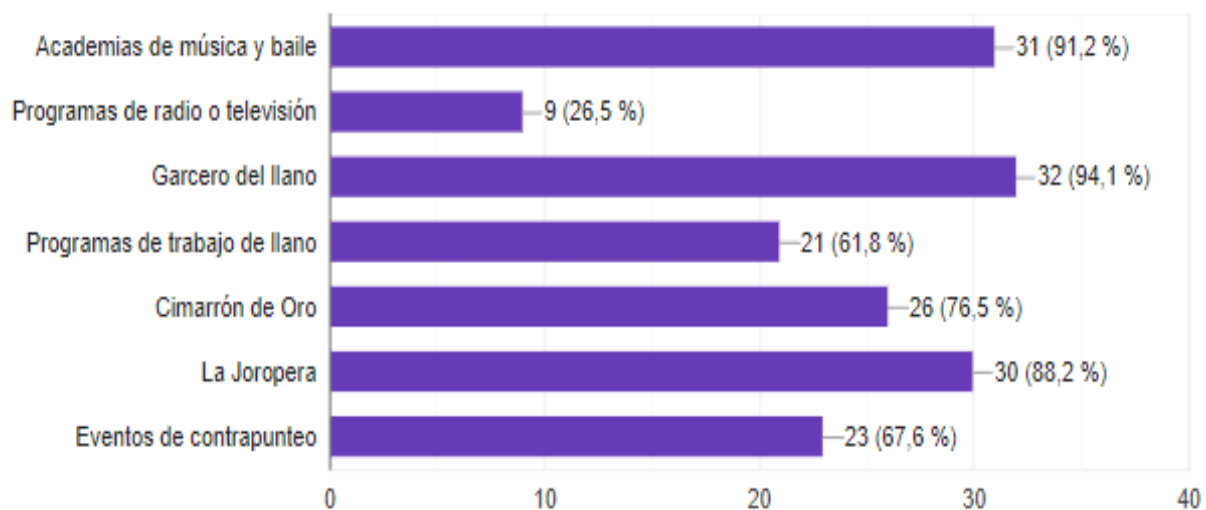


Figura 14. *Programas relacionados con la cultura llanera.*

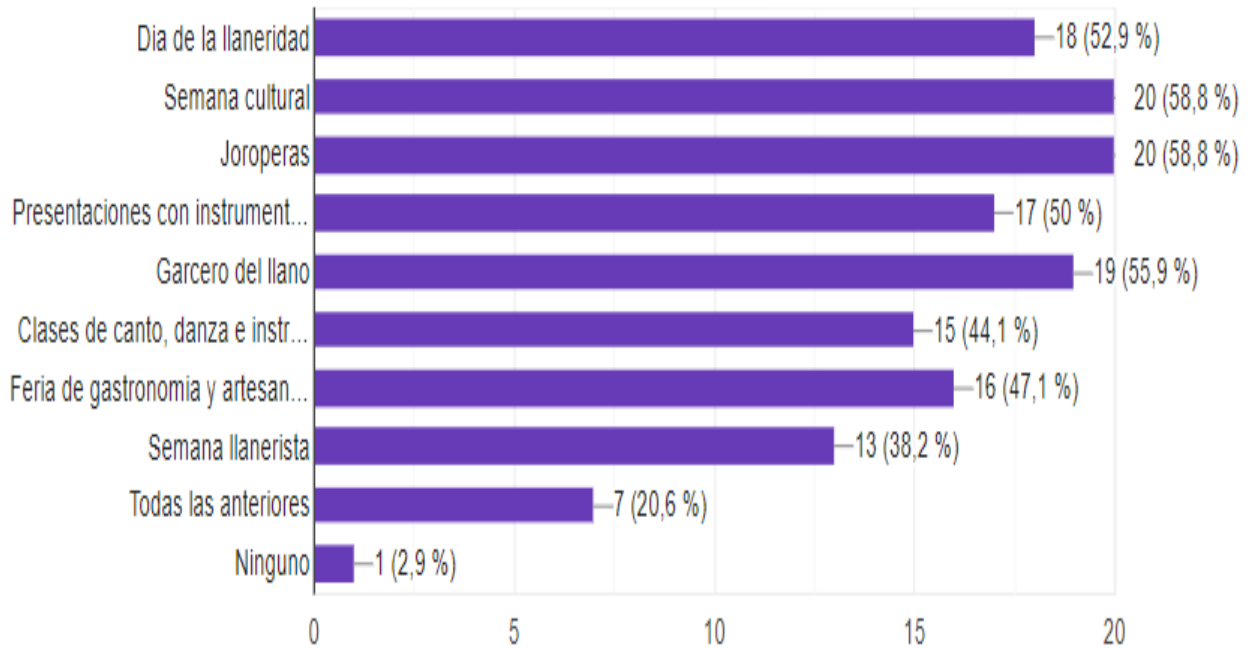


Elaboración propia

En Yopal existen diferentes entidades que trabajan en el fortalecimiento y promoción de la cultura llanera, es por lo que es de suma importancia que los jóvenes sepan de estas entidades ya que les permite involucrarse con su cultura y de igual forma saber qué programas están relacionados con la cultura llanera Figura 13 y figura 14.

El 94.1% de los jóvenes distinguen la Casa de la Cultura de Yopal ya que esta es la más nombrada en el municipio, sin embargo, es muy bajo el conocimiento del resto de entidades en comparación a esta. En cuanto a los programas que conocen que están relacionados con la cultura es relevante el Garcero del Llano con un 94.1%, el resto de los programas nombrados también se les tiene conocimiento, en excepción de los programas de radio y televisión (26.5%) y esto es debido a que los estudiantes casi no usan estos medios para interactuar ya que gran parte de su tiempo lo utilizan para estar en otras plataformas digitales o actividades.

Figura 15. *Actividades culturales ofrece su institución/colegio*



Finalmente, para conocer cuáles son las actividades que proponen y ejecutan las instituciones se les pregunta a los estudiantes cuáles son las actividades culturales que se realizan en las instituciones (Figura 15). Ya que es por medio de las instituciones que se puede trabajar en el fortalecimiento de la cultura llanera y es allí en dónde se evidencian las actividades realizadas, actividades como la semana cultural, las joroperas, el garceros del llano, el día de la llaneridad, entre otras.

Figura 16. Las redes sociales ayudan a promover la cultura llanera

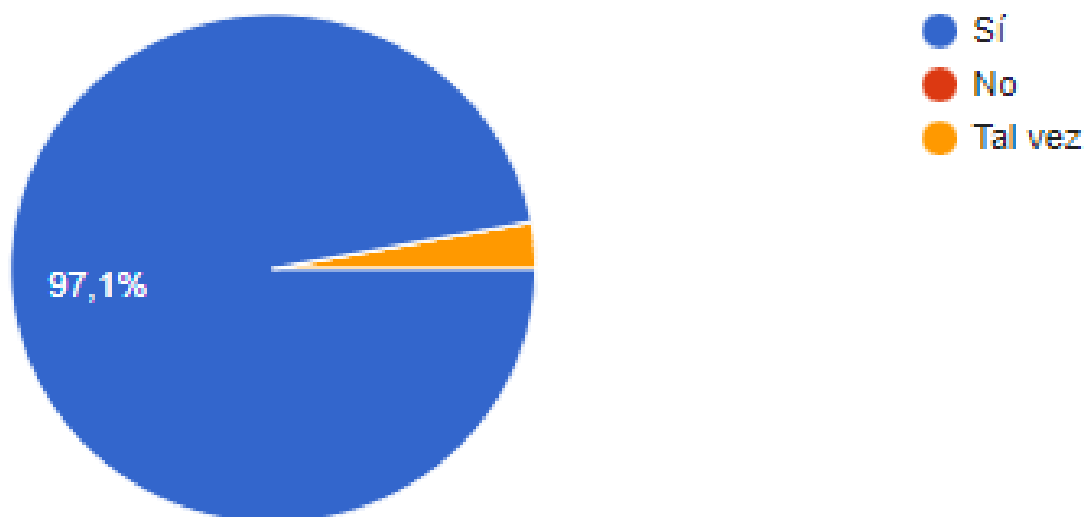
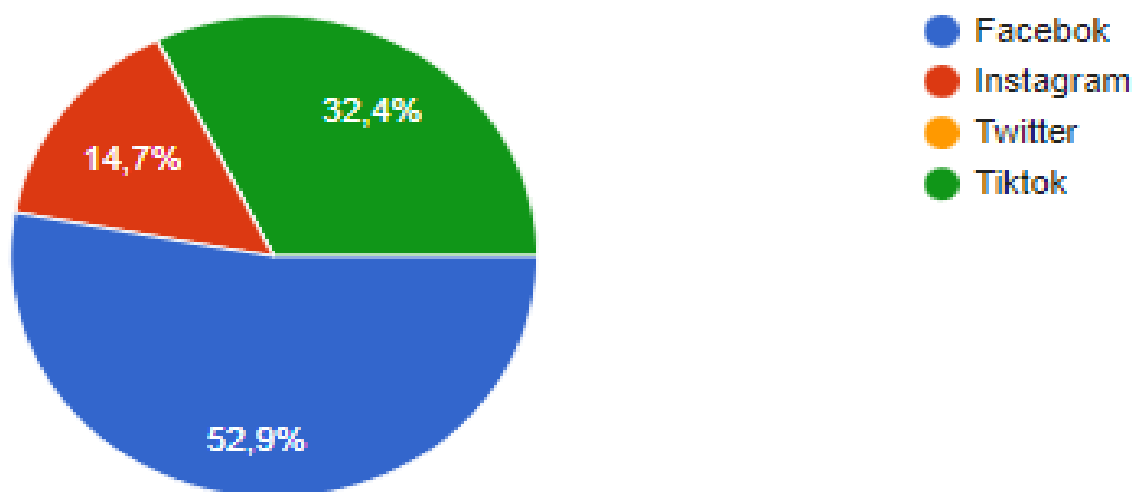


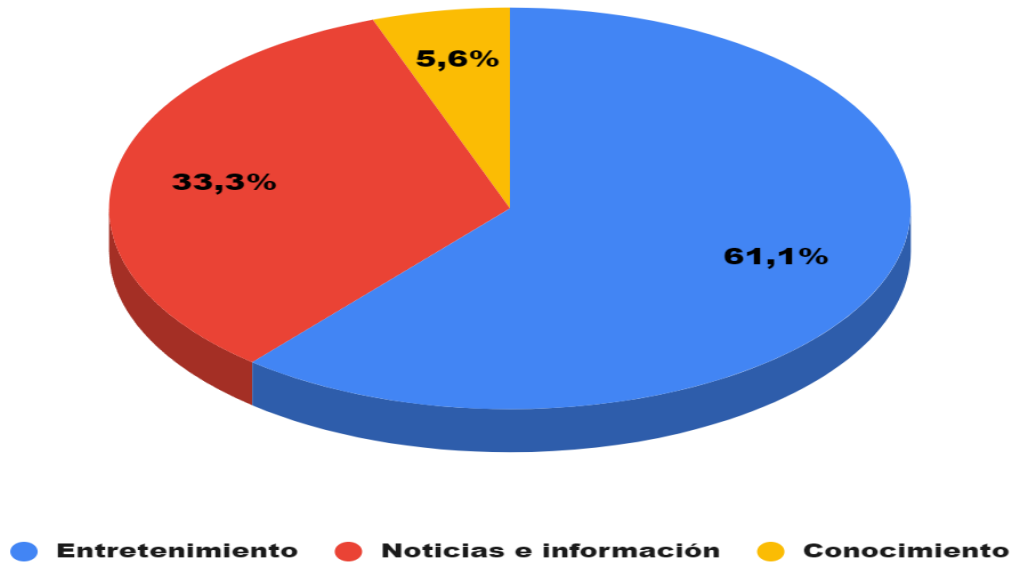
Figura 17. Red social que más utilizan los estudiantes



Para definir las redes sociales que más utilizan los estudiantes y comprobar el impacto que estas pueden tener para el fomento de la cultura, se generaron otras dos preguntas cerradas, por lo tanto, se evidencian las dos redes sociales más utilizadas y que para la mayoría de las estudiantes estas pueden aportar o generar alto impacto para promover la cultura (Figura 16 y Figura 17).

En estas preguntas inicialmente se evidencia que para ellos las redes sociales influyen mucho en el fomento de la cultura, y esto es por qué ellos están directamente involucrados con estas en la mayor parte de su tiempo, ya sea por distracción o por aprendizaje. Posteriormente se define que las redes sociales más utilizadas son Facebook (52.9%) y Tiktok (32.4%) para así mismo saber y trabajar en el tipo de contenido que se piensa difundir a los jóvenes.

Figura 18. Principal uso que los estudiantes le dan a las redes sociales



Finalmente, se formula una pregunta con el fin de saber por qué razón los estudiantes utilizan las redes sociales o que es lo que los motiva a utilizarlas (Figura 18). Se evidencia que 22 de los encuestados utilizan las redes sociales con fines de entretenimiento, esto es de suma importancia ya que puede garantizar la interacción que se piensa lograr con la estrategia transmedia, en este caso en Facebook y Tiktok que son las redes más utilizadas por los estudiantes.

4.3.1. Percepción de los Estudiantes

Por otro lado, se realizaron dos grupos focales con los estudiantes de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo - ITELL y el Instituto Técnico Empresarial “El Yopal” - ITEY, con la finalidad de saber que piensan o que opinan los estudiantes frente a la cultura llanera y la importancia que esta tiene para la cultura turística, y el uso de las redes sociales con el fin de promover la cultura. Para esto se realizaron tres preguntas de diagnóstico y cinco preguntas orientadoras (Tabla 1).

Tabla 1. *Matriz de preguntas Grupo Focal*

	Preguntas de Diagnóstico			Preguntas Orientadoras				
	1. ¿Qué conoce de la cultura llanera?	2. ¿Cuáles son los elementos más importantes de la cultura llanera?	3. ¿Quién o quiénes le enseñaron sobre la cultura llanera?	1. ¿De qué manera contribuye el turismo al municipio de Yopal?	2. ¿Qué entiende usted por cultura llanera?	3. ¿Por qué la cultura turística es importante para el municipio de Yopal?	4. ¿Cómo considera usted que se puede promover la cultura llanera en las instituciones educativas de Yopal?	5. ¿Cómo considera usted que las redes sociales promueven la cultura llanera?
Respuestas de Diagnóstico								
Respuestas Orientadoras								

Para la recolección de información de los grupos focales se utilizaron diarios de campo, en donde cada sesión con los grupos se hizo una grabación que luego se transcribió, codificó y analizó, lo que arrojó estrategias, actividades y términos recurrentes. Para los diarios de campo se realizó un formato sencillo tomando como base los componente que da Valverde (1993), sin embargo, el grupo investigador añadió unos componentes más, el cual consta de cuatro ejes temáticos como; características del grupo, desarrollo de la sesión, participación de los estudiantes y trabajo de grupo, en los cuales se hace una descripción de cada eje temática, así mismo, se hace una reflexión por parte del equipo investigador frente a los resultados que se obtuvieron (Tabla 2).

Tabla 2. *Formato Diario de Campo*

Fecha:	Lugar:
Hora de inicio:	Hora de finalización:
Objetivo:	
EJES TEMÁTICOS	DESCRIPCIÓN
	REFLEXIÓN

Características del grupo		
Desarrollo de la sesión		
Participación de los estudiantes		

Elaboración propia

4.3.1.1. Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo: Esta actividad fue importante para el desarrollo del trabajo ya que ayudó a medir el conocimiento de los estudiantes respecto a su cultura e identificar aspectos importantes de la misma. Por medio de los grupos focales se pudo identificar que los estudiantes tienen conocimiento de su cultura, pero no se encuentran asociados con ella, saben que es importante pero no tienen claridad de su aporte al turismo del territorio, en el desarrollo de la actividad se vio interés por parte de los estudiantes por seguir aprendiendo más del tema, se encontraban curiosos ante la importancia que tenía su cultura para el turismo. (ver anexo 3)

4.3.1.2. Instituto Técnico Empresarial “El Yopal”: Los estudiantes de grado 11 de esta institución manifiestan tener mucho interés por el tema presentado, aun cuando exponen que otras culturas son más llamativas que la propia, pareciera que su interés por conocer más sobre la cultura Llanera se centra en el hecho de poder transmitirla y ayudar a conservar y preservar esta.

Los estudiantes conocen aspectos relevantes de la cultura Llanera pero no conocen a profundidad de esta, lo anterior puede estar condicionado por el hecho de que en las instituciones educativas no se transmite este conocimiento, no hay clases o docentes que estén dispuestos a hablarles sobre sus raíces llaneras.

Sin embargo, hay algo en lo que coinciden los estudiantes y el grupo investigador, y es que hoy en día la mayoría de los llaneros son más de ciudad que de campo, hay muchos que tienen fincas y van cada fin de semana a hacer trabajo de Llano, sin embargo, no tienen una rutina para ello.

Referente a esto, se encontró que en el grupo hay una estudiante que tiene esta rutina de despertarse muy temprano en la mañana, hacer trabajo de Llano, salir para

la ciudad a estudiar y devolverse a terminar los quehaceres de la casa, es una rutina fuerte, sin embargo, es algo que ella cuenta con orgullo y pasión, conoce la dinámica que se trabaja en el llano y aunque gran parte del día se la pasa en la ciudad es más Llanera de campo que de ciudad.

Por otro lado, se enfrentó a esta sesión vivencias que no se esperaba que sucedieran. La principal experiencia fue realizar el grupo focal con estos estudiantes y que estos estuvieran más interesados en el tema de lo que se esperaba. este hecho es de gran impacto para la investigación ya que las encuestas realizadas se esperaba que los estudiantes que los jóvenes no estuvieran interesados en conocer. por ello se llegó a la conclusión de que el problema está tanto en la institución educativa como en los jóvenes es decir los jóvenes o gran parte de ellos muestran interés por conocer sobre su cultura sin embargo la institución no presenta los medios para transmitir este conocimiento.

El impacto fue positivo y fue grande debido a que a la participación de los estudiantes se pudo concluir de qué forma se podría llegar a ellos asimismo en que forma se realizara el contenido para que estos estuvieran interesados en visualizarlo. (ver anexo 4)

Los investigadores encontraron en la estrategia transmedia la forma más adecuada de hacer partícipes y activos a la población objeto, buscando generar en ellos el sentido de pertenencia y apropiación de su cultura y teniendo en cuenta que la segunda encuesta permitió vislumbrar que las redes sociales TikTok y Facebook (59.9%), las cuales permiten interactuar en el medio digital.

Figura 19. *Página de Tiktok*



Figura 20. *Página de Facebook.*



Para el uso de esta estrategia se crearon cuentas en dos redes sociales tales como: TikTok (figura 19) y Facebook (figura 20). En la red social Tiktok se publicaron videos interactivos en donde se explicaba daba a conocer un poco sobre la historia de la ciudad de Yopal, así mismo, se les hacía la recomendación de seguir la cuenta de Facebook en donde

encontrarán piezas gráficas relacionadas con el video publicado en Tiktok. De esta forma, motivando a los usuarios a estar conectados e interactuar en las dos redes sociales

De acuerdo con lo anterior, las publicaciones compartidas en estas redes se dividen en dos; informar sobre temáticas culturales del patrimonio del municipio e interacción con los usuarios. Así mismo, para estas publicaciones se presentaron varias secciones: las piezas interactivas que fueron publicadas en las historias de Facebook. las piezas que dan a conocer un dicho llanero, personaje o artista promotor de la cultura llanera, las piezas de recetas culinarias y datos curiosos del municipio.

En las publicaciones de la red social de Facebook se dividieron en dos; informar sobre temáticas culturales del patrimonio del municipio las cuales son las piezas gráficas que se publicaron en la página y la interacción con los usuarios que son las piezas gráficas que se publican mediante las historias de la red social las cuales duran un tiempo de 24 horas, en cada publicación se anima al usuario a revisar a visualizar la página de TikTok en donde se van a encontrar vídeos explicativos e interactivos sobre historia, deporte y demás aspectos en relación a la cultura llanera del municipio, estos vídeos motivan al usuario a seguir también la página de Facebook en dónde además de encontrar recetas culinarias y datos curiosos se encontrarán piezas relacionadas con los vídeos de TikTok, manteniendo así una interacción entre las dos páginas.

Esta estrategia se implementó durante un mes con los estudiantes de grado once de la Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo (ITELL) y el Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) del municipio Yopal. Una vez terminado dicho tiempo se evalúa el impacto que está ha tenido en la población objeto, cómo se mencionó anteriormente, se utilizó la herramienta de Engagement o índice de participación por las interacciones que se obtienen con relación al número de veces que se visualiza el contenido volviéndose este potencial por encima de otros, siendo de esta manera que la publicación con mayor alcance sea la que se tome como referencia con relación a creaciones futuras.

Ahora bien, un nivel de interacción del 10% se podría considerar cómo bueno sin embargo un análisis hecho por la herramienta social socialbakers En diferentes plataformas digitales determinó que el índice de participación está entre el 3 y 5%, Así mismo, los contenidos más exitosos suelen tener entre un 25 y un 35% de índice de participación tomando esto en cuenta entonces un índice de participación del 100% sería que todas las

personas que visualicen la publicación en cada una de la red social le dieran click, reaccionen, comenten y compartan en sus plataformas personales teniendo así un mayor alcance.

Enlace de la página TikTok <http://tiktok.com/@culturallanera>

Enlace de la página de Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=100082300545589>

Teniendo en cuenta lo anterior, se aplicó la fórmula propuesta por el grupo investigador que fue el nivel de interacciones sobre el alcance por cien esta fórmula se aplicó para la página de Facebook y para la página de TikTok por separado (tabla 3).

Tabla 3. *Aplicación de formula impacto engagement*

Facebook	Tiktok
$\frac{\#Me\ gusta + \#Comentarios + \#Comparticiones + \#Seguidores}{Alcance} \times 100$	$\frac{\#Me\ gusta + \#Comentarios + \#Comparticiones + \#Seguidores}{Alcance} \times 100$
$\frac{19 + 8 + 266 + 27}{312} \times 100$	$\frac{55 + 8 + 253 + 41}{357} \times 100$
50	50
6.24%	7.14%

Una vez aplicada la fórmula de engagement a cada una de las de las redes sociales, se evidenció que están en el rango de índice de participación según el análisis realizado por

socialbakers. También, se evidenció que el nivel de participación está por debajo del 10%, es decir, que el impacto de la estrategia fue bajo para la población objeto debido a que no hubo tanta interacción en las páginas. Por otro lado, se determinó que TikTok presenta un mayor rango de interacción que Facebook es decir que, aunque en la encuesta se evidenció que Facebook es la red social que más utilizan los estudiantes, TikTok es la más eficiente para fomentar la cultura Llanera. Teniendo en cuenta esto, se toma como referencia para la creación futura de nuevo contenido en donde se involucren a los estudiantes de grado once de las instituciones educativas.

Conclusiones

Partiendo de los resultados descritos en el capítulo anterior, a continuación, se muestran algunas conclusiones a las que el grupo investigadores llegó luego de dar respuesta a los objetivos propuestos inicialmente.

En un principio se puede afirmar que los estudiantes tienen conocimientos básicos sobre cultura llanera sin embargo no tienen el interés por saber más de ella, debido a que no tienen relación con esta, se ocupan en el celular y en las redes sociales, igualmente han sido invadidos por otras culturas en las que muestran mayor interés por aprender.

En un segundo elemento conclusivo se puede afirmar que el fomento y aprendizaje de la cultura llanera está en el funcionamiento y visión de cada institución, es decir, evidenciando que la falta de apropiación cultural por parte de la institución educativa ITEY se debe más que todo a la falta de proyectos enfocados al aprendizaje de la cultura, la falta de participación en eventos y actividades culturales, así como la falta de ofrecimiento de clases y actividades culturales a los estudiantes. En cambio, en la institución educativa ITELL se evidencio que hay un fuerte compromiso por fomentar la cultura llanera en los estudiantes, desde los grados más chicos hasta los grados mayores, en donde se promueve su participación en las diferentes actividades culturales y en clases culturales.

En un tercer elemento conclusivo se reconoce que los saberes de los estudiantes al identificar aspectos relevantes de la cultura llanera y la importancia de esta en la cultura turística del territorio, así también, el identificar las redes sociales que más se utilizan hoy en día, son cruciales y definitivos al momento de plantear la estrategia transmedia y los temas en relación con los conocimientos de los estudiantes que más se deben reforzar. Por lo cual, en futuros ejercicios para la identificación de estrategias pedagógicas para el fomento de la

cultura turística en los estudiantes, se considera importante partir de proyectos transversales en las asignaturas de informática y ciencias sociales, para fomentar y fortalecer la cultura turística de la población estudiantil.

Para finalizar, como cuarto elemento conclusivo en los futuros contenidos digitales para las redes sociales se debe acudir a la vinculación de las instituciones educativas del municipio, los docentes y a los estudiantes de grado once de los colegios esto con el fin de hacerlos partícipes en la estrategia transmedia y que sean ellos los que estén dispuestos a promoverla a sus allegados por medio de las redes sociales

Recomendaciones

En la medida en que se determinó el desinterés de los estudiantes por la cultura llanera y la escasa apropiación de esta en las instituciones educativas del municipio de Yopal, se hace necesario proyectar la implementación de estrategias transmedia para fortalecer la cultura turística en los estudiantes.

En el mismo sentido, es fundamental la enseñanza de la cultura llanera a través de un proyecto transversal en las instituciones educativas y de esta manera motivar el aprendizaje y apropiación de este conocimiento.

Otro aspecto a tener en cuenta es potencializar en las instituciones educativas los proyectos enmarcados en cultura llanera y aprovechar el interés de los estudiantes por las nuevas tecnologías para el desarrollo de dichos proyectos.

Teniendo en cuenta la importancia de la cultura llanera en la cultura turística del territorio, el presente proyecto se instaura como referente de investigación para el planteamiento de nuevas investigaciones alrededor de este tema.

Por otro lado, crear apropiación turística por medio de actividades lúdicas, en donde los estudiantes sean partícipes de las diversas ferias y actividades que el municipio de Yopal realiza para potencializar el turismo.

Para finalizar, se hace la recomendación al Instituto Técnico Empresarial “el Yopal” (ITEY) de implementar proyectos transversales enfocados al fomento de la cultura utilizando la estrategia transmedia teniendo en cuenta los intereses de los estudiantes hoy en día para facilitar la implementación.

Referencias

Amador-Baquiro, J. C. (2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela. *Magis, Revista Internacional De Investigación En Educación*, 10(21), 77–94. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m10-21.eint>

Araya Fuentes, Beatriz Macarena (2020), Apropiación cultural del patrimonio indígena selk'nam, <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/48450>

Aysa Lamaison, N. R. (2016). Dueños de la cultura digital: la apropiación cultural y las interacciones de los jóvenes a partir del uso de las redes sociales. https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/8099/1/TS_Aysa%20LamaisonNoelia.pdf

Barger, V. A., y Labrecque, L. (2013, May 31). An Integrated Marketing Communications Perspective on Social Media Metrics. Recuperado de https://papers.ssrn.com/spñ3/papers.cfm?abstract_id=2280132

BORMANN, A. (1930). Die Lehre von Fremdenverkehr. Berlín.

Calderón, W. A. R. (2017). Qué es la Cultura Turística y diez principios básicos. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>

Casa Editorial El Tiempo. (2013, 3 septiembre). «Transmedia», contenidos en distintas plataformas. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13044949>

Chan-Olmsted, S., Wolter, L.-C., y Wang, R. (2017). Toward a Multidimensional Framework of Media Engagement: Conceptualizing Consumer Experience and Connection with Media Content in a Digital Environment. Media Engagement Framework. Recuperado de <https://www.media-management.eu/wp-content/uploads/Chan-Olmsted-Wolter-Wang-2017.-Toward-a-Multidimensional-Framework-of-Media-Engagement.pdf>

Covarrubias, V. (1 de marzo del 2021). “Apropiación cultural en marketing y redes sociales” <https://seousabilidad.com/articulos/apropiacion-cultural-en-marketing-y-redes-sociales/>

Cultura Turística (s.f.). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>

Díaz, A. y Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa “Colegios Amigos del Turismo” en Colombia. *Turismo y Sociedad*, XIX, pp.49-71. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04>

Díaz, A. y Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. *Turismo y Sociedad*, XIX, pp.49-71.

Glosario de términos de turismo | OMT. (s. f.-b). Recuperado 14 de septiembre de 2022, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

González-Herrera, Castro-Acevedo (2013). Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio centro, santa clara, cuba. Archivo digital.

Helpful Technology. (2012). What is digital engagement? | The Digital Engagement Guide. Retrieved February 23, 2018, from <https://www.digitalengagement.info/what/>

Hernández Fernández & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación* (2014th ed.). Marcela Rocha.

https://www.researchgate.net/publication/267038552_FORMACION_DE_LA_CULTURA_TURISTICA_EN_LAS_COMUNIDADES_ANFITRIONAS_BARRIO_CENTRO_SANTA_CLARA_CUBA

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Identidad y apropiación cultural en escolares del colegio Montessori. (2017). La Crónica del Quindío. Recuperado de: Identidad y apropiación cultural en escolares del colegio Montessori. (2017). La Crónica del Quindío. <https://www.cronicadelquindio.com/noticias/region/identidad-y-apropiacion-cultural-en-escolares-del-colegio-montessori-1>

Instituto Caro y Cuervo. (s. f.). *Cultura Llanera*. Spanish In Colombia. <https://spanishincolombia.caroycuervo.gov.co/regiones/cultura-llanera/#gsc.tab=0>

L. (2021b, diciembre 10). *¿Qué es el Engagement en las Redes Sociales?* / *laVerbenaLAB*. laVerbenaLAB |. <https://laverbenalab.com/que-es-el-engagement-en-redes-sociales/>

La cultura, elemento central de los ODS. (2019, 22 octubre. UNESCO. Recuperado 14 de septiembre de 2022, de <https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods>

Lévi-Strauss, C. (1995). *Antropología estructural* (2.^a ed.). Editorial Paidós. https://monoskop.org/images/6/67/Levi-Strauss_Claude_Antropologia_estructural_1978.pdf

- Lugo Nohemi (2016). Diseño de narrativas transmedias para la trans-alfabetización [Tesis doctoral, Universidad Pompeu Fabra]. Archivo digital.
https://www.academia.edu/25358779/Dise%C3%B1o_de_narrativas_transmedia_para_la_transalfabetizaci%C3%B3n
- Ministerio de Cultura Colombia. (2019). El trabajo en los llanos. *Revisa cantos de trabajo de llano*, 14.
http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/cantos_cuadernito_EF_v3.pdf
- Niciporuc, T. (2014). Comparative analysis of the engagement rate on Facebook and Google Plus social networks. Proceedings of the International Academic Conferences. Recuperado de [https://ideas.repec.org/p/sek/iacpro\(0902287.html#download](https://ideas.repec.org/p/sek/iacpro(0902287.html#download)
- Oliva-Gimeno, M., Torres-Mendoza, M. (2017) La comunicación transmedia en las ciudades: disfrutar y educar. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 8 (2), 33-49.
<https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/142/147>
- Ortiz-Cubillos, Alba y Avellaneda, Gladys (2017). *Estrategias artísticas de aprendizaje para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del grado décimo (10 03) de básica secundaria de la institución educativa Félix Henao Botero* [Trabajo de grado, Fundación Universitaria los Libertadores]. Archivo digital.
https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/2149/ortiz_alba_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paine, K.D. (2011). *Measure What Matters: online tools for understanding customers, social media, engagement, and key relationships*. hoboken, NJ: John Wiley and Sons. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Priscila Noemí Villalta Vélez. (17 de agosto de 2018).” Comunicación Transmedia para potenciar la Cultura en la provincia de El Oro”
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1431/2/Tesis1626VILc.pdf>

- Samaniego, J. F. (2018). *Estrategia transmedia: qué es, ejemplos y casos de éxito*. Hablemos de empresas. <https://hablemosdeempresas.com/empresa/estrategia-transmedia/>
- Sánchez, W. M. (2008). Aspectos de cultura turística en Tulum, Quintana Roo. *Ciencia y Mar*, 17(36), 43-50.
- Sarmiento, D. J. (2018, 1 agosto). *¿Qué es y cómo hacer un transmedia?* Señal Colombia Proyecta. <https://proyecta.senalcolombia.tv/guias/que-es-y-como-hacer-un-transmedia>
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan.
- Sierra Quiñones, M. I., & Flórez Aldana, H. P. (2018). *Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10901/15692>.
- V. M. Pérez-Martínez & M. Á. Motis Dolader (2018) Narrativa transmedia y turismo experiencial: relatos sobre el patrimonio y la herencia judía en Aragón Sefarad, Church, Communication and Culture, 3:3, 389-407.

Anexo 1. *Formato Primera Encuesta Estudiantes*

TURISMO CULTURAL, UNA MIRADA AL LLANO

Los tres estudiantes de séptimo semestre del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca estamos realizando el Trabajo de Grado sobre el Turismo Cultural en Yopal, para lo cual les solicitamos contestar la siguiente encuesta:

***Obligatorio**

1. 1. Nombre completo *

2. 2. Municipio de nacimiento *

3. 3. Grado que cursas *

4. 4. Colegio en donde estudias *

5. 5. ¿Conoces la cultura llanera? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal vez

Un poco

Mas o menos

6. 6. ¿Qué aspectos hacen parte de la cultura llanera? *

7. 7. Si eres llanero, ¿Qué te hace sentirte orgulloso de su cultura? *

8. 8 ¿Qué relación tienes con la cultura llanera? (Si participas en actividades, eventos o pasatiempos relacionados con la cultura llanera) *

9. 9. ¿Conoces entidades que fortalezcan la cultura llanera? ¿Cuáles? *

10. 10. ¿Qué tipo de programas relacionados con la cultura llanera conoces? *

11. 11. ¿Qué actividades culturales ofrece tu institución? *

12. 12. ¿Consideras que la cultura llanera aporta al turismo? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez
- Un poco
- Mas o menos

13. 13. ¿Cómo han afectado las nuevas tecnologías a la cultura llanera? *

Anexo 2. Formato Segunda Encuesta Estudiantes

29/9/22, 14:26

Cultura turística, una mirada al llano

Cultura turística, una mirada al llano

Objetivo: Identificar los temas y/o características más relevantes sobre cultura llanera, así como la red social más utilizada por los estudiantes.

Tres estudiantes de octavo semestre del programa de turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca están realizando el trabajo de grado sobre cultura turística en el municipio de Yopal, para lo cual solicitan de su colaboración contestando la siguiente encuesta:

***Obligatorio**

1. 1. Correo *

2. 2. Nombre Completo: *

3. 3. Colegio en donde estudia: *

Marca solo un óvalo.

Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo - ITELL

Instituto Técnico Empresarial "El Yopal" - ITEY

4. 4. ¿Conoce que es cultura llanera? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Tal vez

5. 5. De los siguientes aspectos, ¿Cuáles pertenecen a la cultura llanera? *
(Puede elegir mas de una opción)

Selecciona todos los que correspondan.

- Gastronomía
- Fauna y Flora
- Deporte
- Costumbres y tradiciones
- Ferias y fiestas
- Bailes tradicionales
- Historia

6. 6. ¿Qué lo hace sentirse orgulloso de la cultura llanera? *
(Puede elegir mas de una opción)

Selecciona todos los que correspondan.

- Fauna y flora
- Expresiones artísticas, musicales y culturales
- Gastronomía
- Habitantes (amabilidad, calidad,)
- Costumbres y tradiciones
- Trabajo de llano
- Toda su diversidad
- Otro: _____

7. 7. De las/los siguientes actividades y eventos, en cuales participa o ha participado. *
(Puede elegir mas de una opción)

Selecciona todos los que correspondan.

- Toma clases de música (canto o instrumentos relacionados con la cultura llanera como el arpa, cuatro, maracas y demás)
- Participó o participa en el Garcero del Llano
- Está o estuvo en una academia de baile (danza típica, joropo)
- Ha realizado o realiza trabajo de llano (labores de vaquería, tales como marcar, vacunar, ordeñar, enlazar, montar, entre otros, el ganado)
- Participa o participó en actividades culturales de la institución donde estudia (actividades relacionada con la cultura llanera, canto o danza)
- Ha participado o participa en coleos
- Otro: _____

8. 8. Según su conocimiento, cuál de las siguientes entidades fortalecen y promueven la cultura llanera en el municipio de Yopal. *
(Puede elegir mas de una opción)

Selecciona todos los que correspondan.

- Secretaría de Educación
- Casa de la cultura de Yopal
- Casa museo 8 de Julio
- Academias de baile
- Cámara de Comercio de Casanare
- Intituto de Cultura y Turismo de Yopal - ICTY
- Corporinoquia
- Liga de Coleadores
- Instituciones educativas
- Todas las anteriores
- Otro: _____

9. 9. Marque los programas que usted conozca que estén relacionados con la cultura llanera. (Puede elegir mas de una opción) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Academias de música y baile
- Programas de radio o televisión
- Garcero del llano
- Programas de trabajo de llano
- Cimarrón de Oro
- La Joropera
- Eventos de contrapunteo
- Otro: _____

10. 10. Según su conocimiento, ¿Cuál de las siguientes actividades culturales ofrece su institución/colegio? *
- (Puede elegir mas de una opción)

Selecciona todos los que correspondan.

- Día de la llaneridad
- Semana cultural
- Joroperas
- Presentaciones con instrumentos típicos de la región
- Garcero del llano
- Clases de canto, danza e instrumentos
- Feria de gastronomía y artesanías
- Semana llanerista
- Todas las anteriores
- Otro: _____

11. 11. ¿Considera que las redes sociales pueden ayudar a promover la cultura llanera? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

12. 12. ¿Cuál es la red social que usted más utiliza? *

Marca solo un óvalo.

- Facebook
 Instagram
 Twitter
 Tiktok
 Otro: _____

13. 13. ¿Cuál es el principal uso que usted le da a las redes sociales? *

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Elaboración propia

Anexo 3. Diario de campo ITEL

Fecha: 01 de septiembre de 2022
ITELL

Lugar: Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo -

Hora de inicio: 2:10pm

Hora de finalización: 3:50pm

Objetivo: Conocer la perspectiva que tienen los estudiantes frente a la cultura turística, la cultura llanera, las redes sociales y el cómo esto afecta el turismo del territorio.

EJES TEMÁTICOS	DESCRIPCIÓN	REFLEXIÓN
Características del grupo	Se trabajó con los estudiantes de grado once de la técnica de Turismo del colegio ITELL, se contó con 32 estudiantes presentes	Esta actividad fue importante para el desarrollo del trabajo ya que ayudó a medir el conocimiento de los estudiantes respecto

<p>Desarrollo de la sesión</p>	<p>La sesión inicia con unas preguntas básicas dirigidas a los estudiantes para poder romper el hielo y tener un diagnóstico sobre su conocimiento acerca de la cultura llanera, dentro de las preguntas se podía identificar cuáles eran los elementos más importantes de la cultura llanera, quien les enseñó acerca de su cultura y aspectos que hacen parte de su cultura. Luego de varias respuestas, se contextualiza acerca de que era la cultura llanera y se procede a realizar las preguntas establecidas para los grupos focales que estaban divididas en 5. Debido a que los estudiantes tenían un descanso de 30 minutos, se tuvo que dividir la sesión en 2 partes, las 2 primeras preguntas fueron aplicadas antes del descanso y luego de que los alumnos ingresaran, se aplicó los 3 restantes y se hizo el cierre de la actividad aplicando una reflexión</p>	<p>a su cultura e identificar aspectos importantes de la misma, por medio de los grupos focales se pudo identificar que los estudiantes tienen conocimiento de su cultura, pero no se encuentran asociados con ella, saben que es importante pero no tienen claridad de su aporte al turismo del territorio.</p> <p>Una de las preguntas era “¿Por qué la cultura turística es importante para el municipio de Yopal? a lo que uno de los estudiantes después de analizarla, decidió responder “porque la cultura siempre es importante en un territorio, ¿no?” y toda la clase decidió apoyar su respuesta dudosa, sin corregir su respuesta, porque tenía mucho sentido, las estudiantes</p>
--------------------------------	---	--

acerca del fomento de su cultura llanera, motivándolos a apropiarse de ella.

investigadoras decidieron agregar más aspectos que hicieron más claro el tema y contextualizan más a los estudiantes, a partir de ello ya habían respuestas más puntuales como “ Es importante para promover el turismo en Yopal” y “ Es necesario que los ciudadanos conozcan su cultura para poder compartirla”.

Seguido de esto se empezó a despertar un interés en los estudiantes y se identificó que el tema si es de su interés, pero les falta un espacio donde puedan informarse y socializar más con él.

Participación de los estudiantes	Se contó con una buena participación de los estudiantes ya que la mayoría se encontraban interesados en el tema y eran participativos ante el trabajo que se estaba realizando.	
Trabajo con el grupo	La sesión se desarrolló muy bien debido a la participación de los estudiantes y al buen dominio del tema de las estudiantes investigadoras. Se contaba con un ambiente agradable debido a que la profesora se encontraba presente y ayudaba en la supervisión de los estudiantes, la sesión fue muy activa y se pudo desarrollar todo conforme a lo planeado.	

Elaboración propia

Anexo 4. *Diario de campo ITEY*

Fecha: 07 de septiembre de 2022

Lugar: Instituto Técnico Empresarial “El Yopal”

Hora de inicio: 1:40 pm

Hora de finalización: 3:03 pm

Objetivo: Conocer la perspectiva que tienen los estudiantes frente a la cultura turística, la cultura llanera, las redes sociales y el cómo esto afecta el turismo del territorio.

EJES TEMÁTICOS	DESCRIPCIÓN	REFLEXIÓN
Características del grupo	Se trabajó con los estudiantes de la técnica de gestión empresarial del Instituto Técnico Empresarial “El Yopal”, en donde se contó con 32 estudiantes de los cuales participaron un 15%	Los estudiantes de grado 11 de esta institución manifiestan tener mucho interés por el tema presentado, aun cuando

Desarrollo de la sesión

teniendo el consentimiento del docente encargado del grupo, Así mismo contando con la presencia de éste durante la sesión, esta se desarrolló de manera tranquila. se comenzó con la presentación del grupo investigador y del propósito del grupo focal el qué y el para qué nos servía y se realizaba. seguido a esto se hicieron 3 preguntas de diagnóstico en donde se identificó que los estudiantes conocen sobre aspectos de Cultura Llanera sin embargo no los conocen a profundidad, asimismo, se evidenció un interés por parte de ellos durante la sesión por conocer más acerca de estos aspectos sin embargo debido al tiempo establecido por el docente no se pudo profundizar en aspectos que ellos querían saber. Seguido a esto se hicieron se procede a hacer preguntas orientadoras.

1. En esta primera pregunta orientadora, los alumnos son conscientes de que el turismo contribuye en el área económica social y cultural del municipio debido al intercambio de culturas y conocimiento que los turistas traen asimismo el aumento de turistas para el sector económico del municipio es aceptable.

2. Para la segunda pregunta se evidenció que los

manifiestan que otras culturas son más llamativas que la propia pareciera que su interés por conocer más sobre la cultura Llanera se centra en el hecho de poder transmitirla y ayudar a conservar y preservar esta. Cómo se ha venido diciendo los estudiantes conocen aspectos relevantes de la cultura Llanera pero no conocen a profundidad de esta lo anterior puedes estar condicionado por el hecho de que en las instituciones educativas no sé transmite este conocimiento no hay actividad la 10 clases o docentes que estén dispuestos hablarles sobre sus raíces llaneras. sin embargo hay algo en lo que coinciden los estudiantes y el grupo investigador y es que hoy en día

<p>Participación de los estudiantes</p>	<p>Para esta sesión no se tuvo tanta participación como se tuvo en la primera sesión con la institución de Llano lindo sin embargo se llegaron a buenos resultados y hallazgos gracias a la participación de los estudiantes.</p>	<p>se la pasa en la ciudad es más Llanera de campo que de ciudad. Por otro lado, se enfrentó a esta sesión vivencias que no se esperaba que sucedieran. La principal experiencia fue realizar el grupo focal con estos estudiantes y que estos estuvieran más interesados en el tema de lo que se esperaba. este hecho nos impactó demasiado ya que las encuestas realizadas se esperaba que los estudiantes que los jóvenes no estuvieran interesados en conocer. por ello se llegó a la conclusión de que el problema está tanto en la institución educativa como en</p>
<p>Trabajo con el grupo</p>	<p>El trabajo con el grupo fue dinámico, entretenido y tranquilo no solo por tener la presencia del docente sino porque los chicos están interesados en saber más sobre el tema.</p>	<p>se la pasa en la ciudad es más Llanera de campo que de ciudad. Por otro lado, se enfrentó a esta sesión vivencias que no se esperaba que sucedieran. La principal experiencia fue realizar el grupo focal con estos estudiantes y que estos estuvieran más interesados en el tema de lo que se esperaba. este hecho nos impactó demasiado ya que las encuestas realizadas se esperaba que los estudiantes que los jóvenes no estuvieran interesados en conocer. por ello se llegó a la conclusión de que el problema está tanto en la institución educativa como en</p>

los jóvenes es decir los jóvenes o gran parte de ellos muestran interés por conocer sobre su cultura sin embargo la institución no presenta los medios para transmitir este conocimiento. El impacto fue positivo y fue grande debido a que a la participación de los estudiantes se pudo concluir de qué forma se podría llegar a ellos asimismo de qué forma se podría realizar contenido para que estos estuvieran interesados en visualizarlo.

Elaboración propia

Anexo 5. Estudiantes Institución Educativa Técnica Empresarial Llano Lindo



Anexo 6. Estudiantes Instituto Técnico Empresarial “El Yopal”

